



INFORME A.S.E.P.

sobre

**LA OPINION PÚBLICA DE LOS
ESPAÑOLES**

ABRIL - 1989

FICHA TECNICA

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

Diseño Muestral: 1.200 personas de uno y otro sexo, de 18 y más años, residentes en España. Muestra aleatoria estratificada por Comunidades Autónomas y municipios, utilizando sistema de rutas aleatorias y selección final de los entrevistados mediante las tablas de KISH.

Trabajo de Campo: Realizado durante los días **10 a 16 de Abril de 1989**, 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. (Miembro de la Asociación Española de Empresas de Investigación, Opinión y Marketing, A.E.D.I.M.), y terminado el **28 de Abril de 1989**.

Dirección: Juan DIEZ NICOLAS

COPYRIGHT ASEP S.A., 1989. PROHIBIDA LA REPRODUCCION
TOTAL O PARCIAL, INCLUSO CITANDO LA FUENTE.

EQUIPO REALIZADOR

JUAN DIEZ NICOLAS

BLANCA GARCIA-MON MARAÑES

M^a JOSE RAMIREZ LAFITA

SARA CORTES GARCIA

PALOMA MILLAN MARTINEZ

ESPERANZA CELDRAN LUCIA

PILAR NICOLAS RODRIGO

INDICE

| | |
|--|------------|
| 1. SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP | 1 |
| 1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP | 5 |
| 1.2. ANALISIS ESPECÍFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP ... | 8 |
| 2. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LA POBLACION ESPAÑOLA | 48 |
| 2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES | 49 |
| 2.1.1. Tamaño de los Hogares | 49 |
| 2.1.2. Estructura Ocupacional | 50 |
| 2.1.3. Niveles de Renta..... | 51 |
| 2.1.4. Equipamiento | 51 |
| 2.1.5. Status Socioeconómico Familiar | 52 |
| 2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS | 62 |
| 2.2.1. Características Demográficas | 62 |
| 2.2.2. Características Socioeconómicas | 62 |
| 2.2.3. Características Ecológicas | 63 |
| 2.2.4. Posición Social | 64 |
| 2.2.5. Clase Social Subjetiva..... | 64 |
| 3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS..... | 71 |
| 3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA..... | 72 |
| 3.1.1. Situación Financiera de los Hogares | 72 |
| 3.1.2. Situación Económica del Individuo | 77 |
| 3.1.3. Situación Económica de España | 82 |
| 3.2. PERSPECTIVAS SOBRE EL FUTURO ECONOMICO | 87 |
| 3.2.1. Perspectivas Económicas para el Individuo | 87 |
| 3.2.2. Perspectivas Económicas para España..... | 92 |
| 3.3. EL SENTIMIENTO DE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES | 97 |
| 3.3.1. Comparación de los Siete Índices del Sentimiento del Consumidor | 97 |
| 3.3.2. Optimismo y Pesimismo de los Españoles..... | 102 |
| 3.3.3. Evaluación de la Situación Económica de España..... | 106 |
| 3.4. PAUTAS DE CONSUMO Y ESTILOS DE VIDA..... | 109 |
| 3.4.1. Presupuestos Familiares y Gastos en el Hogar..... | 109 |
| 3.4.2. Satisfacción con la Vida..... | 125 |
| 3.4.3. Calidad de Vida..... | 135 |
| 3.4.4. Estilos de Vida | 143 |
| 3.5. EVALUACION DE LA SITUACION ECONOMICA DE ESPAÑA | 153 |
| 3.5.1. Política Económica..... | 153 |
| 3.6. INSTITUCIONES ECONOMICAS | 159 |
| 3.6.1. Imagen de Grandes Empresas Públicas y Privadas | 159 |
| 3.6.2. Ranking de Empresas Públicas y Privadas..... | 169 |
| 3.6.3. Clientela de Instituciones Financieras..... | 173 |
| 3.6.4. Situación de la Bolsa en España..... | 186 |
| 4. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLITICOS..... | 196 |
| 4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS | 197 |
| 4.1.1. Autoposicionamiento Ideológico | 198 |
| 4.1.2. Práctica Religiosa..... | 202 |
| 4.1.3. Españolismo y Nacionalismo | 205 |

| | |
|--|------------|
| 4.1.4. Comportamientos Electorales Pasados..... | 209 |
| 4.1.5. Post-materialismo..... | 212 |
| 4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES..... | 218 |
| 4.2.1. Imagen de Instituciones..... | 218 |
| 4.2.2. Ranking de Instituciones y Grupos Sociales..... | 230 |
| 4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS..... | 234 |
| 4.3.1. Imagen de Personajes Públicos..... | 234 |
| 4.3.2. Ranking de Personajes Públicos..... | 245 |
| 4.4. EVALUACION DE LA COYUNTURA POLITICA Y SOCIAL..... | 249 |
| 4.4.1. Evaluación de la Sociedad Española..... | 249 |
| 4.4.2. Evaluación de la Labor del Gobierno de la Nación..... | 254 |
| 4.4.3. Satisfacción con el Gobierno..... | 260 |
| 4.4.4. Satisfacción con el Funcionamiento de la Democracia..... | 263 |
| 4.5. INTENCIONES DE VOTO..... | 266 |
| 4.5.1. Electorados Potenciales, Inasequibles e Indiferentes..... | 267 |
| 4.5.2. La Intención de Voto..... | 271 |
| 4.5.3. Transferencias de Voto..... | 278 |
| 4.5.4. Estimación de Voto Según el Modelo Predictivo ASEP..... | 282 |
| 5. UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACION..... | 286 |
| 5.1. PRENSA DIARIA..... | 287 |
| 5.1.1. Lectura de Prensa Diaria..... | 287 |
| 5.1.2. Perfil de los No-Lectores..... | 294 |
| 5.2. REVISTAS..... | 296 |
| 5.2.1. Lectura de Revistas..... | 296 |
| 5.2.2. Perfil de los No-Lectores de Revistas..... | 302 |
| 5.3. RADIO..... | 304 |
| 5.3.1. Audiencia de Radio..... | 304 |
| 5.3.2. Perfil de los Radio-Oyentes..... | 306 |
| 5.3.3. Audiencia por Emisoras..... | 308 |
| 5.4. TELEVISION..... | 314 |
| 5.4.1. Audiencia de Televisión..... | 314 |
| 5.4.2. Perfil de los Televidentes..... | 319 |
| 5.4.3. Los Telediarios..... | 321 |
| 5.4.4. Programas de T.V.E..... | 324 |
| 5.4.5. Ranking de Programas Televisivos..... | 335 |
| 5.5. PUBLICIDAD..... | 339 |
| 5.5.1. El Anuncio del Mes..... | 339 |
| 5.6. LOS COMUNICADORES..... | 344 |
| 5.6.1. Imagen de Periodistas, Locutores de Radio y Presentadores de T.V..... | 344 |
| 5.6.2. Ranking de Comunicadores..... | 355 |
| 5.7. INDICE DE EXPOSICION A MEDIOS DE COMUNICACION..... | 359 |
| 5.7.1. Exposición a Medios de Comunicación..... | 359 |



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.

Incluso en España, el conocimiento que se tuvo de investigaciones realizadas en otros países occidentales, especialmente en los Estados Unidos, (B.M. Gross: "The State of the Nation: Social System Accounting" (1966); R.A. Bauer (ed.): "Social Indicators" (1966); B.M. Russett, M.R. Alker Jr., K.W. Deutsch y H.D. Lasswell: "World Handbook of Political and Social Indicators" (1964), etc.), llevaron a diversas instituciones, como la Fundación FOESSA, a patrocinar desde 1967 investigaciones y estudios que facilitarían la construcción de un sistema de indicadores sociales que, a semejanza de los indicadores económicos más tradicionalmente utilizados por los expertos, sirviesen para "tomarle el pulso" periódicamente a la sociedad española.

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

- a. Conviene diferenciar entre indicadores objetivos (tasa de natalidad, proporción de analfabetos, etc.), generalmente obtenidos de fuentes estadísticas, e indicadores subjetivos (número ideal de hijos, intención de voto, etc.), generalmente obtenidos mediante encuestas o sondeos. Los primeros, además, se refieren a hechos sociales fácilmente mensurables, mientras que los segundos se refieren a actitudes, opiniones o comportamientos de los individuos en base a la información que ellos mismos proporcionan. Así, los resultados electorales o la tirada de un periódico son indicadores objetivos, pero el recuerdo de voto o la proporción de individuos que afirman ser lectores de un periódico son indicadores subjetivos, que dependen de la exactitud y/o sinceridad con que los individuos contestan a ciertas preguntas (dejando ahora aparte los problemas de representatividad de la muestra).

En muchos casos existen datos sobre indicadores objetivos, que se refieren a determinados comportamientos del individuo, pero puede haber discrepancia entre estos datos y los proporcionados por los propios individuos respecto a su participación en dichos comportamientos. (Así, existen datos objetivos sobre las ventas de diferentes marcas de un producto -por ejemplo, el vino- pero la gente puede proporcionar información que no se ajusta a esa realidad estadística, bien porque no recuerda la marca del vino que consume, bien porque falsea la información).

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. No parece necesario insistir en que las actitudes son más difíciles de

averiguar, pues los individuos no siempre están dispuestos a desvelarlas, aunque la investigación social ha avanzado mucho para reconocerlas incluso cuando el individuo pretende ocultarlas. Las opiniones, en cuanto que son actitudes verbalizadas, pueden o no reflejar adecuadamente las actitudes reales del individuo hacia diferentes objetos sociales, ya que éste puede no desear revelar sus actitudes reales. De igual manera, el recuerdo expresado de comportamientos pasados, o la intención expresada de comportamientos futuros, puede o no corresponderse con los comportamientos reales, pasados o futuros, debido a error no intencionado o a falseamiento intencionado.

- b. La segunda conclusión general respecto a los problemas para construir un sistema de indicadores sociales es la de que ciertos indicadores pueden fluctuar en períodos cortos de tiempo, como semanas o meses (p.ej., el consumo de ciertos productos), mientras que otros varían a lo largo de períodos más largos, como años o décadas (p.ej., las actitudes básicas, como las ideológicas o las religiosas). En este caso conviene recordar una vez más que la investigación puede detectar un cambio en las opiniones (actitudes verbalizadas) aún en el supuesto de que no haya existido cambio en las actitudes; por ejemplo, los individuos pueden pretender ser favorables o contrarios a un objeto social porque prefieren verbalizar esa opinión, aún cuando su actitud real pueda ser otra.
- c. La tercera conclusión general es la de que, al menos por el momento, no existe un sistema único de indicadores sociales que haya sido aceptado por toda la comunidad de científicos e investigadores sociales como más idóneo. Por consiguiente, cada investigador utiliza en cada caso concreto el sistema de indicadores que considera más apropiado para lograr los objetivos de su investigación.

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

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

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

Así, si se observa cierta estabilidad en indicadores cuya variación se sabe que se produce en el 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 el corto plazo (p.ej., propensión al ahorro).

La elección de este sistema de indicadores no implica, por otra parte, que se considere que es el único o el mejor posible. Afortunadamente, se puede hoy disponer de estudios e investigaciones que ofrecen periódicamente datos sobre indicadores objetivos relativos a la realidad social de España, de la misma forma que se dispone de diversos estudios o investigaciones que, con periodicidad anual o mensual, se basan más bien en indicadores subjetivos (actitudes, opiniones, comportamientos e intenciones de comportamiento).

El sistema de indicadores de A.S.E.P. es el producto, provisional y revisable en cualquier caso, de una experiencia investigadora de más de veinte años sobre la sociedad española, pero también de una larga experiencia sobre la utilidad que puede darse a los hallazgos de la investigación en el sector público y el privado.

En este sentido, y como demostración de que la afirmación anterior implica algo más que buenas intenciones, ASEP ha revisado el sistema de indicadores utilizado a lo largo de los cursos 1986-87 y 1987-88, tratando de mejorarlo sobre la base de la experiencia de su utilización durante esos dos años, experiencia que ha sido cuidadosamente analizada para elaborar un nuevo sistema de indicadores, que es el que se está utilizando durante el curso 1988-89.

Los cambios introducidos se han basado en los siguientes criterios:

- 1) Se han eliminado todos los indicadores basados en preguntas cuyo contenido variaba de un sondeo a otro, aunque la estructura fuese invariable.
- 2) Se han eliminado los indicadores que implicaban percepción de cambios, cuando no quedaba clara la interpretación del cambio. Por ejemplo, cuando una persona afirmaba que ahora gastaba en alimentación más que hace seis meses, no quedaba claro si es que gastaba más porque habían subido los precios o porque había aumentado su consumo de alimentos.
- 3) Se ha eliminado algún indicador por entender que era redundante, y con menor valor explicativo-predictivo, que algún otro.
- 4) También se ha añadido algún indicador, como el IEB, para intentar medir las fluctuaciones de la Bolsa en base a la compra/venta de acciones, el IESE, para medir la evaluación global de la situación económica de España, el ISD, para medir el grado de satisfacción con el funcionamiento de la democracia y el IPR, para medir el grado de práctica religiosa.
- 5) Y se ha transformado el Índice de Exposición a Medios de Comunicación, de manera que ahora parece tener mayor poder instrumental explicativo-predictivo.

De los catorce indicadores que componen ahora el Sistema de Indicadores ASEP (dejando aparte la intención de voto), nueve pueden variar en una escala de 0 a 200, con punto de equilibrio en 100 (ISC, IPA, IEB, ISCV, IOS, IESE, ISD, ISG, IEMC). De los demás, cuatro constituyen medias aritméticas en escalas de 1 a 5 (ISN) de 1 a 7 (IPI), de 1 a 4 (IPR), o de 0 a

10 (IVITV). Y el último, finalmente, es un porcentaje, y por tanto puede variar entre 0 y 100 (IAP).

Por otra parte, todos los indicadores, son exactamente iguales de un mes a otro, pues se basan en preguntas que son absolutamente idénticas de un mes a otro.

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

Como novedad de este curso cabe resaltar que se presenta, además de la serie temporal de los catorce indicadores (más la intención de voto), el valor de cada indicador según los diferentes segmentos de población definidos en base al propio sistema de indicadores.

1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

En el Cuadro 1.1.1. se ofrece el valor de cada uno de los catorce indicadores, además de la intención directa de voto, de forma que se pueda visualizar fácilmente la evolución de cada uno de ellos entre Abril '88 y Abril '89.

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

- Mejora ligeramente la evaluación de la situación económica (aunque el ISC es negativo, es el valor más alto desde junio de 1988), y se mantienen también las malas perspectivas de su evolución (aunque el IESE es el más alto desde octubre pasado). Además, la propensión al ahorro es positiva e igual que en marzo, indicando un claro predominio de los que ahorran sobre los que se endeudan. Y el índice de evolución de la Bolsa, a pesar de que el número de accionistas es pequeño, está este mes en su nivel de equilibrio, indicando igual propensión a vender que a comprar acciones.
- La evaluación de la calidad de la vida se mantiene más o menos como en meses anteriores, y continúa siendo positiva. Ha disminuido, sin embargo, la actitud general de pesimismo, de manera que el IOS alcanza este mes el nivel de equilibrio, pues se equiparan los optimistas y pesimistas. No obstante, la evaluación global de la situación económica española continúa, como se ha dicho, en el bajo nivel de meses anteriores, aunque haya mejorado muy ligeramente.
- El grado de satisfacción con el funcionamiento de la democracia sigue siendo bastante aceptable, pero aumenta considerablemente la satisfacción con el Gobierno, que no sólo es positiva, sino que logra su valor más alto de los últimos doce meses. Aumenta aún más el índice de alienación política (casi la mitad de la población). El posicionamiento ideológico continúa entre el centro izquierda y el centro (como a lo largo de todo el curso pasado), y también continúa el equilibrio entre nacionalistas y españoles, con posicionamiento claro en la categoría de quienes se sienten tan españoles como nacionalistas (vascos, gallegos, andaluces, etc.), y una creciente tendencia al mayor peso de los españoles sobre los nacionalistas. Por último, el indicador sobre práctica religiosa sugiere que los españoles se consideran medianamente practicantes, exactamente igual que en meses anteriores.

- Puesto que el índice de exposición a medios de comunicación ha sido modificado desde octubre, no es comparable con los valores obtenidos antes de esa fecha. No obstante, el índice continúa mostrando una baja exposición, similar al de meses anteriores, y se mantiene la valoración de los programas informativos de TVE, continuando por debajo de los 7 puntos.
- En cuanto a la intención directa de voto, sin correcciones de ningún tipo, y comparando con los datos de marzo, se observa un fuerte incremento de la abstención ya decidida, el valor más alto de los últimos doce meses, y vuelve a aumentar algo el nivel de indecisión (NS/NC).

El CDS vuelve a disminuir, logrando una intención inferior al 10 por ciento, pero sigue por encima del PP, que ha disminuido otra vez también. E incluso, IU pierde intención de voto respecto a meses anteriores.

Aumenta algo este mes, sin embargo, la intención de voto a "otros" partidos, pero habrá que esperar a próximos sondeos para comprobar si se trata o no realmente de una tendencia.

En cuanto al PSOE, parece continuar con fluctuaciones que, sin embargo, implican una clara tendencia a disminuir cuando se contemplan los datos de los últimos doce meses, de manera que la intención registrada este mes, inferior a la de marzo, constituye el tercer peor resultado de los últimos doce meses.

Y, como ya se ha indicado, vuelve a aumentar la proporción de quienes afirman haber decidido ya no votar, así como la proporción que no contesta su intención de voto.

- Los datos del sistema de indicadores este mes de abril demuestran, en resumen, una actitud algo más positiva y satisfecha que en meses pasados. Así, los españoles admiten estar más bien satisfechos con la vida que llevan y con el funcionamiento de la democracia, e incluso con el Gobierno. Además, los españoles se muestran muy moderados y centrados: se sitúan entre el centro izquierda y el centro, se consideran tan españoles como nacionalistas, y medianamente practicantes en lo religioso. Pero se sigue detectando cierta inseguridad y preocupación por el futuro inmediato, tal y como se refleja en los valores persistentemente negativos del sentimiento del consumidor y de la evaluación global de la situación económica. Puede que esa inseguridad, traducida en pesimismo, esté reflejándose en el alto y mantenido índice de alienación política, en la baja intención de voto decidida a cualquier partido, en la baja exposición a medios de comunicación, y en la baja valoración de los informativos de TVE.
- Por comparación con marzo, lo más notable es la persistencia de la baja intención de voto al PSOE, (que parece ser ya en gran medida irrecuperable). Pero es aún más importante resaltar el fuerte aumento de los que ya han decidido no votar (la proporción más alta de los últimos doce meses) y de los que se sienten indecisos, (no saben o no contestan lo que votarán).

Cuadro 1.1.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|----------------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| ECONOMICOS Y DE CONSUMO | | | | | | | | | | |
| 1 -ISC | 97 | 96 | 100 | 94 | 93 | 90 | 92 | 92 | 92 | 95 |
| 2 -IPA | 109 | 113 | 120 | 110 | 112 | 109 | 109 | 115 | 109 | 109 |
| 3 -IEB | - | - | - | 98 | 99 | 93 | 94 | 103 | 93 | 100 |
| SOCIALES | | | | | | | | | | |
| 4 -ISCV | 169 | 166 | 171 | 162 | 160 | 165 | 167 | 172 | 168 | 170 |
| 5 -IOS | 103 | 97 | 103 | 94 | 94 | 94 | 96 | 99 | 92 | 100 |
| 6 -IESE | - | - | - | 95 | 92 | 87 | 88 | 87 | 90 | 92 |
| POLITICOS | | | | | | | | | | |
| 7 -ISD | - | - | - | 124 | 121 | 126 | 124 | 124 | 131 | 126 |
| 8 -ISG | 94 | 102 | 99 | 100 | 90 | 83 | 86 | 92 | 90 | 105 |
| 9 -IAP | 40 | 37 | 38 | 44 | 41 | 45 | 41 | 42 | 42 | 46 |
| 10-IPI | 3,5 | 3,5 | 3,5 | 3,4 | 3,5 | 3,4 | 3,5 | 3,4 | 3,5 | 3,5 |
| 11-ISN | 3,0 | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,1 | 3,4 |
| 12-IPR | - | - | - | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,5 | 2,5 | 2,6 | 2,6 |
| MEDIOS DE COMUNICACION | | | | | | | | | | |
| 13-IEMC | - | - | - | 82 | 83 | 83 | 76 | 85 | 79 | 81 |
| 14-IVITV | 7,3 | 7,0 | 6,5 | 6,5 | 6,6 | 6,2 | 6,6 | 6,9 | 6,6 | 6,6 |
| INTENCION DIRECTA DE VOTO | | | | | | | | | | |
| - PP | 9,7 | 10,3 | 10,4 | 7,7 | 10,4 | 8,8 | 10,1 | 10,0 | 9,7 | 8,7 |
| - CDS | 9,1 | 9,0 | 9,5 | 8,1 | 8,3 | 9,5 | 11,2 | 10,6 | 11,1 | 9,3 |
| - PSOE | 27,6 | 28,7 | 26,5 | 26,0 | 26,0 | 23,4 | 26,0 | 23,8 | 24,7 | 23,9 |
| - IU | 5,1 | 5,9 | 6,7 | 5,7 | 4,9 | 6,5 | 5,5 | 5,5 | 6,5 | 4,9 |
| - Otros | 8,2 | 8,8 | 9,2 | 8,2 | 9,1 | 7,2 | 5,9 | 8,4 | 6,3 | 7,5 |
| - No Votará | 11,6 | 11,5 | 9,9 | 14,8 | 14,7 | 13,9 | 13,5 | 12,7 | 12,0 | 15,8 |
| - NS/NC | 28,7 | 25,8 | 27,8 | 29,5 | 26,6 | 30,7 | 27,8 | 29,0 | 29,7 | 29,9 |

1.2. ANALISIS ESPECÍFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Aunque cada uno de los catorce indicadores (más la intención de voto) que componen el Sistema de Indicadores Sociales es analizado detalladamente en otros lugares del Informe, ha parecido conveniente examinar la relación que existe entre todos ellos. Para hacerlo así, en los Cuadros 1.2.1. a 1.2.15 se ofrece el valor de cada uno de estos indicadores para diferentes segmentos de la población definidos sobre la base de esos mismos indicadores, con la excepción del sentimiento del consumidor (ISC), (que por ser un índice agregado no puede ser utilizado como variable independiente), del de evolución de la bolsa (IEB), (ya que la proporción de accionistas es sólo de alrededor del 5 por ciento), del de alienación política (IAP), (porque es redundante con la intención de voto), y del de valoración de informativos de TVE (IVITV), (por no parecer adecuado como variable explicativa). Por el contrario, se han utilizado otras dos variables explicativas con un alto valor teórico y empírico: la posición social y el índice de materialismo/post- materialismo.

En el Cuadro 1.2.0. se presentan las categorías más extremas de cada una de las trece variables explicativas seleccionadas, que 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. Así, por ejemplo, al considerar la propensión al ahorro, se han considerado los que ahorran (gastan menos de lo que ingresan) y los que se endeudan (gastan más de lo que ingresan), pero no se han tomado en cuenta en este análisis los que viven al día (gastan lo que ingresan) o los que no contestan, que representan conjuntamente un 63 por ciento del total de entrevistados. De manera semejante, sólo un 3 por ciento de los entrevistados no contestan si están o no satisfechos con la calidad de vida que llevan, y un 56 por ciento no son ni optimistas ni pesimistas, etc.

El propósito de estos cuadros, por tanto, es doble:

- a) Por una parte, se pretende ofrecer, de forma eminentemente descriptiva, el contraste entre los valores de los catorce indicadores que componen el sistema (más la intención de voto) para diferentes segmentos de la población suficientemente diferenciados.
- b) Por otra parte, y puesto que estos datos se presentan mensualmente, se pueden observar cuáles son 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. Así, al comparar los datos de abril con los de marzo resalta la gran semejanza entre ellos, lo que confiere una alta fiabilidad al sistema de muestreo.

Con estas advertencias previas se comentan a continuación las conclusiones más relevantes que pueden obtenerse de los datos incluidos en los Cuadros 1.2.1. a 1.2.15.

Sentimiento del Consumidor (Cuadro 1.2.1.)

Este indicador mide el sentimiento global de los entrevistados respecto a la situación presente y futura de la situación económica personal y de España, y por tanto, puede afirmarse que mide la confianza (seguridad) o desconfianza (inseguridad) en el factor económico.

El índice para este mes de abril se encuentra por debajo del nivel de equilibrio para el total de los entrevistados, lo que indica desconfianza respecto a la seguridad económica, como ha sido la pauta general desde octubre de 1987.

Además, el examen de los datos permite afirmar que:

- 1) La casi totalidad de los segmentos de la población parecen mostrarse inseguros (desconfiados) respecto a la situación económica global.
- 2) Los únicos segmentos que muestran cierta confianza (seguridad) en la situación económica global son:
 - los que se muestran optimistas respecto al futuro de la economía española y los que se muestran optimistas respecto al futuro de su situación económica personal. En menor medida, también son algo más confiados los votantes del PSOE, los que ahorran, los satisfechos con el Gobierno y con el funcionamiento de la democracia, los de izquierda, los post-materialistas y los de alta posición social.
- 3) Por el contrario, quienes muestran una mayor desconfianza (inseguridad) en la situación económica global son:
 - los que se muestran pesimistas respecto al futuro de la economía española, y los que se muestran pesimistas respecto al futuro de su situación económica personal.
- 4) En resumen, todas las relaciones son casi idénticas a las observadas en meses anteriores y las variables que mejor parecen explicar el sentimiento global del consumidor son la evaluación de la situación económica del país y el optimismo social.

Propensión al Ahorro (Cuadro 1.2.2.)

Los datos correspondientes a este mes sugieren que la proporción de españoles que ahorran algo es superior a la de quienes se endeudan, como es habitual.

- 1) La casi totalidad de los segmentos de la población ahorra algo, y sólo los pesimistas sobre su futuro individual (como en meses anteriores), los insatisfechos con su calidad de vida, y los de baja posición social parecen estar en un proceso de endeudamiento y no de ahorro.
- 2) La propensión al ahorro es mayor entre los de posición social alta, los optimistas respecto a su futuro económico personal, los optimistas respecto a la situación económica de España, los de alta exposición a medios, los de centro y los votantes del CDS. Pero todos los demás segmentos de la población, como ya se ha dicho (excepto los tres segmentos antes citados), tienen cierta ligera propensión a ahorrar.
- 3) Las variables que mejor parecen explicar, por tanto, la propensión al ahorro, son otras de carácter socio- económico (posición social, evaluación de la futura situación económica nacional, optimismo social), mientras que las restantes parecen tener menor capacidad explicativo-predictiva.

Evolución de la Bolsa (Cuadro 1.2.3.)

Este indicador es nuevo este curso y está por tanto sujeto a un período de prueba. Se basa sólo en los entrevistados que tienen acciones en Bolsa (alrededor de sólo un 5 por ciento del total), y mide la tendencia a comprar/vender acciones en las próximas semanas. El índice de este mes es precisamente de 100, y sugiere que hay una intención de comprar equivalente a la de vender acciones.

- 1) El número de segmentos en que predomina la compra sobre la venta de acciones es ligeramente mayor que el de los segmentos en que se produce la expectativa contraria, pero en general se observa cierto equilibrio entre compradores y vendedores.
- 2) Sin embargo, no se observa una relación muy clara o sólida entre este indicador y otros, posiblemente a causa de la base de datos tan pequeña que se ha utilizado, lo que también explica ciertas fluctuaciones bruscas en algún segmento de un mes a otro.

Satisfacción con la Calidad de Vida (Cuadro 1.2.4.)

La mayoría de los españoles parecen estar bastante satisfechos con la vida que llevan, a juzgar por el alto valor de este índice, que ha fluctuado poco desde que se inició su utilización en enero de 1988. Debe señalarse, sin embargo, que es habitual que los individuos tiendan a aceptar que están satisfechos o felices con la vida que llevan, ya que lo contrario implicaría aceptar un cierto fracaso personal. Según se ha demostrado en numerosas investigaciones, en la cultura occidental se valora negativamente el fracaso, y ello implica que los individuos se sienten presionados socialmente a afirmar que la vida les va bien, o cuando menos, regular.

- 1) En cualquier caso, los segmentos que se sienten más satisfechos parecen ser los que ahorran, y los satisfechos con el Gobierno y con el funcionamiento de la Democracia.
- 2) Aunque todos los segmentos se consideran bastante satisfechos, los menos satisfechos parecen ser los que se endeudan y los pesimistas.
- 3) La propensión al ahorro parece ser, por consiguiente, la variable que mejor explica las diferencias en el grado de satisfacción con la vida.

Optimismo Social (Cuadro 1.2.5.)

Este indicador, en cuanto que mide no la situación presente, sino las expectativas futuras del individuo, presenta una pauta bastante diferente. Así, si el individuo parece necesitar autoafirmarse contestando que está muy contento con la vida que lleva, como se acaba de ver, no parece tener inconveniente en ser más pesimista respecto al futuro, cuando, como es el caso de España en estos momentos, se está todavía pasando por una larga crisis económica. Por ello, este índice ha estado habitualmente (con pocas excepciones), por debajo del nivel de equilibrio, demostrando así cierto pesimismo social, es decir, cierto pesimismo en el conjunto de los españoles respecto al futuro personal de cada uno. El índice de este mes de abril es, sin embargo, el más alto desde octubre, aunque sólo muestra un equilibrio entre los optimistas y los pesimistas.

- 1) Se observa un número similar de segmentos sociales que se sienten más pesimistas o más optimistas ante el futuro. Así, los segmentos que se sienten optimistas respecto a su futuro personal son precisamente los más optimistas al evaluar la situación de la economía

española, y en cierto modo, también los que ahorran, los satisfechos con el Gobierno, los de izquierda, los post-materialistas, los de posición social alta, y los votantes del PSOE y de IU.

- 2) Pero los más pesimistas respecto a su futuro personal son los pesimistas respecto al futuro de la economía española, los que se endeudan y los insatisfechos con su calidad de vida.
- 3) Así pues, la evaluación de la situación económica (nacional), es sin duda la variable que mejor explica el optimismo/pesimismo sobre el propio futuro personal.

Evaluación de la Situación Económica (Cuadro 1.2.6.).

En este caso, el índice para el conjunto de los entrevistados continúa por debajo del nivel de equilibrio, (en realidad muy por debajo), lo que refleja pesimismo respecto al futuro de la economía española.

- 1) Pero, en este caso, son aún menos los segmentos que se muestran optimistas. En primer lugar, como es lógico, los que se sienten optimistas respecto al propio futuro personal, y los votantes del PSOE. Y también, aunque en menor medida, los satisfechos con el Gobierno, y con el funcionamiento de la democracia, y los de izquierda.
- 2) Por el contrario, los más pesimistas respecto al futuro de la economía española son los pesimistas respecto al propio futuro, los insatisfechos con la calidad de vida, con el Gobierno y con la democracia, así como los votantes del PP y los de derecha.
- 3) Así pues, el optimismo social parece ser la variable que mejor explica la evaluación de la situación económica, y en bastante menor medida también parece explicarla el grado de satisfacción con el Gobierno y con el funcionamiento de la democracia y la intención de voto.

Satisfacción con el Funcionamiento de la Democracia (Cuadro 1.2.7.)

Este es también un índice cuya utilización se ha iniciado este curso, y muestra en general un nivel bastante aceptable de satisfacción.

- 1) Todos los segmentos de la población, excepto los insatisfechos con el Gobierno, los insatisfechos con la calidad de vida, los pesimistas respecto a la evolución de la situación económica y los votantes del PP, se muestran más bien satisfechos con el funcionamiento de la democracia.
- 2) Los más satisfechos son, no obstante, los que están satisfechos con la labor del Gobierno y con la democracia, los votantes del PSOE y los de izquierda.
- 3) El grado de satisfacción con el Gobierno y la intención de voto parecen ser las variables que mejor explican el grado de satisfacción con el funcionamiento de la democracia.

Satisfacción con el Gobierno (Cuadro 1.2.8.)

En general este índice ha fluctuado hasta el verano de 1988 alrededor del nivel de equilibrio, predominando ligeramente unos meses los satisfechos, y otros los insatisfechos. Desde

octubre, sin embargo, han predominado los insatisfechos. Pero este mes el equilibrio se ha roto ligeramente en favor de los satisfechos con el Gobierno.

- 1) Aunque los segmentos satisfechos e insatisfechos son muy similares en número, los más satisfechos son los votantes del PSOE, y solo en bastante menor medida los optimistas respecto a la situación económica nacional, los satisfechos con la democracia, así como los de izquierda.
- 2) Y los segmentos más insatisfechos con el Gobierno son los que se muestran asimismo insatisfechos con el funcionamiento de la democracia, los pesimistas respecto a la situación económica, los votantes del PP, los de IU, los insatisfechos con su calidad de vida y los pesimistas.
- 3) Así pues, el grado de satisfacción con la democracia, la evaluación de la situación económica, y la intención de voto son las variables que mejor explican el grado de satisfacción con el Gobierno.

Alienación Política (Cuadro 1.2.9.)

Teniendo en cuenta que este índice es un porcentaje, el descubrimiento de que más de un 40 por ciento de los entrevistados pueden ser considerados como políticamente alienados (utilizando este concepto en un sentido muy general) es sin duda alguna preocupante. Pero lo cierto es que la alienación aumenta cuanto más negativos son los indicadores económicos y políticos.

- 1) Los segmentos que parecen más alienados actualmente parecen ser los pesimistas respecto a su propio futuro, los de baja exposición a medios, los que se endeudan, y los insatisfechos con el Gobierno.
- 2) Por el contrario, los segmentos menos alienados, más implicados políticamente, son los que se autoposicionan en la derecha o en la izquierda, los optimistas respecto al propio futuro y al futuro económico de España, los que ahorran y los satisfechos con la labor del Gobierno.
- 3) La satisfacción con el Gobierno parece ser, por consiguiente, la variable que mejor explica la alienación política.

Posicionamiento Ideológico (Cuadro 1.2.10.)

Puesto que este indicador es una media aritmética, las diferencias de unos segmentos a otros son pequeñas. Debe advertirse que, por lo que respecta al conjunto de los españoles, apenas si se producen diferencias de un mes a otro, de manera que el centro de gravedad ideológico parece estar de manera muy estable entre el centro y el centro izquierda.

- 1) De igual manera, todos los segmentos de la población se autoposicionan (como promedio) entre el centro y el centro izquierda, aunque los votantes del CDS y los pesimistas respecto a la situación económica se sitúan prácticamente en el centro. Los votantes del PP, se sitúan entre el centro derecha y la derecha, los que se consideran más españoles que nacionalistas entre el centro y centro derecha, y los votantes de IU, los del PSOE y los post-materialistas, se autoposicionan entre la izquierda y el centro izquierda.

- 2) La intención de voto es, sin duda alguna, la variable que mejor explica el autoposicionamiento ideológico.

Sentimiento Nacionalista (Cuadro 1.2.11.)

Pero, si los españoles parecen autoposicionarse mayoritariamente entre el centro izquierda y el centro, el consenso es aún mayor en sentirse tan españoles como vascos, andaluces, extremeños, etc., como de manera bastante regular muestra este indicador. Y el consenso es tan grande que se extiende a la inmensa mayoría de los segmentos sociales, sin que se puedan advertir (como promedio) grandes inclinaciones hacia un sentimiento más nacionalista o más españolista. Pero debe resaltarse que todos los segmentos se sitúan en el punto de equilibrio entre nacionalismo y españolismo, o ligeramente inclinados hacia el polo españolista, (valores del índice superiores a 3,0).

Práctica Religiosa (Cuadro 1.2.12.)

Este indicador supone una innovación este curso, aunque sustituye a otro que se había utilizado previamente. El nuevo índice calculado desde octubre es prácticamente igual todos los meses, e indica claramente que los españoles se sitúan (como promedio) en una posición equidistante de los muy practicantes y de los nada practicantes.

- 1) La mayoría de los segmentos sociales considerados se sitúan entre este punto medio y los más practicantes, destacando sobre todo, como más practicantes, los de derecha y los votantes del PP.
- 2) Por el contrario, los menos practicantes parecen ser los votantes de IU, los de posición social alta, los post-materialistas, y los de izquierda.
- 3) En consecuencia, la intención de voto y el posicionamiento ideológico parecen ser las variables que mejor explican la práctica religiosa.

Exposición a Medios de Comunicación (Cuadro 1.2.13.)

La medición de la exposición a medios, en un sólo índice que combine la lectura de prensa y revistas, la audiencia de radio y la de TV, ha resultado siempre una tarea difícil, por lo que en diversas ocasiones se ha modificado para lograr un índice que sea útil como variable explicativo-predictiva de manera coherente con la teoría. Así, en octubre se inició una nueva versión de este índice, y por las pruebas hasta ahora realizadas parece que mejora bastante a los anteriores.

En cualquier caso, la exposición a medios sigue siendo baja, (inferior a 100, que sería el punto de equilibrio), para el conjunto de la población, habiéndose alcanzado este mes de abril el tercer nivel más bajo desde octubre.

- 1) Sin embargo, la exposición a medios es más alta en aquellos segmentos en que, desde un punto de vista teórico, debería serlo: los de posición social alta, y en menor medida, pero por encima del nivel de equilibrio, los optimistas, los postmaterialistas, y también los que ahorran, los de izquierda y los votantes de IU.
- 2) Por el contrario, la exposición a medios es muy baja entre los de posición social baja.

- 3) En todo caso, la posición social destaca como la variable que mejor explica las diferencias en exposición a medios de comunicación, lo que confirma las hipótesis derivadas de la teoría centro-periferia.

Valoración de Informativos de TVE (Cuadro 1.2.14.)

Aunque la valoración de los informativos sigue siendo moderadamente alta, ha descendido mucho en los últimos sondeos, incluido éste de marzo, manteniéndose por debajo de los 7 puntos, e igual que en marzo.

- 1) En cualquier caso, la mayor parte de los segmentos sociales conceden una valoración de 6,0 a 6,9 puntos a los informativos.
- 2) Pero conceden una valoración superior a los 7 puntos los votantes del PSOE, los satisfechos con el Gobierno y los optimistas.
- 3) Los votantes de IU y los de posición social alta son quienes valoran más bajo a los informativos.
- 4) La intención de voto, aunque también la posición social, parecen ser las variables con mayor poder explicativo-predictivo de la valoración de los informativos de TVE.

Intención de Voto (Cuadro 1.2.15.)

La intención de voto que se utiliza junto con el Sistema de Indicadores es la manifestada directamente por los entrevistados si las elecciones fuesen mañana mismo. En otro lugar del Informe se presenta la estimación de voto elaborada por ASEP, por lo que aquí debe tenerse en cuenta que la intención de voto hacia el PP está sub-estimada, mientras que la del PSOE está aparentemente sobrevalorada. En todo caso, a efectos del contraste entre segmentos de la población, estas cuestiones tienen una importancia menor.

- Puede observarse que la intención de voto hacia el PP es mayor que en el conjunto de la población sobre todo entre los de derecha, y también entre los de práctica religiosa alta, los pesimistas, los de alta exposición a medios, y los insatisfechos con el Gobierno y con el funcionamiento de la democracia.
- La intención de voto hacia el CDS es significativamente mayor que para el conjunto de la muestra entre los de centro.
- En cuanto a la intención de voto hacia el PSOE, es considerablemente mayor entre los de izquierda y los satisfechos con el Gobierno, pero también entre los optimistas respecto a la situación económica, los satisfechos con la democracia y los optimistas respecto al propio futuro.
- El voto a IU es más alto que el promedio entre los de izquierda y los post-materialistas.
- La intención de voto hacia otros partidos es superior especialmente entre los que se sienten más nacionalistas que españoles, los de izquierda, los post-materialistas, y los de posición social alta.

- En cuanto a los que ya tienen decidido no votar, parecen constituir una proporción mayor entre los insatisfechos con la calidad de vida, con el Gobierno y con la democracia, los que se endeudan, los pesimistas respecto a la futura situación económica personal y nacional, los de baja práctica religiosa, y los post-materialistas.
- Finalmente, la proporción que no sabe o no contesta su intención de voto es mayor que en el conjunto de la muestra entre los de baja exposición a medios y los de posición social baja.

En general, como puede advertirse, la mayoría de los indicadores parecen estar bien relacionados con la intención de voto, aparte de estarlo entre sí, (como se ha visto anteriormente), lo que puede tomarse como punto de partida sobre la validez y fiabilidad de los indicadores para continuar con análisis más elaborados en próximos meses o en el Informe Trimestral.

Cuadro 1.2.0.

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

| INDICADORES: | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Total | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | |
| Ahorran | 24% | 24% | 23% | 24% | 26% | 22% | 23% |
| Se Endeudan | 14 | 12 | 14 | 14 | 11 | 13 | 14 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | |
| Satisfechos | 78% | 77% | 80% | 80% | 85% | 82% | 84% |
| Insatisfechos | 16 | 17 | 15 | 15 | 13 | 14 | 13 |
| Optimismo Social | | | | | | | |
| Optimistas | 23% | 22% | 21% | 22% | 23% | 21% | 22% |
| Pesimistas | 28 | 28 | 27 | 26 | 24 | 29 | 22 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | |
| Optimistas | 24% | 23% | 21% | 23% | 23% | 22% | 22% |
| Pesimistas | 29 | 31 | 34 | 35 | 36 | 32 | 30 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | |
| Satisfechos | 53% | 53% | 57% | 56% | 56% | 58% | 56% |
| Insatisfechos | 29 | 33 | 30 | 32 | 32 | 28 | 30 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | |
| Satisfechos | 42% | 39% | 34% | 37% | 41% | 38% | 46% |
| Insatisfechos | 42 | 49 | 51 | 50 | 49 | 49 | 40 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | |
| Izquierda | 36% | 38% | 37% | 40% | 36% | 36% | 34% |
| Centro | 15 | 16 | 15 | 15 | 14 | 15 | 15 |
| Derecha | 14 | 16 | 13 | 16 | 15 | 14 | 14 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 24% | 22% | 22% | 24% | 21% | 24% | 19% |
| Más españoles | 28 | 27 | 27 | 30 | 31 | 26 | 36 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 26% | 29% | 27% | 27% | 25% | 25% | 27% |
| Baja | 47 | 48 | 48 | 52 | 50 | 46 | 50 |
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 15% | 14% | 15% | 14% | 17% | 15% | 18% |
| Baja | 32 | 35 | 35 | 32 | 29 | 35 | 35 |

| | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 71% | 75% | 75% | 75% | 77% | 78% | 76% |
| Post-materialistas | 29 | 25 | 25 | 25 | 23 | 22 | 23 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 16% | 16% | 15% | 16% | 16% | 14% | 17% |
| Baja | 38 | 39 | 41 | 40 | 38 | 40 | 40 |
| Intención de Voto | | | | | | | |
| PP | 8% | 10% | 9% | 10% | 10% | 10% | 9% |
| CDS | 8 | 8 | 10 | 11 | 11 | 11 | 9 |
| PSOE | 26 | 26 | 23 | 26 | 24 | 25 | 24 |
| IU | 6 | 5 | 6 | 5 | 6 | 6 | 5 |

Cuadro 1.2.1.

**Índice de Sentimiento del Consumidor, según el Sistema de
Indicadores Sociales ASEP.**

| INDICADORES: | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 94 | 93 | 90 | 92 | 92 | 92 | 95 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | |
| Ahorran | 108 | 108 | 94 | 100 | 97 | 106 | 108 |
| Se Endeudan | 82 | 78 | 85 | 90 | 82 | 77 | 80 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | |
| Satisfechos | 97 | 97 | 92 | 92 | 90 | 95 | 99 |
| Insatisfechos | 80 | 79 | 80 | 90 | 89 | 74 | 76 |
| Optimismo Social | | | | | | | |
| Optimistas | 137 | 136 | 110 | 107 | 105 | 136 | 134 |
| Pesimistas | 51 | 50 | 64 | 68 | 64 | 48 | 48 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | |
| Optimistas | 141 | 143 | 132 | 132 | 129 | 141 | 147 |
| Pesimistas | 46 | 50 | 54 | 56 | 36 | 49 | 51 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | |
| Satisfechos | 102 | 101 | 96 | 98 | 95 | 99 | 104 |
| Insatisfechos | 83 | 82 | 80 | 80 | 81 | 76 | 83 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | |
| Satisfechos | 106 | 105 | 99 | 101 | 99 | 106 | 108 |
| Insatisfechos | 84 | 84 | 83 | 83 | 82 | 81 | 84 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | |
| Izquierda | 101 | 100 | 97 | 97 | 104 | 98 | 105 |
| Centro | 92 | 97 | 86 | 88 | 83 | 90 | 97 |
| Derecha | 92 | 85 | 82 | 85 | 83 | 90 | 83 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 93 | 87 | 90 | 94 | 93 | 87 | 98 |
| Más españoles | 93 | 90 | 86 | 91 | 90 | 89 | 92 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 89 | 88 | 85 | 89 | 84 | 86 | 91 |
| Baja | 96 | 97 | 91 | 93 | 94 | 93 | 99 |

| | | | | | | | |
|----------------------------|-----|-----|----|-----|-----|-----|-----|
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 96 | 99 | 89 | 93 | 90 | 94 | 102 |
| Baja | 92 | 91 | 89 | 91 | 90 | 91 | 90 |
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 92 | 92 | 89 | 91 | 89 | 91 | 93 |
| Post-materialistas | 99 | 97 | 92 | 91 | 93 | 95 | 104 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 96 | 95 | 89 | 86 | 89 | 92 | 104 |
| Baja | 94 | 90 | 89 | 92 | 91 | 93 | 91 |
| Intención de Voto | | | | | | | |
| PP | 85 | 86 | 75 | 81 | 78 | 88 | 83 |
| CDS | 99 | 80 | 85 | 90 | 86 | 89 | 87 |
| PSOE | 104 | 107 | 99 | 102 | 103 | 107 | 112 |
| IU | 90 | 88 | 90 | 93 | 88 | 80 | 99 |

Cuadro 1.2.2.

**Índice de Propensión al Ahorro, según el Sistema de
Indicadores Sociales ASEP.**

| INDICADORES: | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 110 | 112 | 109 | 109 | 115 | 109 | 109 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | |
| Satisfechos | 114 | 118 | 113 | 113 | 119 | 114 | 114 |
| Insatisfechos | 92 | 88 | 94 | 106 | 113 | 86 | 79 |
| Optimismo Social | | | | | | | |
| Optimistas | 121 | 126 | 118 | 129 | 124 | 126 | 125 |
| Pesimistas | 91 | 94 | 94 | 94 | 95 | 93 | 84 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | |
| Optimistas | 120 | 122 | 116 | 122 | 124 | 121 | 118 |
| Pesimistas | 100 | 103 | 102 | 105 | 108 | 102 | 104 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | |
| Satisfechos | 114 | 116 | 114 | 113 | 118 | 110 | 112 |
| Insatisfechos | 107 | 108 | 101 | 108 | 111 | 109 | 106 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | |
| Satisfechos | 113 | 114 | 110 | 115 | 119 | 110 | 114 |
| Insatisfechos | 108 | 110 | 110 | 106 | 112 | 110 | 106 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | |
| Izquierda | 114 | 113 | 108 | 112 | 118 | 114 | 112 |
| Centro | 113 | 119 | 113 | 115 | 113 | 109 | 118 |
| Derecha | 118 | 117 | 121 | 116 | 119 | 112 | 116 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 111 | 110 | 106 | 107 | 114 | 105 | 109 |
| Más españoles | 107 | 114 | 102 | 110 | 116 | 112 | 111 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 106 | 113 | 112 | 106 | 113 | 112 | 108 |
| Baja | 112 | 111 | 110 | 110 | 117 | 108 | 110 |
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 117 | 127 | 122 | 115 | 122 | 126 | 119 |
| Baja | 103 | 106 | 101 | 104 | 114 | 101 | 100 |

| | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 110 | 110 | 108 | 108 | 114 | 106 | 107 |
| Post-materialistas | 110 | 118 | 111 | 112 | 120 | 120 | 113 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 130 | 129 | 125 | 128 | 134 | 124 | 121 |
| Baja | 102 | 104 | 100 | 102 | 107 | 101 | 98 |
| Intención de Voto | | | | | | | |
| PP | 116 | 115 | 115 | 116 | 112 | 120 | 109 |
| CDS | 120 | 104 | 113 | 116 | 123 | 112 | 121 |
| PSOE | 109 | 110 | 108 | 114 | 117 | 112 | 109 |
| IU | 104 | 114 | 94 | 106 | 113 | 106 | 112 |

Cuadro 1.2.3.

**Índice de Evolución de la Bolsa, según el Sistema de
Indicadores Sociales ASEP.**

| INDICADORES: | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 98 | 99 | 93 | 94 | 103 | 93 | 100 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | |
| Ahorran | 86 | 100 | 85 | 88 | 101 | 98 | 104 |
| Se Endeudan | 100 | 84 | 69 | 100 | 119 | 81 | 100 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | |
| Satisfechos | 98 | 100 | 88 | 89 | 99 | 94 | 100 |
| Insatisfechos | 97 | 88 | 112 | 100 | 107 | 74 | 100 |
| Optimismo Social | | | | | | | |
| Optimistas | 100 | 102 | 92 | 100 | 106 | 93 | 101 |
| Pesimistas | 100 | 100 | 94 | 90 | 98 | 86 | 100 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | |
| Optimistas | 87 | 105 | 91 | 86 | 119 | 99 | 90 |
| Pesimistas | 104 | 100 | 94 | 90 | 94 | 93 | 100 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | |
| Satisfechos | 100 | 95 | 90 | 92 | 108 | 88 | 101 |
| Insatisfechos | 95 | 108 | 93 | 100 | 92 | 94 | 100 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | |
| Satisfechos | 101 | 90 | 84 | 100 | 98 | 88 | 104 |
| Insatisfechos | 96 | 102 | 94 | 94 | 106 | 96 | 102 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | |
| Izquierda | 104 | 96 | 95 | 94 | 104 | 100 | 112 |
| Centro | 85 | 100 | 93 | 90 | 84 | 93 | 90 |
| Derecha | 100 | 100 | 87 | 92 | 113 | 77 | 100 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 114 | 102 | 89 | 100 | 114 | 100 | 100 |
| Más españoles | 88 | 98 | 80 | 95 | 104 | 86 | 112 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 100 | 95 | 86 | 94 | 91 | 101 | 83 |
| Baja | 95 | 100 | 100 | 89 | 111 | 98 | 105 |

| | | | | | | | |
|----------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 95 | 100 | 86 | 89 | 104 | 80 | 109 |
| Baja | 107 | 100 | 100 | 100 | 99 | 100 | 117 |
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 102 | 100 | 95 | 94 | 99 | 98 | 93 |
| Post-materialistas | 88 | 96 | 86 | 93 | 112 | 78 | 113 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 95 | 95 | 88 | 94 | 106 | 85 | 109 |
| Baja | 99 | 95 | 85 | 88 | 108 | 100 | 100 |
| Intención de Voto | | | | | | | |
| PP | 100 | 100 | 182 | 82 | 107 | 109 | 84 |
| CDS | 69 | 100 | 80 | 80 | 73 | 84 | 109 |
| PSOE | 114 | 100 | 93 | 100 | 91 | 109 | 101 |
| IU | 100 | 100 | 100 | 100 | 126 | 100 | 100 |

Cuadro 1.2.4.

Índice de Satisfacción con la Calidad de Vida, según el Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

| INDICADORES: | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---------------------------------------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 162 | 160 | 165 | 167 | 172 | 168 | 170 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | |
| Ahorran | 175 | 177 | 177 | 182 | 181 | 181 | 188 |
| Se Endeudan | 139 | 123 | 146 | 141 | 150 | 138 | 137 |
| Optimismo Social | | | | | | | |
| Optimistas | 161 | 160 | 169 | 176 | 168 | 169 | 177 |
| Pesimistas | 143 | 136 | 150 | 148 | 162 | 147 | 148 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | |
| Optimistas | 169 | 167 | 180 | 180 | 179 | 173 | 179 |
| Pesimistas | 149 | 148 | 155 | 58 | 164 | 155 | 156 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | |
| Satisfechos | 171 | 173 | 176 | 177 | 182 | 177 | 181 |
| Insatisfechos | 153 | 138 | 150 | 149 | 156 | 154 | 154 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | |
| Satisfechos | 175 | 177 | 179 | 177 | 184 | 176 | 182 |
| Insatisfechos | 154 | 146 | 159 | 56 | 162 | 162 | 159 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | |
| Izquierda | 162 | 157 | 164 | 165 | 171 | 166 | 168 |
| Centro | 168 | 170 | 168 | 162 | 172 | 167 | 178 |
| Derecha | 166 | 167 | 180 | 169 | 180 | 170 | 170 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 155 | 155 | 160 | 162 | 168 | 166 | 164 |
| Más españoles | 164 | 158 | 159 | 167 | 172 | 171 | 171 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 175 | 164 | 169 | 165 | 176 | 171 | 172 |
| Baja | 155 | 159 | 162 | 167 | 166 | 167 | 167 |
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 166 | 165 | 166 | 164 | 177 | 170 | 179 |
| Baja | 160 | 157 | 168 | 169 | 170 | 168 | 168 |

| | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 165 | 161 | 168 | 168 | 172 | 168 | 172 |
| Post-materialistas | 157 | 157 | 160 | 164 | 173 | 168 | 165 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 166 | 174 | 168 | 157 | 173 | 170 | 174 |
| Baja | 166 | 160 | 160 | 168 | 171 | 168 | 167 |
| Intención de Voto | | | | | | | |
| PP | 171 | 166 | 175 | 168 | 172 | 164 | 165 |
| CDS | 168 | 158 | 170 | 166 | 172 | 172 | 170 |
| PSOE | 168 | 166 | 171 | 174 | 176 | 177 | 177 |
| IU | 143 | 135 | 148 | 157 | 159 | 144 | 163 |

Cuadro 1.2.5.

**Índice de Optimismo Social, según el Sistema de
Indicadores Sociales ASEP.**

| INDICADORES: | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 94 | 94 | 94 | 96 | 99 | 92 | 100 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | |
| Ahorran | 119 | 117 | 110 | 125 | 118 | 114 | 124 |
| Se Endeudan | 80 | 73 | 80 | 86 | 81 | 67 | 74 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | |
| Satisfechos | 98 | 99 | 97 | 99 | 100 | 96 | 104 |
| Insatisfechos | 81 | 77 | 76 | 93 | 94 | 70 | 78 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | |
| Optimistas | 125 | 126 | 131 | 128 | 130 | 125 | 134 |
| Pesimistas | 60 | 67 | 68 | 72 | 76 | 68 | 76 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | |
| Satisfechos | 102 | 101 | 101 | 103 | 104 | 98 | 107 |
| Insatisfechos | 88 | 89 | 87 | 90 | 92 | 82 | 91 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | |
| Satisfechos | 106 | 104 | 104 | 106 | 107 | 104 | 112 |
| Insatisfechos | 87 | 90 | 87 | 89 | 93 | 83 | 92 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | |
| Izquierda | 105 | 103 | 104 | 106 | 111 | 101 | 112 |
| Centro | 96 | 99 | 94 | 85 | 90 | 90 | 99 |
| Derecha | 96 | 88 | 82 | 89 | 93 | 91 | 91 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 91 | 92 | 94 | 104 | 104 | 91 | 103 |
| Más españoles | 100 | 89 | 92 | 92 | 96 | 88 | 101 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 84 | 84 | 85 | 88 | 90 | 88 | 96 |
| Baja | 96 | 102 | 99 | 100 | 102 | 92 | 105 |
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 109 | 106 | 102 | 106 | 104 | 100 | 107 |
| Baja | 91 | 88 | 89 | 87 | 95 | 90 | 90 |

| | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 91 | 89 | 93 | 92 | 96 | 89 | 94 |
| Post-materialistas | 102 | 109 | 98 | 107 | 111 | 102 | 119 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 102 | 101 | 106 | 106 | 106 | 100 | 116 |
| Baja | 86 | 88 | 88 | 89 | 108 | 90 | 90 |
| Intención de Voto | | | | | | | |
| PP | 90 | 88 | 77 | 84 | 82 | 99 | 97 |
| CDS | 110 | 79 | 92 | 97 | 98 | 92 | 96 |
| PSOE | 104 | 104 | 107 | 104 | 112 | 107 | 114 |
| IU | 101 | 105 | 88 | 119 | 101 | 76 | 115 |

Cuadro 1.2.6.

Índice de Evaluación de la Situación Económica, según
el Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

| INDICADORES: | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 95 | 92 | 87 | 88 | 87 | 90 | 92 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | |
| Ahorran | 109 | 106 | 96 | 104 | 97 | 104 | 100 |
| Se Endeudan | 80 | 76 | 76 | 82 | 68 | 78 | 80 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | |
| Satisfechos | 99 | 96 | 91 | 88 | 86 | 93 | 96 |
| Insatisfechos | 79 | 79 | 67 | 87 | 86 | 70 | 72 |
| Optimismo Social | | | | | | | |
| Optimistas | 130 | 125 | 124 | 120 | 118 | 118 | 121 |
| Pesimistas | 61 | 62 | 54 | 56 | 54 | 59 | 53 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | |
| Satisfechos | 108 | 106 | 100 | 102 | 99 | 102 | 107 |
| Insatisfechos | 77 | 73 | 66 | 62 | 68 | 64 | 70 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | |
| Satisfechos | 118 | 116 | 105 | 112 | 109 | 113 | 111 |
| Insatisfechos | 76 | 74 | 74 | 69 | 68 | 74 | 73 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | |
| Izquierda | 105 | 102 | 102 | 103 | 104 | 97 | 108 |
| Centro | 88 | 95 | 85 | 80 | 78 | 90 | 95 |
| Derecha | 89 | 78 | 72 | 69 | 72 | 82 | 69 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 91 | 80 | 91 | 95 | 87 | 81 | 94 |
| Más españoles | 91 | 90 | 79 | 88 | 85 | 90 | 87 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 89 | 88 | 76 | 82 | 75 | 84 | 85 |
| Baja | 96 | 95 | 90 | 93 | 89 | 92 | 96 |
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 97 | 98 | 86 | 89 | 89 | 91 | 94 |
| Baja | 91 | 92 | 84 | 87 | 85 | 90 | 87 |

| | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 93 | 92 | 85 | 87 | 84 | 92 | 91 |
| Post-materialistas | 99 | 90 | 92 | 89 | 97 | 86 | 97 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 92 | 92 | 86 | 76 | 87 | 86 | 98 |
| Baja | 99 | 91 | 85 | 89 | 89 | 96 | 91 |
| Intención de Voto | | | | | | | |
| PP | 81 | 75 | 60 | 58 | 59 | 80 | 70 |
| CDS | 92 | 80 | 78 | 88 | 81 | 80 | 74 |
| PSOE | 114 | 115 | 105 | 114 | 115 | 115 | 120 |
| IU | 77 | 73 | 84 | 94 | 83 | 76 | 91 |

Cuadro 1.2.7.

**Índice de Satisfacción con el Funcionamiento de la Democracia,
según el Sistema de Indicadores Sociales ASEP.**

| INDICADORES: | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 124 | 121 | 126 | 124 | 124 | 131 | 126 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | |
| Ahorran | 130 | 130 | 138 | 127 | 132 | 135 | 125 |
| Se Endeudan | 113 | 114 | 108 | 112 | 116 | 133 | 105 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | |
| Satisfechos | 129 | 130 | 133 | 123 | 122 | 137 | 133 |
| Insatisfechos | 103 | 82 | 92 | 126 | 127 | 102 | 88 |
| Optimismo Social | | | | | | | |
| Optimistas | 134 | 126 | 134 | 135 | 126 | 136 | 131 |
| Pesimistas | 110 | 105 | 109 | 111 | 105 | 113 | 100 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | |
| Optimistas | 150 | 145 | 151 | 154 | 144 | 154 | 152 |
| Pesimistas | 103 | 94 | 101 | 98 | 101 | 102 | 96 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | |
| Satisfechos | 163 | 172 | 172 | 173 | 172 | 178 | 171 |
| Insatisfechos | 91 | 79 | 96 | 88 | 84 | 93 | 75 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | |
| Izquierda | 130 | 131 | 134 | 134 | 139 | 134 | 141 |
| Centro | 124 | 127 | 130 | 126 | 123 | 133 | 130 |
| Derecha | 110 | 98 | 104 | 96 | 107 | 120 | 102 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 114 | 101 | 123 | 119 | 120 | 113 | 113 |
| Más españoles | 123 | 121 | 122 | 122 | 119 | 129 | 119 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 125 | 121 | 123 | 130 | 125 | 137 | 122 |
| Baja | 124 | 120 | 128 | 121 | 120 | 124 | 123 |
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 119 | 120 | 118 | 114 | 132 | 135 | 123 |
| Baja | 130 | 124 | 130 | 132 | 129 | 133 | 130 |

| | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 126 | 123 | 129 | 129 | 127 | 135 | 130 |
| Post-materialistas | 120 | 112 | 117 | 108 | 114 | 116 | 113 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 112 | 122 | 117 | 101 | 130 | 114 | 118 |
| Baja | 134 | 118 | 137 | 136 | 128 | 142 | 132 |
| Intención de Voto | | | | | | | |
| PP | 92 | 89 | 91 | 87 | 97 | 112 | 94 |
| CDS | 113 | 111 | 125 | 120 | 118 | 140 | 121 |
| PSOE | 159 | 157 | 161 | 161 | 161 | 163 | 168 |
| IU | 94 | 117 | 103 | 121 | 114 | 97 | 117 |

Cuadro 1.2.8.

Índice de Satisfacción con el Gobierno, según el Sistema de
Indicadores Sociales ASEP.

| INDICADORES: | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Total | 100 | 90 | 83 | 86 | 92 | 90 | 105 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | |
| Ahorran | 103 | 90 | 80 | 91 | 103 | 85 | 106 |
| Se Endeudan | 92 | 78 | 80 | 70 | 88 | 80 | 83 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | |
| Satisfechos | 106 | 99 | 89 | 84 | 85 | 94 | 111 |
| Insatisfechos | 76 | 52 | 60 | 90 | 98 | 70 | 68 |
| Optimismo Social | | | | | | | |
| Optimistas | 114 | 100 | 94 | 101 | 99 | 102 | 115 |
| Pesimistas | 82 | 76 | 64 | 72 | 73 | 69 | 76 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | |
| Optimistas | 137 | 125 | 105 | 117 | 122 | 124 | 137 |
| Pesimistas | 70 | 58 | 59 | 54 | 59 | 61 | 75 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | |
| Satisfechos | 129 | 129 | 111 | 119 | 128 | 122 | 144 |
| Insatisfechos | 48 | 30 | 32 | 29 | 32 | 26 | 41 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | |
| Izquierda | 113 | 98 | 85 | 101 | 104 | 100 | 122 |
| Centro | 95 | 92 | 83 | 70 | 95 | 90 | 95 |
| Derecha | 73 | 61 | 75 | 56 | 69 | 66 | 78 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 94 | 79 | 79 | 84 | 82 | 70 | 90 |
| Más españoles | 92 | 91 | 83 | 82 | 91 | 82 | 103 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 95 | 102 | 85 | 95 | 93 | 96 | 111 |
| Baja | 101 | 81 | 82 | 85 | 89 | 82 | 105 |
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 76 | 80 | 60 | 66 | 93 | 75 | 87 |
| Baja | 114 | 99 | 102 | 99 | 108 | 111 | 118 |

| | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 106 | 95 | 90 | 92 | 96 | 96 | 111 |
| Post-materialistas | 86 | 75 | 63 | 70 | 79 | 69 | 85 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 82 | 79 | 50 | 65 | 80 | 56 | 90 |
| Baja | 113 | 98 | 104 | 103 | 103 | 109 | 121 |
| Intención de Voto | | | | | | | |
| PP | 60 | 60 | 57 | 37 | 64 | 58 | 62 |
| CDS | 82 | 78 | 77 | 68 | 84 | 59 | 101 |
| PSOE | 158 | 151 | 141 | 146 | 142 | 144 | 167 |
| IU | 62 | 59 | 33 | 53 | 52 | 49 | 76 |

Cuadro 1.2.9.

**Índice de Alienación Política, según el Sistema de
Indicadores Sociales ASEP.**

| INDICADORES: | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 44 | 41 | 45 | 41 | 42 | 42 | 46 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | |
| Ahorran | 41 | 39 | 45 | 38 | 41 | 34 | 30 |
| Se Endeudan | 40 | 37 | 46 | 47 | 46 | 47 | 50 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | |
| Satisfechos | 44 | 40 | 44 | 39 | 43 | 42 | 45 |
| Insatisfechos | 48 | 44 | 49 | 43 | 40 | 40 | 49 |
| Optimismo Social | | | | | | | |
| Optimistas | 34 | 34 | 37 | 34 | 35 | 34 | 33 |
| Pesimistas | 47 | 44 | 44 | 43 | 40 | 47 | 52 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | |
| Optimistas | 34 | 32 | 36 | 31 | 30 | 33 | 32 |
| Pesimistas | 44 | 42 | 42 | 41 | 43 | 42 | 45 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | |
| Satisfechos | 40 | 36 | 41 | 35 | 36 | 37 | 38 |
| Insatisfechos | 45 | 45 | 46 | 43 | 46 | 43 | 49 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | |
| Satisfechos | 34 | 29 | 34 | 32 | 33 | 33 | 34 |
| Insatisfechos | 48 | 46 | 48 | 42 | 44 | 41 | 50 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | |
| Izquierda | 24 | 25 | 30 | 30 | 27 | 24 | 28 |
| Centro | 40 | 33 | 43 | 26 | 28 | 36 | 34 |
| Derecha | 31 | 26 | 24 | 24 | 23 | 28 | 30 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 40 | 36 | 45 | 44 | 41 | 40 | 46 |
| Más españoles | 44 | 44 | 46 | 42 | 40 | 43 | 46 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 47 | 39 | 44 | 42 | 43 | 40 | 43 |
| Baja | 40 | 40 | 44 | 40 | 42 | 42 | 46 |

| | | | | | | | |
|----------------------------|----|----|----|----|----|----|----|
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 37 | 37 | 49 | 38 | 37 | 36 | 37 |
| Baja | 47 | 48 | 44 | 46 | 42 | 45 | 54 |
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 45 | 42 | 46 | 42 | 43 | 42 | 47 |
| Post-materialistas | 42 | 40 | 42 | 39 | 37 | 40 | 43 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 45 | 38 | 46 | 36 | 35 | 36 | 40 |
| Baja | 49 | 44 | 47 | 47 | 45 | 43 | 49 |

Cuadro 1.2.10.

**Índice de Posicionamiento Ideológico, Según el Sistema
de Indicadores Sociales ASEP.**

| INDICADORES: | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 3,4 | 3,5 | 3,4 | 3,5 | 3,4 | 3,5 | 3,5 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | |
| Ahorran | 3,5 | 3,6 | 3,6 | 3,6 | 3,5 | 3,5 | 3,5 |
| Se Endeudan | 3,2 | 3,4 | 3,6 | 3,5 | 3,4 | 3,6 | 3,4 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | |
| Satisfechos | 3,4 | 3,6 | 3,5 | 3,3 | 3,3 | 3,5 | 3,5 |
| Insatisfechos | 3,1 | 3,4 | 3,0 | 3,6 | 3,5 | 3,4 | 3,4 |
| Optimismo Social | | | | | | | |
| Optimistas | 3,3 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,3 | 3,2 |
| Pesimistas | 3,5 | 3,5 | 3,6 | 3,6 | 3,6 | 3,5 | 3,8 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | |
| Optimistas | 3,2 | 3,2 | 3,0 | 3,3 | 3,1 | 3,2 | 3,1 |
| Pesimistas | 3,5 | 3,7 | 3,6 | 3,6 | 3,7 | 3,5 | 3,9 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | |
| Satisfechos | 3,3 | 3,4 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,4 | 3,3 |
| Insatisfechos | 3,5 | 3,7 | 3,5 | 3,7 | 3,6 | 3,5 | 3,7 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | |
| Satisfechos | 3,2 | 3,3 | 3,3 | 3,1 | 3,3 | 3,3 | 3,2 |
| Insatisfechos | 3,5 | 3,7 | 3,4 | 3,7 | 3,6 | 3,5 | 3,7 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 3,1 | 3,3 | 3,2 | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 1,7 |
| Más españoles | 3,6 | 3,6 | 3,6 | 3,7 | 3,6 | 3,5 | 4,8 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 4,1 | 4,3 | 4,2 | 4,3 | 4,4 | 4,1 | 3,5 |
| Baja | 3,1 | 3,0 | 3,0 | 3,1 | 3,0 | 3,1 | 3,4 |
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 3,4 | 3,4 | 3,3 | 3,5 | 3,4 | 3,3 | 3,5 |
| Baja | 3,4 | 3,5 | 3,6 | 3,6 | 3,6 | 3,6 | 3,7 |

| | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 3,6 | 3,7 | 3,7 | 3,7 | 3,6 | 3,6 | 3,7 |
| Post-materialistas | 3,0 | 2,9 | 2,8 | 2,9 | 2,9 | 2,9 | 2,8 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 3,3 | 3,5 | 3,2 | 3,5 | 3,2 | 3,3 | 3,1 |
| Baja | 3,6 | 3,8 | 3,6 | 3,7 | 3,6 | 3,5 | 3,7 |
| Intención de Voto | | | | | | | |
| PP | 5,1 | 5,5 | 5,4 | 5,3 | 5,1 | 5,3 | 5,2 |
| CDS | 4,0 | 4,0 | 3,9 | 3,9 | 4,0 | 4,0 | 3,9 |
| PSOE | 2,8 | 2,8 | 2,8 | 2,8 | 2,8 | 2,8 | 2,7 |
| IU | 2,3 | 2,1 | 2,2 | 2,3 | 2,2 | 2,1 | 2,3 |

Cuadro 1.2.11.

**Índice de Sentimiento Nacionalista, según el Sistema de
Indicadores Sociales ASEP.**

| INDICADORES: | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,1 | 3,4 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | |
| Ahorran | 3,1 | 3,2 | 3,1 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,4 |
| Se Endeudan | 3,1 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,2 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | |
| Satisfechos | 3,2 | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,4 |
| Insatisfechos | 3,0 | 3,1 | 3,2 | 3,2 | 3,3 | 3,1 | 3,4 |
| Optimismo Social | | | | | | | |
| Optimistas | 3,2 | 3,0 | 3,2 | 3,0 | 3,1 | 3,1 | 3,4 |
| Pesimistas | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 3,2 | 3,3 | 3,1 | 3,4 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | |
| Optimistas | 3,1 | 3,2 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 3,3 |
| Pesimistas | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,5 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | |
| Satisfechos | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,4 |
| Insatisfechos | 3,1 | 3,0 | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,1 | 3,5 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | |
| Satisfechos | 3,1 | 3,2 | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,1 | 3,5 |
| Insatisfechos | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,4 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | |
| Izquierda | 3,0 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 3,1 | 3,3 |
| Centro | 3,3 | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,2 | 3,1 | 3,5 |
| Derecha | 3,3 | 3,2 | 3,2 | 3,4 | 3,4 | 3,2 | 3,4 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 3,1 | 3,2 | 3,2 | 3,3 | 3,3 | 3,1 | 3,5 |
| Baja | 3,1 | 3,0 | 3,1 | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,4 |
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,2 | 3,4 | 3,1 | 3,4 |
| Baja | 3,1 | 3,0 | 3,1 | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,3 |

| | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,3 | 3,2 | 3,4 |
| Post-materialistas | 3,1 | 3,0 | 3,0 | 3,1 | 3,1 | 2,9 | 3,3 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 3,5 | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,4 | 3,2 | 3,4 |
| Baja | 3,0 | 3,1 | 3,0 | 3,0 | 3,1 | 3,0 | 3,3 |
| Intención de Voto | | | | | | | |
| PP | 3,5 | 3,2 | 3,2 | 3,6 | 3,6 | 3,3 | 3,6 |
| CDS | 3,5 | 3,3 | 3,4 | 3,3 | 3,5 | 3,1 | 3,8 |
| PSOE | 3,1 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,3 | 3,2 | 3,4 |
| IU | 3,0 | 3,0 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 3,2 |

Cuadro 1.2.12.

**Índice de Práctica Religiosa, según el Sistema de
Indicadores Sociales ASEP.**

| INDICADORES: | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,5 | 2,5 | 2,6 | 2,6 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | |
| Ahorran | 2,4 | 2,6 | 2,6 | 2,5 | 2,5 | 2,7 | 2,5 |
| Se Endeudan | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,7 | 2,6 | 2,6 | 2,6 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | |
| Satisfechos | 2,7 | 2,6 | 2,6 | 2,5 | 2,5 | 2,6 | 2,6 |
| Insatisfechos | 2,2 | 2,5 | 2,5 | 2,6 | 2,6 | 2,5 | 2,4 |
| Optimismo Social | | | | | | | |
| Optimistas | 2,5 | 2,3 | 2,3 | 2,2 | 2,3 | 2,4 | 2,3 |
| Pesimistas | 2,7 | 2,8 | 2,7 | 2,7 | 2,6 | 2,6 | 2,7 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | |
| Optimistas | 2,5 | 2,5 | 2,4 | 2,3 | 2,5 | 2,5 | 2,5 |
| Pesimistas | 2,6 | 2,7 | 2,7 | 2,6 | 2,7 | 2,6 | 2,7 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | |
| Satisfechos | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,7 | 2,5 |
| Insatisfechos | 2,5 | 2,5 | 2,6 | 2,3 | 2,4 | 2,4 | 2,6 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | |
| Satisfechos | 2,6 | 2,8 | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,7 | 2,6 |
| Insatisfechos | 2,6 | 2,5 | 2,5 | 2,4 | 2,4 | 2,5 | 2,5 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | |
| Izquierda | 2,1 | 2,0 | 2,1 | 2,0 | 2,0 | 2,1 | 2,0 |
| Centro | 2,9 | 2,8 | 2,8 | 2,8 | 2,7 | 3,0 | 2,7 |
| Derecha | 3,2 | 3,4 | 3,5 | 3,2 | 3,5 | 3,2 | 3,3 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 2,5 | 2,3 | 2,3 | 2,3 | 2,3 | 2,5 | 2,4 |
| Más españoles | 2,6 | 2,7 | 2,7 | 2,6 | 2,6 | 2,5 | 2,6 |
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 2,3 | 2,4 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,6 | 2,5 |
| Baja | 2,7 | 2,8 | 2,7 | 2,6 | 2,7 | 2,7 | 2,8 |

| | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 2,8 | 2,8 | 2,7 | 2,7 | 2,6 | 2,8 | 2,7 |
| Post-materialistas | 2,1 | 2,1 | 2,2 | 2,0 | 2,2 | 2,1 | 2,0 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 2,0 | 2,2 | 2,0 | 2,2 | 2,1 | 2,3 | 1,9 |
| Baja | 3,0 | 3,1 | 2,9 | 2,9 | 2,9 | 2,9 | 3,0 |
| Intención de Voto | | | | | | | |
| PP | 3,3 | 3,5 | 3,5 | 3,1 | 3,4 | 3,3 | 3,4 |
| CDS | 2,9 | 2,8 | 2,7 | 2,6 | 2,6 | 2,9 | 2,5 |
| PSOE | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,5 | 2,4 | 2,4 | 2,5 |
| IU | 1,6 | 1,6 | 1,8 | 1,6 | 1,6 | 1,6 | 1,6 |

Cuadro 1.2.13.

**Índice de Exposición a Medios de Comunicación, según el Sistema de
Indicadores Sociales ASEP.**

| INDICADORES: | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 82 | 83 | 83 | 76 | 85 | 79 | 81 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | |
| Ahorran | 106 | 111 | 108 | 87 | 101 | 106 | 107 |
| Se Endeudan | 71 | 77 | 80 | 79 | 78 | 75 | 80 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | |
| Satisfechos | 82 | 85 | 83 | 82 | 92 | 79 | 84 |
| Insatisfechos | 92 | 78 | 87 | 71 | 78 | 78 | 68 |
| Optimismo Social | | | | | | | |
| Optimistas | 87 | 97 | 100 | 91 | 102 | 89 | 101 |
| Pesimistas | 76 | 80 | 78 | 72 | 82 | 82 | 66 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | |
| Optimistas | 90 | 95 | 94 | 78 | 96 | 94 | 95 |
| Pesimistas | 90 | 85 | 87 | 83 | 86 | 87 | 78 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | |
| Satisfechos | 80 | 82 | 83 | 74 | 87 | 77 | 80 |
| Insatisfechos | 103 | 90 | 94 | 86 | 93 | 95 | 92 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | |
| Satisfechos | 71 | 75 | 72 | 64 | 80 | 68 | 75 |
| Insatisfechos | 101 | 94 | 100 | 91 | 93 | 100 | 95 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | |
| Izquierda | 95 | 95 | 105 | 88 | 104 | 104 | 106 |
| Centro | 91 | 94 | 84 | 86 | 94 | 82 | 84 |
| Derecha | 99 | 99 | 87 | 76 | 97 | 81 | 88 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 91 | 102 | 98 | 84 | 86 | 90 | 91 |
| Más españoles | 89 | 77 | 89 | 80 | 97 | 77 | 85 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 67 | 74 | 74 | 71 | 71 | 68 | 70 |
| Baja | 90 | 89 | 92 | 77 | 94 | 83 | 93 |

| | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 71 | 73 | 75 | 69 | 76 | 70 | 72 |
| Post-materialistas | 109 | 112 | 109 | 98 | 116 | 112 | 112 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 143 | 140 | 151 | 118 | 149 | 145 | 139 |
| Baja | 43 | 56 | 52 | 50 | 51 | 48 | 44 |
| Intención de Voto | | | | | | | |
| PP | 94 | 86 | 76 | 89 | 92 | 91 | 88 |
| CDS | 108 | 96 | 85 | 72 | 112 | 85 | 98 |
| PSOE | 65 | 74 | 73 | 62 | 75 | 78 | 75 |
| IU | 111 | 95 | 95 | 105 | 90 | 102 | 115 |

Cuadro 1.2.14.

Índice de Valoración de Informativos de TVE, según el Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

| INDICADORES: | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 6,5 | 6,6 | 6,2 | 6,6 | 6,9 | 6,6 | 6,6 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | |
| Ahorran | 6,4 | 6,6 | 6,3 | 6,9 | 6,8 | 6,7 | 6,4 |
| Se Endeudan | 6,2 | 6,5 | 6,1 | 6,4 | 7,0 | 6,4 | 6,2 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | |
| Satisfechos | 6,6 | 6,6 | 6,3 | 6,6 | 7,0 | 6,7 | 6,6 |
| Insatisfechos | 6,0 | 6,3 | 6,0 | 6,6 | 6,9 | 6,4 | 6,6 |
| Optimismo Social | | | | | | | |
| Optimistas | 6,7 | 6,6 | 6,8 | 7,0 | 7,1 | 6,8 | 6,7 |
| Pesimistas | 6,4 | 6,4 | 5,8 | 6,4 | 7,0 | 6,3 | 6,7 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | |
| Optimistas | 7,0 | 7,3 | 6,5 | 7,1 | 7,4 | 7,0 | 7,1 |
| Pesimistas | 6,0 | 6,2 | 6,1 | 6,2 | 6,8 | 6,4 | 6,3 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | |
| Satisfechos | 6,7 | 6,9 | 6,5 | 6,9 | 7,1 | 6,9 | 6,8 |
| Insatisfechos | 6,0 | 6,0 | 5,7 | 6,1 | 6,7 | 6,2 | 6,1 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | |
| Satisfechos | 7,0 | 7,3 | 6,9 | 7,1 | 7,3 | 7,2 | 7,0 |
| Insatisfechos | 6,0 | 6,1 | 5,6 | 6,2 | 6,7 | 6,2 | 6,1 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | |
| Izquierda | 6,3 | 6,5 | 6,1 | 6,6 | 6,9 | 6,6 | 6,5 |
| Centro | 6,4 | 7,2 | 6,2 | 6,9 | 7,1 | 6,7 | 6,8 |
| Derecha | 6,3 | 6,7 | 6,1 | 6,4 | 6,9 | 6,8 | 6,4 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 6,2 | 6,4 | 6,3 | 6,6 | 6,2 | 6,8 | 6,7 |
| Más españoles | 6,4 | 6,4 | 6,2 | 6,3 | 6,8 | 6,5 | 6,6 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 6,8 | 6,9 | 6,3 | 6,8 | 7,0 | 6,8 | 6,9 |
| Baja | 6,4 | 6,5 | 6,2 | 6,5 | 6,9 | 6,5 | 6,5 |

| | | | | | | | |
|----------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 5,9 | 6,5 | 5,8 | 6,3 | 6,7 | 6,3 | 6,1 |
| Baja | 6,6 | 6,6 | 6,4 | 6,6 | 7,1 | 6,7 | 6,6 |
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 6,6 | 6,7 | 6,3 | 6,7 | 7,0 | 6,8 | 6,7 |
| Post-materialistas | 6,1 | 6,2 | 5,9 | 6,3 | 6,7 | 6,0 | 6,2 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 5,8 | 5,7 | 5,5 | 6,0 | 6,4 | 6,1 | 5,8 |
| Baja | 6,9 | 7,0 | 6,6 | 7,0 | 7,2 | 6,9 | 6,9 |
| Intención de Voto | | | | | | | |
| PP | 6,6 | 6,9 | 6,3 | 6,3 | 6,8 | 6,8 | 6,4 |
| CDS | 6,1 | 6,9 | 6,2 | 6,8 | 7,0 | 6,6 | 6,8 |
| PSOE | 7,1 | 7,3 | 6,9 | 7,2 | 7,3 | 7,2 | 7,2 |
| IU | 5,8 | 5,8 | 6,0 | 5,9 | 6,5 | 5,9 | 5,7 |

Cuadro 1.2.15.

**Intención Directa de Voto, según el Sistema de
Indicadores Sociales ASEP.**

ABRIL 1989

| INDICADORES: | PP | CDS | PSOE | IU | Otros | No Votarán | NS/NC |
|---|-------|------|------|------|-------|------------|-------|
| Total | 8,7% | 9,3 | 23,9 | 4,9 | 0,7 | 15,8 | 30,0 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | |
| Ahorran | 9,5% | 12,1 | 23,5 | 6,1 | 1,2 | 13,0 | 27,5 |
| Se Endeudan | 10,0 | 5,7 | 23,0 | 5,6 | 0,0 | 17,2 | 32,5 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | |
| Satisfechos | 8,5% | 9,2 | 24,9 | 4,6 | 0,9 | 14,2 | 30,8 |
| Insatisfechos | 10,4% | 9,6 | 19,1 | 5,8 | 0,0 | 25,1 | 23,5 |
| Optimismo Social | | | | | | | |
| Optimistas | 9,2% | 9,6 | 31,8 | 6,6 | 1,2 | 11,8 | 21,5 |
| Pesimistas | 10,5% | 11,5 | 16,8 | 3,3 | 0,0 | 20,3 | 32,2 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | |
| Optimistas | 6,7% | 7,3 | 41,0 | 5,6 | 0,7 | 10,3 | 21,7 |
| Pesimistas | 13,6% | 13,5 | 14,3 | 5,6 | 0,3 | 16,4 | 28,5 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | |
| Satisfechos | 6,5% | 9,5 | 34,1 | 4,9 | 0,8 | 13,2 | 25,3 |
| Insatisfechos | 13,8% | 11,3 | 9,9 | 6,4 | 0,6 | 19,0 | 29,9 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | |
| Satisfechos | 5,2% | 9,2 | 42,1 | 4,0 | 0,8 | 11,3 | 23,2 |
| Insatisfechos | 14,0% | 10,2 | 7,1 | 7,0 | 0,9 | 18,9 | 31,6 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | |
| Izquierda | 1,7% | 5,8 | 43,6 | 11,7 | 1,6 | 12,3 | 15,3 |
| Centro | 5,6% | 32,3 | 13,8 | 2,3 | 0,7 | 7,5 | 26,8 |
| Derecha | 48,1% | 9,2 | 4,0 | 0,6 | 0,0 | 9,1 | 21,1 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 5,6% | 3,0 | 20,1 | 7,7 | 1,4 | 16,9 | 29,1 |
| Más españoles | 10,7% | 12,6 | 23,6 | 4,0 | 0,2 | 17,5 | 28,1 |

| | | | | | | | |
|----------------------------|-------|------|------|------|-----|------|------|
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 17,3% | 9,0 | 22,5 | 0,9 | 0,6 | 12,7 | 30,6 |
| Baja | 4,5% | 9,1 | 25,6 | 7,1 | 0,6 | 18,0 | 28,2 |
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 14,2% | 11,0 | 18,4 | 7,2 | 2,8 | 12,8 | 24,3 |
| Baja | 9,5% | 6,7 | 23,6 | 3,2 | 0,0 | 17,2 | 36,7 |
| Postmaterialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 10,3% | 9,6 | 24,9 | 3,0 | 0,4 | 15,3 | 31,6 |
| Post-materialistas | 3,8% | 8,1 | 20,7 | 11,2 | 1,8 | 17,5 | 25,1 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Alta | 7,9% | 11,6 | 20,8 | 8,5 | 2,6 | 16,0 | 24,0 |
| Baja | 8,0% | 8,6 | 26,8 | 3,0 | 0,0 | 15,7 | 33,0 |



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, parece 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, parece 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, para comprobar la representatividad de la muestra, sino también explicativo, es decir, para examinar las diferencias en las actitudes y comportamientos de los entrevistados según diferentes segmentos de la población.

2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES

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

2.1.1. Tamaño de los Hogares

En el Cuadro 2.1.1.1. se presentan los datos sobre distribución de los hogares según el número de personas que viven en ellos. Como puede comprobarse, algo menos de un 10 por ciento de los españoles de 18 y más años residen en hogares unipersonales, alrededor de un 65 por ciento residen en hogares de dos, tres o cuatro personas, y alrededor de una cuarta parte reside en hogares de cinco o más personas.

Por comparación con otros países europeos, el promedio resultante de 3,6 personas por hogar es relativamente elevado, y refleja la persistencia de pautas familiares tradicionales (natalidad más elevada y coexistencia de varias generaciones en un mismo hogar, es decir, familia "extensa"). En cualquier caso, el promedio resultante de 3,6 personas por hogar, que es casi idéntico en todos los sondeos realizados hasta ahora, se ajusta a la información censal procedente del INE.

En el Cuadro 2.1.1.2. se pueden comprobar las diferencias en el tamaño promedio de los hogares según diferentes características socioeconómicas de los mismos. Así, se puede observar que el tamaño promedio de los hogares es mayor cuanto más alto es el nivel de status

socioeconómico familiar, siendo las diferencias muy significativas. Por el contrario, las diferencias rural-urbanas o por el status ocupacional del cabeza de familia no parecen ser demasiado significativas, probablemente porque las posibles diferencias se ven enmascaradas por otras variables más directamente relacionadas con el tamaño del hogar. Si comparamos estos datos con los obtenidos en los sondeos ASEP de meses anteriores, se observa que la variación de los mismos es mínima, lo que corrobora la representatividad de la muestra utilizada.

2.1.2. Estructura Ocupacional

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 su propio status ocupacional.

En el Cuadro 2.1.2.1. se ofrece la distribución de los hogares a que pertenecen los entrevistados según el status ocupacional del cabeza de familia. Debe explicarse aquí que la "ocupación", como categoría de análisis, es una de las más complicadas con que se enfrenta el investigador, hasta el punto de que la clasificación por ocupaciones ha variado al menos en tres ocasiones en los Censos de Población del INE a lo largo de este siglo. De igual manera, es difícil encontrar dos investigaciones, no ya en diversos países, sino incluso en España, que utilicen el mismo número de categorías ocupacionales.

La clasificación de ocupaciones utilizada en ASEP consta de alrededor de treinta categorías que se resumen en las siete incluidas en el Cuadro 2.1.2.1. y, siguiendo otro criterio, en las cinco que se incluyen en el Cuadro 2.1.2.2.

Si comparamos los datos de los sondeos realizados hasta ahora, las variaciones que se encuentran son muy pequeñas.

Como puede comprobarse, casi un tercio de los hogares tienen a un jubilado como cabeza de familia, proporción que comienza a ser importante en la sociedad española, al igual que en la mayor parte de Europa, y que incluye no sólo a los jubilados por edad, sino a los jubilados anticipadamente por razones de desempleo.

Por lo demás, es razonable que alrededor de la mitad de los hogares tengan cabezas de familia con status ocupacional medio, y que menos del 10 por ciento tengan status ocupacional alto. Un 4 por ciento de los cabezas de familia son parados, proporción que es similar a la de meses anteriores.

Los datos del Cuadro 2.1.2.2. demuestran, por otra parte, que un 8 por ciento de los cabezas de familia trabajan en el sector público, y aproximadamente 4 de cada 10 cabezas de familia trabajan por cuenta ajena en el sector privado.

En general, los datos de este mes son muy semejantes a los de meses anteriores, lo que confiere gran fiabilidad a los resultados.

2.1.3. Niveles de Renta

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 término, porque la gente se resiste a contestar cuáles son sus ingresos (un 23 por ciento no contesta en el presente estudio).

Además, los que contestan suelen hacerlo de manera poco veraz, unas veces porque los entrevistados desconocen realmente el volumen de los ingresos familiares, otras porque no tienen en cuenta los ingresos de todos los miembros del hogar, otras porque no tienen en cuenta ingresos en especie, y otras, finalmente, porque falsean intencionadamente la información por preocupaciones fiscales. Diversas investigaciones en España y otros países parecen haber llegado a la conclusión de que, en general, los entrevistados suelen declarar sus ingresos con una sub-estimación aproximada del 20 por ciento, (es decir, que quienes dicen ingresar 100.000 ptas. mensuales, probablemente están más cerca de las 120.000 ptas.). En todo caso, los datos procedentes de los sondeos realizados son muy semejantes entre sí, como puede comprobarse incluso al haber introducido cambios en la escala presentada a los entrevistados. En efecto, durante el pasado curso, entre un 50 y un 55 por ciento de los entrevistados afirmaba ingresar menos de 100.000 ptas. mensuales, por lo que la proporción de este mes de abril, 51 por ciento, es totalmente coherente. Y lo mismo puede afirmarse de los anteriores intervalos de 200.000 a 350.000 ptas., o de 350.000 ptas. y más, ambos subdivididos ahora en otros dos intervalos cada uno.

2.1.4. Equipamiento

De los nueve bienes o artículos incluidos en este estudio, la lavadora de ropa parece ser el más ubicuo, ya que está en un 89 por ciento de los hogares. El 89 por ciento de los hogares tienen también TV en color (cuya difusión ha sido extraordinariamente rápida), y alrededor del 70 por ciento tiene vivienda propia (España sigue siendo uno de los países con mayor proporción de propietarios -frente a arrendatarios- de vivienda) y teléfono, (aunque casi un tercio de los hogares sigue aún careciendo de este artículo, que hoy puede ser considerado de primera necesidad). Alrededor del 60 por ciento tienen automóvil (que ha dejado de ser un artículo de lujo y de consumo de minorías, salvo por lo que respecta a ciertas marcas y modelos).

Alrededor de un 30 por ciento de los hogares disponen también de un equipo de HIFI, pero la proporción de hogares con vídeo ha ido creciendo, siendo ya habitualmente superior al 30 por ciento; y alrededor del 10 por ciento disponen de lavavajillas y de microordenador, aunque es previsible que ambos bienes, especialmente el ordenador, experimenten un importante crecimiento en poco tiempo.

El promedio de artículos es de 4,7 por hogar (promedio que se ha ido elevando durante los últimos doce meses), con un coeficiente de variación del 39 por ciento (derivado del cociente entre la media aritmética y la desviación standard). Estos valores coinciden en general con los datos de anteriores sondeos, lo que ratifica su representatividad.

En el Cuadro 2.1.4.2. se ofrecen los datos sobre equipamiento de los hogares según diversas características socioeconómicas de los mismos. Como era de esperar, el promedio de artículos es mayor cuanto más alto es el nivel de status socioeconómico familiar; además se observa que los hogares poseen mayor número de bienes cuanto más urbanizado es el lugar de residencia.

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 comprueba que existe mayor homogeneidad en cuanto a equipamiento entre los entrevistados de status socioeconómico alto.

2.1.5. Status Socioeconómico Familiar

Ha parecido conveniente intentar construir un índice resumen que sintetice de manera fácil y clara 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.

Hay alrededor de un tercio de los hogares con un status socioeconómico familiar bajo o medio bajo, algo más de un 50% de hogares de status socioeconómico medio, y alrededor de un 10 por ciento de hogares que se pueden catalogar como con un status socioeconómico alto o medio alto. La utilidad explicativa de este índice se pone de manifiesto en todo el Informe, al comprobarse que las actitudes y comportamientos de los entrevistados varían considerable y significativamente entre los cuatro segmentos diferenciados.

Cuadro 2.1.1.1.

Distribución de los Hogares según el Número de personas que lo componen

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| 1 | 8% | 9% | 7% | 9% | 9% | 9% | 7% | 8% | 8% | 8% |
| 2 | 21 | 20 | 21 | 21 | 22 | 22 | 20 | 22 | 23 | 23 |
| 3 | 19 | 20 | 24 | 19 | 19 | 20 | 21 | 20 | 20 | 21 |
| 4 | 24 | 24 | 23 | 25 | 23 | 23 | 25 | 24 | 21 | 23 |
| 5 | 15 | 15 | 14 | 14 | 17 | 14 | 16 | 14 | 16 | 14 |
| 6 | 7 | 6 | 7 | 7 | 6 | 8 | 7 | 6 | 6 | 6 |
| 7 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 |
| 8 y más | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| NS/NC | - | * | * | 1 | 1 | 2 | - | 1 | 1 | * |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |
| Tamaño Medio del Hogar | 3,6 | 3,6 | 3,6 | 3,6 | 3,5 | 3,5 | 3,6 | 3,5 | 3,5 | 3,6 |

Cuadro 2.1.1.2.

Tamaño Medio del Hogar, por Características Socioeconómicas de los Hogares

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-89 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|--|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 3,6 | 3,6 | 3,6 | 3,6 | 3,5 | 3,5 | 3,6 | 3,5 | 3,5 | 3,6 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 3,6 | 3,7 | 3,6 | 3,7 | 3,5 | 3,5 | 3,6 | 3,5 | 3,5 | 3,3 |
| Urbano | 3,7 | 3,7 | 3,6 | 3,6 | 3,6 | 3,7 | 3,7 | 3,6 | 3,7 | 3,7 |
| Metropolitano | 3,6 | 3,5 | 3,5 | 3,4 | 3,4 | 3,3 | 3,4 | 3,4 | 3,3 | 3,5 |
| Status Ocupacional del Cabeza de Familia: | | | | | | | | | | |
| Alto | 4,0 | 3,7 | 3,9 | 3,9 | 4,0 | 4,2 | 3,6 | 3,6 | 3,4 | 4,3 |
| Medio | 4,0 | 4,1 | 4,0 | 3,9 | 3,8 | 3,8 | 3,9 | 3,9 | 3,9 | 3,9 |
| Bajo | 4,2 | 4,3 | 4,0 | 4,2 | 3,9 | 3,8 | 3,9 | 3,8 | 4,1 | 3,7 |
| En Paro | 3,5 | 4,0 | 3,6 | 3,7 | 4,0 | 4,1 | 3,9 | 3,8 | 3,9 | 3,5 |
| Amas de Casa | 2,4 | 2,7 | 2,9 | 2,9 | 2,6 | 2,8 | 3,3 | 3,1 | 2,7 | 3,9 |
| Jubilados | 2,9 | 2,6 | 2,7 | 2,7 | 2,7 | 2,8 | 2,8 | 2,8 | 2,8 | 2,8 |
| Status Socio-Económico Familiar: | | | | | | | | | | |
| Alto, medio alto | 4,4 | 4,0 | 4,2 | 4,0 | 3,9 | 4,1 | 3,9 | 4,0 | 3,9 | 4,0 |
| Medio | 3,8 | 3,9 | 3,9 | 3,9 | 3,8 | 3,8 | 3,9 | 3,9 | 3,8 | 3,9 |
| Medio Bajo | 3,2 | 3,0 | 2,7 | 3,0 | 3,0 | 3,1 | 3,1 | 3,0 | 3,1 | 3,1 |
| Bajo | 2,5 | 2,7 | 2,6 | 3,0 | 2,5 | 2,5 | 2,4 | 2,6 | 2,4 | 2,1 |

Cuadro 2.1.2.1.

Status Ocupacional del Cabeza de Familia

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Alto | 10% | 9% | 10% | 7% | 7% | 5% | 5% | 6% | 8% | 8% |
| Medio | 44 | 46 | 43 | 47 | 45 | 47 | 51 | 47 | 45 | 48 |
| Bajo | 10 | 10 | 13 | 10 | 12 | 11 | 8 | 10 | 10 | 8 |
| En Paro | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| Ama de Casa | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| Jubilado | 28 | 28 | 29 | 28 | 28 | 28 | 30 | 30 | 29 | 30 |
| NS/NC | 2 | 1 | - | 1 | - | - | - | 1 | 1 | * |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

Cuadro 2.1.2.2.

Sector Económico del Cabeza de Familia

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|--------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| No Activos | 31% | 30% | 31% | 30% | 30% | 30% | 30% | 32% | 31% | 32% |
| En Paro | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| Sector Público | 7 | 8 | 9 | 7 | 7 | 8 | 7 | 8 | 7 | 8 |
| Privados C. Ajena | 41 | 42 | 42 | 43 | 45 | 42 | 44 | 43 | 42 | 42 |
| Privados C. Propia | 15 | 16 | 14 | 14 | 13 | 14 | 13 | 13 | 14 | 14 |
| NS/NC | 2 | - | - | 1 | - | - | 1 | - | - | - |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

Cuadro 2.1.3.1.

Distribución de los Hogares por Niveles de Renta Familiar*

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Menos de 45.000pts. | 13% | 12% | 12% | 17% | 15% | 16% | 18% | 13% | 15% | 14% |
| De 45 a 75.000pts. | 12 | 13 | 13 | 20 | 19 | 17 | 17 | 17 | 17 | 19 |
| De 75 a 100.000pts. | 25 | 25 | 28 | 16 | 19 | 19 | 20 | 21 | 18 | 18 |
| De 100 a 150.000pts. | 15 | 17 | 18 | 15 | 15 | 14 | 13 | 15 | 15 | 15 |
| De 150 a 200.000pts | 4 | 6 | 5 | 6 | 6 | 6 | 7 | 7 | 4 | 5 |
| De 200 a 275.000pts. | - | - | - | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| De 275 a 350.000pts. | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| De 350 a 450.000pts. | - | - | - | * | - | * | 1 | * | - | * |
| Más de 450.000 pts. | 1 | 1 | 1 | - | - | * | - | * | - | 1 |
| Sin Respuesta | 26 | 22 | 20 | 22 | 21 | 24 | 21 | 22 | 24 | 23 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

*Durante el curso 1987-88, la escala de ingresos utilizada fue:

- Menos de 40.000pts.
- De 40 a 60.000pts.
- De 60 a 100.000pts.
- De 100 a 150.000pts.
- De 150 a 200.000pts.
- De 200 a 350.000pts.
- Más de 350.000pts.

La nueva escala ha tenido en cuenta, por una parte, la elevación de los ingresos a causa de las revisiones salariales, y ha introducido nuevas categorías entre ingresos más altos, con el fin de facilitar a los entrevistados una más correcta contestación.

Cuadro 2.1.4.1.

Equipamiento de los Hogares

| Porcentaje de Hogares con: | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-----------------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Lavadora | 87 | 91 | 92 | 92 | 90 | 90 | 90 | 88 | 90 | 89 |
| T.V. color | 84 | 85 | 86 | 86 | 86 | 86 | 88 | 87 | 87 | 89 |
| Vivienda Propia | 70 | 72 | 74 | 72 | 72 | 73 | 73 | 68 | 73 | 76 |
| Teléfono | 66 | 68 | 71 | 71 | 68 | 69 | 70 | 68 | 68 | 65 |
| Automóvil | 58 | 59 | 62 | 62 | 61 | 60 | 61 | 60 | 60 | 59 |
| Equipo HIFI | 25 | 26 | 26 | 25 | 25 | 26 | 25 | 26 | 25 | 30 |
| Video | 27 | 29 | 29 | 31 | 33 | 33 | 33 | 34 | 33 | 37 |
| Lavavajillas | 11 | 9 | 12 | 13 | 11 | 10 | 8 | 10 | 10 | 10 |
| Microordenador | 7 | 6 | 8 | 7 | 8 | 7 | 7 | 9 | 8 | 8 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |
| Media (x) artículos por Hogar | 4,5 | 4,5 | 4,6 | 4,6 | 4,6 | 4,6 | 4,6 | 4,6 | 4,6 | 4,7 |
| Coefficiente de Variación (%) | 41 | 38 | 38 | 39 | 38 | 39 | 37 | 39 | 38 | 39 |

Cuadro 2.1.4.2.

Equipamiento de los Hogares según Características Socioeconómicas de los Hogares

| ABRIL 1989 | Total Muestra | Equipamiento: | | | | | | | | | | x Art. | CV% |
|---------------------------------|---------------|-----------------|------------|----------|-------|-----------|-----------|---------------|------|----------------|-----|--------|-----|
| | | Vivienda Propia | Auto-móvil | TV Color | Video | Telé-fono | Lava-dora | Lavava-jillas | HIFI | Micro-ordenad. | | | |
| Total | (1.205) | 76% | 59 | 89 | 37 | 65 | 89 | 10 | 30 | 8 | 4,7 | 39 | |
| Hábitat: | | | | | | | | | | | | | |
| Rural | (295) | 85% | 54 | 83 | 20 | 49 | 81 | 5 | 14 | 2 | 4,0 | 43 | |
| Urbano | (561) | 76% | 60 | 89 | 40 | 64 | 89 | 9 | 31 | 11 | 4,8 | 38 | |
| Metropolitano | (349) | 68% | 62 | 94 | 47 | 81 | 95 | 14 | 43 | 10 | 5,2 | 34 | |
| Status Socioeconómico Familiar: | | | | | | | | | | | | | |
| Alto, Medio Alto | (153) | 84% | 90 | 99 | 68 | 91 | 99 | 37 | 76 | 29 | 6,7 | 21 | |
| Medio | (627) | 75% | 73 | 95 | 44 | 70 | 95 | 8 | 34 | 8 | 5,0 | 30 | |
| Medio Bajo | (325) | 78% | 36 | 90 | 20 | 62 | 88 | 2 | 12 | 3 | 4,0 | 32 | |
| Bajo | (100) | 60% | - | 33 | - | 10 | 35 | - | - | - | 1,6 | 32 | |

Cuadro 2.1.5.1.

Índice de Status Socioeconómico Familiar

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Alto, medio alto | 11% | 12% | 12% | 12% | 12% | 11% | 12% | 12% | 11% | 13% |
| Medio | 58 | 58 | 58 | 52 | 52 | 52 | 52 | 52 | 54 | 52 |
| Medio bajo | 21 | 22 | 21 | 28 | 26 | 28 | 28 | 27 | 27 | 27 |
| Bajo | 10 | 8 | 8 | 9 | 9 | 9 | 8 | 9 | 9 | 8 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS

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

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

2.2.1. Características Demográficas

La estructura demográfica de la muestra (población entrevistada) se ajusta perfectamente a los datos estadísticos oficiales más recientes (del Instituto Nacional de Estadística), teniendo en cuenta su reducido tamaño (solo 1.200 personas de uno y otro sexo, de 18 y más años).

Así, en el Cuadro 2.2.1.1. se observa que la composición por sexo es de un 48 por ciento de varones frente a un 52 por ciento de mujeres, (proporciones idénticas, para la población de 18 y más años, a las del Censo de Población de 1981).

La distribución por edades es también semejante a la del Censo de Población de 1981. Así, tomando en consideración cuatro grupos de edad, la distribución de la muestra y la del Censo de Población de 1981 (entre paréntesis) son así:

| | |
|--------------------|---------------|
| menores de 30 años | 25,9% (26,1%) |
| 30 a 49 años | 35,1% (35,0%) |
| 50 a 64 años | 22,7% (22,6%) |
| 65 y más años | 16,3% (16,3%) |

El índice de discrepancia entre las dos distribuciones porcentuales es por tanto del 0,2 por ciento, que se debe a una ligera sub-representación de los menores de 30 años, y a una consiguiente sobre-representación de los de 30 a 64 años.

En cuanto al estado civil, hay un 24 por ciento de solteros en la muestra, y la correspondiente proporción en el Censo de Población de 1981 (referida en ambos casos a la población española de 18 y más años) es del 24 por ciento. La proporción de casados es igualmente similar en ambos casos (64 por ciento en la muestra y 66 por ciento en el Censo), y sólo se observan algunas diferencias entre las otras categorías, debido, por una parte, al reducido tamaño de estos segmentos, y por otra, a que en algunos casos la información proporcionada por los entrevistados (en esta investigación o en la recogida de datos censales) no es correcta (separados, viviendo en pareja, etc.).

2.2.2. Características Socioeconómicas

Se han considerado dos de las tres dimensiones que generalmente se utilizan para definir el status socioeconómico de una persona: su nivel educativo y su ocupación. Se ha omitido el

tercero, la renta o nivel de ingresos, porque se ha preferido, a los efectos de esta investigación, preguntar por los ingresos familiares, puesto que los ingresos personales del entrevistado pueden, en muchos casos, no ser una variable explicativa de sus actitudes y comportamientos. En efecto, el status socioeconómico de ciertos segmentos de la población puede no depender de sus propios ingresos (por ejemplo, amas de casa, jóvenes y ancianos dependientes, etc.), sino de los ingresos familiares, y por ello se ha utilizado esta variable, los ingresos familiares, como una propiedad del hogar, y no del individuo entrevistado. En todo caso, todas las investigaciones realizadas en España y otros países demuestran la estrecha correlación entre nivel educativo, ocupación e ingresos.

En cambio, se ha considerado la ocupación del entrevistado, al igual que ya se hizo respecto a la del cabeza de familia, en un doble aspecto: como status de prestigio social, y como sector económico.

En el cuadro 2.2.2.1. se puede comprobar que la proporción de entrevistados que pueden ser considerados analfabetos es del 6 por ciento. Esta cifra parece congruente con la que proporcionan las estadísticas oficiales, ya que la muestra se refiere solo a personas de 18 y más años; las estadísticas educativas oficiales estiman en un 7 por ciento la tasa de analfabetismo para la población de 10 y más años. En conjunto, pues, la proporción de personas de 18 y más años que sólo han logrado finalizar los estudios primarios como mucho, según esta investigación, es del 66 por ciento, y un 6 por ciento habría logrado terminar los estudios universitarios o técnicos superiores.

En cuanto a la ocupación, la proporción de parados (6 por ciento sobre la población total de 18 y más años, y 13 por ciento sobre la población activa total) es inferior a la de las cifras oficiales, confirmando así la opinión de que las cifras oficiales puedan estar algo "infladas". La proporción de amas de casa es muy semejante a la procedente de fuentes estadísticas oficiales, algo más de una cuarta parte de la población de 18 y más años. Y la proporción de activos (47 por ciento, al incluir a los parados), es este mes similar a la procedente de fuentes estadísticas oficiales (48 por ciento respecto a la población de 16 y más años), pero se debe tener 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 6 por ciento, y los que trabajan por cuenta ajena en el sector privado son aproximadamente tres veces el número de los que trabajan por cuenta propia.

2.2.3. Características Ecológicas

La distribución de los entrevistados por lugar de residencia se presenta en el Cuadro 2.2.3.1. sólo a efectos informativos, ya que esta distribución no es sino la intencionadamente buscada por el sistema de muestreo utilizado (distribución de los entrevistados proporcionalmente a la población de cada Comunidad Autónoma, y dentro de cada una de ellas, a la población de cada estrato de municipios según su tamaño).

En cuanto al hábitat, se ha optado por basar las definiciones de rural, urbano y metropolitano solo en el criterio puramente demográfico del número de habitantes, pues el haber utilizado otros criterios, como habría sido más correcto, sería muy problemático en este tipo de investigaciones. Los datos de las investigaciones realizadas hasta ahora son prácticamente idénticos, lo que garantiza fiabilidad a la muestra.

2.2.4. Posición Social

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 parece necesario 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 ocho posiciones, la posición del individuo respecto a ocho dimensiones dicotomizadas: sexo, edad, status ocupacional, sector económico, nivel de ingresos, nivel educativo, hábitat y centralidad.

En el Cuadro 2.2.4.1. se puede observar la distribución de los entrevistados en el IPS (las ocho categorías se han reducido a cinco, para hacer más operativo el indicador como explicador-predictor en el análisis de actitudes y comportamientos), que ofrece una pauta muy parecida a la curva normal, lo cual es una consecuencia de la dicotomización de cada una de las ocho variables componentes, y es observable en la mayor parte de los países en que se ha validado el IPS. Así, se observa un 39% de entrevistados de posición social baja, frente a un 17% de posición social alta y un 43% de posición social media.

El IPS, finalmente, 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.

2.2.5. Clase Social Subjetiva

La investigación sociológica ha intentado en numerosas ocasiones construir algún índice objetivo de clase social o de status socioeconómico, combinando generalmente, como ya se ha dicho, el nivel educativo, la ocupación y el nivel de ingresos, aparte de muchos otros indicadores que, de una u otra forma, parecen medir con mayor o menor fiabilidad o validez el status socioeconómico. Sin embargo, desde las investigaciones más empíricas de Warner a las más teóricas de Max Weber, siempre se han encontrado dificultades para encontrar un índice objetivo que tenga suficiente poder explicativo- predictivo.

Por ello, desde hace ya tiempo una corriente investigadora ha preferido utilizar un concepto "subjetivo" de clase social, consistente en preguntar al individuo directamente con qué clase social se identifica más, (aunque el término clase no tiene su significado estrictamente marxista, sino uno más amplio que le hace corresponderse más con el concepto de estrato social). Sorprendentemente, la investigación empírica ha demostrado que este concepto "subjetivo" de identificación con clases sociales parece ser heurísticamente más operativo que muchos de los indicadores objetivos.

Así, en el Cuadro 2.2.5.1. se comprueba, una vez más, que la gran mayoría de la población se identifica como perteneciente a la clase media, y muy pocos admiten pertenecer a la clase alta (ni siquiera a la media alta), ni a la clase baja, aunque pertenezcan a esos grupos cuando se utilizan indicadores "objetivos".

Cuadro 2.2.1.1

Distribución de los Entrevistados por Características Demográficas

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Sexo | | | | | | | | | | |
| Hombre | 48% | 48% | 48% | 48% | 48% | 48% | 48% | 48% | 48% | 48% |
| Mujer | 52 | 52 | 52 | 52 | 52 | 52 | 52 | 52 | 52 | 52 |
| Edad | | | | | | | | | | |
| 18 a 19 | 5% | 4% | 6% | 5% | 5% | 4% | 4% | 4% | 4% | 5% |
| 20 a 29 | 21 | 22 | 20 | 21 | 21 | 22 | 22 | 22 | 22 | 21 |
| 30 a 39 | 20 | 20 | 19 | 20 | 20 | 19 | 18 | 20 | 19 | 21 |
| 40 a 49 | 15 | 15 | 16 | 15 | 15 | 16 | 17 | 16 | 16 | 14 |
| 50 a 59 | 14 | 14 | 14 | 15 | 15 | 15 | 14 | 14 | 14 | 15 |
| 60 a 64 | 8 | 8 | 9 | 8 | 8 | 8 | 9 | 9 | 8 | 8 |
| 65 y más | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 |
| Estado Civil | | | | | | | | | | |
| Soltero/a | 24% | 23% | 24% | 24% | 25% | 23% | 24% | 22% | 22% | 24% |
| Casado/a | 64 | 65 | 65 | 65 | 63 | 66 | 66 | 67 | 64 | 64 |
| En Pareja | 1 | 1 | 1 | - | 1 | * | - | 1 | 1 | 1 |
| Viudo/a | 9 | 9 | 8 | 7 | 8 | 8 | 7 | 8 | 9 | 9 |
| Divorciado/a | - | * | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | * | - | * |
| Separado/a | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| NS/NC | 1 | * | 1 | * | 1 | * | - | * | 1 | 1 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

Cuadro 2.2.2.1.

**Distribución de los Entrevistados por
Características Socioeconómicas**

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Educación Entrevist. | | | | | | | | | | |
| No Sabe Leer | 4% | 4% | 4% | 3% | 5% | 6% | 4% | 5% | 4% | 6% |
| Sabe Leer | 24 | 24 | 24 | 25 | 26 | 26 | 28 | 25 | 27 | 28 |
| Primarios | 35 | 36 | 31 | 32 | 30 | 33 | 31 | 34 | 36 | 32 |
| F.P. 1er. Grado | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| F.P. 2do. Grado | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| Bach. Elemental | 10 | 7 | 8 | 5 | 6 | 7 | 8 | 8 | 6 | 6 |
| Bach. Superior | 8 | 8 | 10 | 13 | 9 | 11 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| Tit. Grado Medio | 5 | 6 | 8 | 5 | 6 | 6 | 6 | 6 | 4 | 5 |
| Universitarios | 7 | 7 | 7 | 8 | 7 | 6 | 5 | 6 | 6 | 6 |
| NC | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | * | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Status Ocupa. Entrevist. | | | | | | | | | | |
| Alto | 7% | 6% | 6% | 5% | 5% | 2% | 4% | 4% | 6% | 4% |
| Medio | 26 | 27 | 27 | 28 | 28 | 29 | 31 | 28 | 28 | 28 |
| Bajo | 8 | 8 | 9 | 7 | 8 | 8 | 7 | 9 | 7 | 9 |
| En Paro | 7 | 8 | 6 | 7 | 7 | 7 | 8 | 7 | 7 | 6 |
| Ama de Casa | 30 | 27 | 28 | 28 | 27 | 27 | 27 | 28 | 27 | 27 |
| Jubilado | 16 | 18 | 17 | 17 | 18 | 18 | 19 | 18 | 20 | 19 |
| Estudiantes | 6 | 6 | 8 | 8 | 6 | 6 | 5 | 4 | 6 | 6 |
| NS/NC | - | * | * | - | - | * | - | * | - | - |
| Sector Econ. Entrev. | | | | | | | | | | |
| No Activos | 52% | 51% | 52% | 53% | 51% | 52% | 51% | 51% | 52% | 52% |
| En Paro | 7 | 8 | 6 | 7 | 7 | 7 | 8 | 7 | 7 | 6 |
| Sector Público | 6 | 6 | 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 6 | 5 | 6 |
| Privado. C. Ajena | 26 | 26 | 26 | 27 | 29 | 28 | 28 | 29 | 27 | 28 |
| Privado. C. Propia | 9 | 9 | 8 | 7 | 8 | 7 | 7 | 7 | 9 | 8 |
| NS/NC | - | - | - | 1 | - | - | - | - | - | - |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

Cuadro 2.2.3.1.

**Distribución de los Entrevistados por
Características Ecológicas**

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Comunidad Autónoma | | | | | | | | | | |
| Andalucía | 19% | 17% | 17% | 17% | 18% | 17% | 18% | 18% | 17% | 16% |
| Aragón | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Asturias | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Baleares | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Canarias | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Cantabria | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Castilla y León | 7 | 7 | 7 | 7 | 6 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| Castilla-Mancha | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| Cataluña | 16 | 16 | 15 | 15 | 16 | 15 | 16 | 16 | 15 | 16 |
| Extremadura | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Galicia | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| La Rioja | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Madrid | 12 | 13 | 13 | 13 | 12 | 13 | 12 | 13 | 12 | 13 |
| Murcia | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Navarra | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| P. Vasco | 6 | 5 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 5 | 6 | 6 |
| C. Valenciana | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 9 | 10 | 10 |
| Hábitat | | | | | | | | | | |
| Rural | 27% | 26% | 27% | 25% | 27% | 27% | 25% | 25% | 26% | 24% |
| Urbano | 45 | 44 | 45 | 46 | 45 | 47 | 47 | 46 | 46 | 47 |
| Metropolitano | 28 | 29 | 28 | 28 | 28 | 27 | 28 | 28 | 28 | 29 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

Cuadro 2.2.4.1.

Índice de Posición Social

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|----------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Muy Baja | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 3% | 3% | 4% |
| Baja | 33 | 34 | 32 | 34 | 35 | 36 | 36 | 34 | 36 | 35 |
| Media | 48 | 45 | 49 | 46 | 45 | 44 | 44 | 46 | 46 | 43 |
| Alta | 13 | 15 | 14 | 14 | 13 | 14 | 15 | 14 | 12 | 15 |
| Muy Alta | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

Cuadro 2.2.5.1.

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

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Alta | -% | *% | *% | -% | -% | *% | -% | *% | -% | *% |
| Media Alta | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 |
| Media Media | 48 | 47 | 49 | 49 | 49 | 50 | 44 | 51 | 48 | 54 |
| Media Baja | 28 | 31 | 30 | 28 | 28 | 26 | 32 | 29 | 30 | 25 |
| Baja | 15 | 16 | 15 | 16 | 15 | 18 | 15 | 13 | 15 | 15 |
| NS/NC | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |



3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS

3. Actitudes y Comportamientos económicos

3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA

La percepción que tienen los españoles de su situación económica personal y de la de España conlleva implicaciones respecto a sus comportamientos de consumo y a sus actitudes. Por ello, en los sondeos mensuales ASEP se han calculado varios indicadores que miden esta percepción subjetiva de la coyuntura económica personal- familiar y del país. La mayoría de estos índices se utilizaron ya en los sondeos de los cursos pasados, pudiéndose seguir una vez más a lo largo de este año la tendencia mensual de los mismos.

Sin embargo, la experiencia de dos años nos ha llevado a eliminar ciertos índices y algunas variables explicativas que han resultado poco operativas o significativas, y, por el contrario, se añadieron, a partir del mes de octubre pasado, nuevas variables que nos parecen altamente explicativas.

3.1.1. Situación Financiera de los Hogares

En casi dos de cada tres hogares españoles (60%) se gasta todo lo que se ingresa, lo que confirma la idea de que la mayor parte de los españoles siguen "viviendo al día". Del resto de los hogares, un 14% viven por encima de sus posibilidades, ya que gastan más de lo que ganan; de éstos, un 4% viven gracias al dinero que les prestan y un 10% dicen gastar sus ahorros para vivir. Por lo tanto, el 26% restante (salvo un 3% que no contestaron a esta pregunta) ahorra parte de lo que gana; un 22% dice ahorrar algo y tan solo un 1% ahorra bastante. En conjunto, por tanto, la proporción de hogares que ahorran es diez puntos porcentuales superior de la que vive del crédito o de gastar sus ahorros. Si comparamos los datos de este mes con los obtenidos en los sondeos ASEP de todo el curso pasado, se observa que la situación es casi idéntica respecto al último mes, y, en relación con el mes de abril de 1.988 los datos son también similares en lo que respecta al ahorro. Este mes de abril aumenta ligeramente con respecto al mes pasado la proporción de hogares que están endeudados y desciende levemente "el vivir al día". Además, se puede observar, una estabilización de la proporción de hogares que ahorran en relación con el pasado mes de marzo.

La diferencia entre quienes gastan menos de lo que ingresan y quienes gastan más da como resultado un índice muy expresivo que se ha denominado Índice de Propensión al Ahorro (IPA), cuyo recorrido va de 0 a 200, siendo 100 el punto neutro. Así, los valores superiores a 100 demuestran que hay más ahorro que endeudamiento y los valores inferiores a 100 indican lo contrario. Como refleja el Cuadro adjunto (3.1.1.1.), el índice de este mes es de 109, lo que demuestra un cierto predominio del ahorro en los hogares españoles, y dicha propensión al ahorro, si se compara con la registrada el pasado mes de marzo, es idéntica, lo que supone una estabilización de este índice. Por lo tanto, este índice está cada vez más alejado al máximo nivel del IPA que se produjo en Junio de 1.988 (120). El IPA registró una tendencia lentamente ascendente el curso pasado, pero ésta oscilación se vio truncada el mes de octubre, sobre todo por el descenso del ahorro familiar. Sin embargo, el IPA creció en noviembre pero descendió en diciembre y enero, subió en febrero su nivel y de nuevo volvió a bajar en marzo, estabilizándose en este nivel este mes. A pesar de su tendencia inestable, a lo largo de los últimos meses en que se ha sondeado la opinión, el nivel de ahorro de los hogares españoles siempre ha sido superior al endeudamiento en todos los sondeos ASEP, por lo que se puede

decir que atravesamos un período en el que existe un ligero predominio del ahorro familiar, si bien, la gran mayoría de los españoles dicen vivir al día.

Para profundizar más en el análisis de la situación financiera de los hogares, se ha calculado el IPA (Cuadro 3.1.1.2.) según las características sociodemográficas de las familias entrevistadas.

Como parece lógico esperar y como se observó sondeo tras sondeo en el curso pasado y este año, el IPA es considerablemente mayor cuanto mayor es el status socioeconómico familiar y el status ocupacional del cabeza de familia. Sin embargo, si observamos los diferentes niveles de hábitat, la pauta difiere de un estudio a otro, y este mes el ahorro es algo mayor en los hogares metropolitanos y rurales.

Debe resaltarse que este mes de abril, la estabilización del IPA ha repercutido en todos los segmentos de la sociedad, y no sólo en los menos favorecidos desde el punto de vista económico. Sin embargo, los hogares de status familiar bajo y medio bajo registran un IPA inferior a 100, es decir, que en este tipo de hogares se gasta más de lo que en realidad se ingresa, hecho que también se ha confirmado en casi todos los sondeos ASEP. En todos los demás segmentos sociales predomina el ahorro sobre el endeudamiento, salvo entre las personas insatisfechas o indiferentes con sus vidas, donde se observa cierto endeudamiento y tampoco se percibe ahorro entre los jubilados y los mayores de 50 años.

Sólo los hogares con status socioeconómico alto y status ocupacional alto y los entrevistados menores de 30 años exhiben valores del IPA superiores a 120, lo que indica una considerable propensión al ahorro en las familias más acomodadas. Los datos de los sondeos ASEP realizados desde octubre de 1986, permiten afirmar que no existe apenas ahorro en los hogares menos favorecidos desde el punto de vista económico, pero sí se percibe un cierto nivel de ahorro en los segmentos medios y sobre todo altos de la sociedad, hecho que se ha confirmado en este nuevo sondeo. Igualmente se ha observado sondeo tras sondeo que la proporción de familias españolas que dicen ahorrar bastante nunca ha superado el 2%, proporción que es sin duda muy baja, y que tampoco se ha superado este mes. Sin embargo, prácticamente la totalidad de los entrevistados han respondido a esta pregunta.

El IPA se ha mantenido este mes en relación al valor del último mes, pero se puede confirmar que la propensión al ahorro, sigue dominando sobre el endeudamiento en los hogares españoles, lo que sin duda es importante a pesar de la escasa magnitud del ahorro familiar.

Los datos de los sondeos ASEP realizados desde octubre de 1986 permiten detectar un aumento sustancial del ahorro antes del verano, pues éste hecho se ha observado ya dos años consecutivos, y un descenso del ahorro en el final y el inicio de los nuevos años. Pero, la situación ante el ahorro es similar este mes de lo que fue hace un año, pues el IPA registra el mismo valor.

El valor explicativo de éste índice es sin duda evidente y por ello se ha tomado como variable explicativa sus tres componentes básicos -ahorro, mantenimiento, endeudamiento-, puesto que ésta pregunta la responde casi el 100% de los entrevistados, lo que supone que este es un indicador más fiable que los ingresos familiares (donde más del 20% de los entrevistados no contestan). Sin duda los hogares donde se ahorra tienen unos ingresos altos, y donde domina el endeudamiento se puede decir que existen menos ingresos. Así, y como cabía esperar, las personas que se sienten más satisfechas con su vida ahorran, mientras que quienes están insatisfechos están endeudados. La relación de estas dos variables es sin duda significativa.

Además, es también interesante resaltar que el mayor ahorro familiar se da en los estratos más jóvenes de la sociedad (menores de 49 años).

Cuadro 3.1.1.1.

Situación Financiera del Hogar

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Me prestan dinero | 6% | 4% | 4% | 4% | 4% | 5% | 5% | 4% | 3% | 4% |
| Gasto mis ahorros | 9 | 10 | 6 | 10 | 7 | 9 | 9 | 7 | 10 | 10 |
| Gasto lo que gano | 56 | 55 | 58 | 60 | 63 | 61 | 59 | 61 | 61 | 60 |
| Ahorro algo | 22 | 25 | 28 | 23 | 23 | 22 | 22 | 25 | 22 | 22 |
| Ahorro bastante | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| NS/NC | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |
| IPA | 109 | 113 | 120 | 110 | 112 | 109 | 109 | 115 | 109 | 109 |

Cuadro 3.1.1.2.

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

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Total | 109 | 113 | 120 | 110 | 112 | 109 | 109 | 115 | 109 | 109 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 107 | 115 | 124 | 109 | 114 | 113 | 108 | 118 | 105 | 114 |
| Urbano | 111 | 112 | 116 | 112 | 111 | 106 | 112 | 115 | 108 | 105 |
| Metropolitano | 107 | 113 | 122 | 107 | 113 | 110 | 107 | 113 | 115 | 113 |
| Status Socioeconómico | | | | | | | | | | |
| Familiar: | | | | | | | | | | |
| Alto | 130 | 144 | 150 | 140 | 143 | 133 | 141 | 146 | 135 | 135 |
| Medio | 114 | 119 | 122 | 112 | 115 | 112 | 112 | 118 | 114 | 116 |
| Medio Bajo | 97 | 93 | 104 | 99 | 100 | 99 | 97 | 105 | 98 | 89 |
| Bajo | 83 | 81 | 100 | 90 | 90 | 86 | 84 | 88 | 82 | 91 |
| Status Ocupacional del Cabeza de Familia: | | | | | | | | | | |
| Alto | 126 | 124 | 140 | 135 | 128 | 136 | 131 | 147 | 129 | 122 |
| Medio | 113 | 122 | 127 | 114 | 118 | 111 | 115 | 122 | 116 | 115 |
| Bajo | 110 | 111 | 115 | 102 | 115 | 113 | 104 | 103 | 106 | 103 |
| En Paro | 82 | 56 | 86 | 76 | 80 | 89 | 77 | 106 | 76 | 109 |
| Amas de Casa | 109 | 105 | 110 | 108 | 128 | 123 | 122 | 102 | 98 | 121 |
| Jubilados | 102 | 106 | 109 | 104 | 102 | 99 | 102 | 104 | 100 | 96 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| 18-29 | 118 | 123 | 129 | 119 | 121 | 118 | 119 | 127 | 117 | 124 |
| 30-49 | 107 | 116 | 125 | 115 | 116 | 110 | 112 | 118 | 112 | 112 |
| 50-64 | 107 | 102 | 107 | 95 | 102 | 102 | 99 | 106 | 102 | 96 |
| 65 y más | 100 | 107 | 112 | 104 | 103 | 101 | 103 | 103 | 101 | 94 |
| Satisfacción con la vida: | | | | | | | | | | |
| Satisfecho | - | - | - | 114 | 118 | 113 | 114 | 118 | 114 | 114 |
| Indiferente | - | - | - | 100 | 107 | 80 | 94 | 104 | 93 | 88 |
| Insatisfecho | - | - | - | 92 | 88 | 94 | 86 | 98 | 86 | 79 |

3.1.2. Situación Económica del Individuo

La percepción que los entrevistados tienen de su actual situación económica personal se ha calculado mediante un Índice de Sentimiento del Consumidor (ISC-1), que se define a partir de la evaluación que éstos hacen de su situación económica presente, es decir, si creen que es mejor (mucho o algo), igual, o peor (mucho o algo) que hace seis meses. Tal y como está construido el índice, el recorrido del mismo es de 0 a 200 y el punto neutro se sitúa en 100. Los valores inferiores a 100 muestran una evaluación negativa de la coyuntura económica personal, y los superiores reflejan una evaluación positiva. Este índice, igual que el IPA, se ha mantenido para los sondeos de todo este curso, ya que su evolución ha resultado ser muy significativa en los precedentes sondeos ASEP.

Al comparar el presente con los últimos seis meses, el 64% de los entrevistados opinan que su situación económica personal no ha variado, un 20% creen que es peor y sólo un 15% opinan que es mejor. Por tanto, el conjunto de los entrevistados hacen una evaluación más bien negativa de su situación económica actual, que se resume en un ISC-1 de 95 puntos, según se puede ver en el Cuadro 3.1.2.1. En relación al pasado curso vimos desde el mes de enero un constante incremento de este componente del ISC -a pesar de las oscilaciones- que el pasado mes de octubre, se vio truncado de forma muy notable. Sin embargo, a partir del mes de marzo este índice registró una tendencia mensual zigzagueante, pero manteniéndose siempre a menos de 10 puntos del nivel de equilibrio. En términos generales, la situación personal de los entrevistados se caracterizó a lo largo de los sondeos realizados el curso pasado, por un mayor nivel de optimismo que el curso anterior, pero este nuevo período parece haberse iniciado con más pesimismo del que existía en junio. El ISC-1 obtiene este mes un valor similar al de abril de 1988, pero es claramente superior al registrado los meses pasados.

Así, este mes, la proporción de personas que dicen que su situación económica personal es mejor de lo que era hace seis meses ha aumentado ligeramente, pero desciende el porcentaje de quienes creen que ha empeorado, y ha aumentado también la proporción de quienes creen que su situación es igual, en relación con el pasado mes de marzo, en que se realizó el anterior estudio. La evaluación que hacen los entrevistados de su situación económica actual es, algo mejor que la que resultó en el sondeo de abril de 1988, y es mucho mejor que la registrada el mes pasado, puesto que el ISC-1 ha incrementado su valor en ocho puntos. Sin duda, la percepción de la situación económica individual ha mejorado este mes.

El ISC-1 varía también según las diferentes características sociodemográficas de los entrevistados. Tal y como se puede observar en el Cuadro 3.1.2.2., predomina una visión más positiva que el pasado mes de junio -en que se alcanzó el máximo nivel de este índice- para todos los estratos, aunque el ISC-1 sigue siendo inferior a 100 puntos. Además, en todos los estratos sociales la evaluación de la situación económica presente es bastante mejor que la registrada el pasado mes de marzo. El contexto general sigue siendo negativo pues el ISC-1 no llega a 100 puntos, pero el clima pesimista no se registra en todos los segmentos. Parece lógico que los jóvenes sean casi los únicos que puedan experimentar una mejora en su situación económica personal, ya que muchos de ellos comienzan a tener ingresos propios al acceder por primera vez a un empleo, aunque sea eventual o esporádico, o tienen la esperanza de tenerlo pronto. Pero además, los varones, los individuos de posición social muy alta y alta, los de clase social alta, los de izquierda y centro izquierda y los que ahorran, también obtienen valores para este índice que superan el punto de equilibrio, lo que indica que hacen una evaluación positiva de su situación económica personal en el momento actual.

Hay que señalar que este mes las mujeres mantienen una vez más un ISC-1 inferior al de los varones, y que la evaluación más negativa se observa, como es habitual, entre las personas que tienen entre 50 y 64 años, los de posición social baja y los que se consideran de clase social baja. Por otro lado, debe destacarse que la evaluación es más negativa entre los individuos que se autoposicionan en la derecha en la escala de ideología. Por otra parte la situación económica de los entrevistados en la actualidad parece que se aprecia con algo más de optimismo en los núcleos urbanos y rurales, pero en los tres medios ecológicos el ISC-1 es negativo. Además, mientras quienes ahorran observan su situación personal con optimismo, los que viven al día y sobre todo los que viven endeudados son claramente pesimistas al respecto.

El grado de satisfacción con la vida parece que también influye en este indicador, puesto que el ISC-1, es mucho más bajo entre las personas que se sienten insatisfechas con su vida en general, pero no llega al punto neutro entre los más satisfechos.

La visión que los españoles tienen de su situación económica actual es por primera vez mejor que la registrada en junio, y se enmarca en un contexto general de aumento del optimismo en el ámbito individual, como veremos a continuación. Dada la tendencia variable y zigzagueante de este índice, no se puede prever que el ascenso de este mes vaya a perdurar. La mayoría de los segmentos de la población española confirman que su situación económica personal ha mejorado, aunque la gran mayoría creen que ésta es igual de lo que era seis meses atrás. Con respecto al pasado mes de marzo, la situación general de las economías individuales es bastante mejor, y respecto a los datos del año pasado, la coyuntura económica también parece haber mejorado.

Continuamos por tanto este curso con una visión de la situación económica actual de los entrevistados que es sin duda más optimista que los últimos meses, aunque en ningún sondeo este indicador ha alcanzado el punto de equilibrio entre las dos posturas extremas, y siempre ha dominado la visión pesimista sobre la optimista, como de nuevo ocurre éste mes, pero de forma mucho menos acentuada que el mes pasado. Si esta recuperación se mantiene los próximos meses estaremos cada vez más cerca de apreciar con optimismo la situación económica actual de los españoles. La recuperación de este indicador ha sido sin duda sustancial este mes.

Cuadro 3.1.2.1.

Situación Económica del Individuo

Situación Personal Respecto a hace seis meses:

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|--------------------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Mejor | 17% | 19% | 17% | 12% | 13% | 12% | 15% | 14% | 14% | 15% |
| Igual | 59 | 53 | 58 | 62 | 61 | 62 | 59 | 62 | 59 | 64 |
| Peor | 23 | 28 | 24 | 25 | 26 | 25 | 25 | 24 | 27 | 20 |
| NS/NC | 1 | * | * | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |
| I.S.C. (1) (Econ. Personal Presente) | 94 | 90 | 94 | 86 | 87 | 87 | 90 | 90 | 87 | 95 |

Cuadro 3.1.2.2.

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

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 94 | 90 | 94 | 86 | 87 | 87 | 90 | 90 | 87 | 95 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 97 | 92 | 97 | 92 | 92 | 91 | 96 | 94 | 90 | 101 |
| Mujeres | 90 | 88 | 90 | 81 | 83 | 84 | 84 | 86 | 85 | 90 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 107 | 101 | 110 | 100 | 104 | 103 | 104 | 108 | 107 | 110 |
| 30 a 49 años | 89 | 92 | 96 | 83 | 83 | 83 | 84 | 88 | 79 | 95 |
| 50 a 64 años | 86 | 74 | 76 | 76 | 79 | 73 | 82 | 77 | 74 | 84 |
| 65 y más años | 92 | 90 | 86 | 86 | 81 | 90 | 93 | 82 | 93 | 88 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 100 | 84 | 79 | 82 | 93 | 96 | 101 | 95 | 83 | 97 |
| Baja | 89 | 83 | 88 | 84 | 82 | 84 | 84 | 86 | 88 | 86 |
| Media | 95 | 92 | 92 | 88 | 90 | 86 | 92 | 90 | 86 | 97 |
| Alta | 100 | 101 | 110 | 89 | 93 | 96 | 96 | 94 | 90 | 106 |
| Muy Alta | 91 | 113 | 120 | 76 | 79 | 96 | 90 | 100 | 95 | 116 |
| Clase Soc. Subjetiva: | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 109 | 110 | 114 | 101 | 118 | 98 | 102 | 111 | 107 | 114 |
| Media | 94 | 93 | 96 | 88 | 89 | 87 | 92 | 91 | 88 | 96 |
| Baja | 86 | 74 | 78 | 78 | 72 | 83 | 79 | 75 | 76 | 82 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 98 | 95 | 104 | 86 | 91 | 99 | 98 | 102 | 92 | 106 |
| Centro Izquierda | 107 | 106 | 107 | 97 | 96 | 92 | 99 | 100 | 96 | 102 |
| Centro | 84 | 84 | 97 | 86 | 90 | 82 | 79 | 81 | 84 | 97 |
| Centro Derecha | 97 | 95 | 86 | 88 | 77 | 84 | 89 | 82 | 86 | 94 |
| Derecha | 89 | 90 | 78 | 91 | 86 | 82 | 79 | 87 | 91 | 80 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 95 | 86 | 87 | 90 | 91 | 94 | 94 | 94 | 83 | 95 |
| Urbano | 95 | 90 | 95 | 83 | 87 | 80 | 89 | 87 | 87 | 96 |
| Metropolitano | 90 | 95 | 98 | 80 | 84 | 92 | 87 | 90 | 92 | 94 |

| | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|---|---|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Actitud ante ahorro | | | | | | | | | | |
| Endeudados | - | - | - | 69 | 63 | 68 | 91 | 61 | 66 | 67 |
| Viven al día | - | - | - | 81 | 83 | 85 | 82 | 85 | 85 | 93 |
| Ahorran | - | - | - | 111 | 110 | 106 | 123 | 111 | 107 | 116 |
| Satisfacción con la vida: | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | - | - | - | 92 | 93 | 91 | 95 | 91 | 92 | 89 |
| Indiferentes | - | - | - | 76 | 77 | 95 | 72 | 107 | 82 | 84 |
| Insatisfechos | - | - | - | 63 | 66 | 68 | 64 | 75 | 60 | 71 |

3.1.3. Situación Económica de España

Para evaluar la situación económica del país, se utiliza de nuevo otro componente del Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC-3), ya definido anteriormente, y que también se utiliza desde octubre de 1986 en todos los sondeos ASEP.

Un 17% de los entrevistados piensan que ha mejorado la situación económica de España en relación a los últimos seis meses, proporción que es seis puntos porcentuales inferior a la registrada el pasado mes de junio, y un punto porcentual menor a la observada el pasado mes de marzo. Sin embargo, el 43% de los españoles opinan que la situación no ha cambiado y un 30% creen que ha empeorado. En consecuencia, el ISC-3 obtiene un valor de 87 puntos, lo que supone que es idéntico al obtenido el mes pasado, por lo que se ha aproximado éste indicador del punto de equilibrio (100) del que, sin embargo, se había distanciado sustancialmente en los últimos meses, según se observa en el Cuadro 3.1.3.1. El año pasado el ISC-3 tuvo una clara tendencia ascendente hasta el mes de junio y desde octubre inició un descenso sostenido que parece haberse invertido desde el mes pasado. Este mes, y en relación al mes pasado, desciende levemente el porcentaje de individuos que creen que la situación económica del país ha mejorado en los últimos seis meses, y se mantiene la proporción de entrevistados que creen que ha empeorado. Sin duda, la percepción de la situación actual de la economía española es peor este mes que en junio de 1988, y es también peor que hace un año, o al menos eso aprecian los españoles, y el índice correspondiente sigue estando por debajo del punto neutro, ya que se sitúa a 13 puntos de este nivel. Este mes de abril la situación del país presente se percibe igual que el mes pasado, lo que indica algo más de confianza en la situación económica del país que unos meses atrás, aunque ningún hecho económico reciente sostiene esta actitud.

La situación económica del país en el presente es valorada de diferente modo según las características sociodemográficas de la población entrevistada. Una vez más, como se observa en el Cuadro 3.1.3.2., la mayoría de los segmentos de la población consideran que la situación económica actual de España es peor que hace seis meses, puesto que el ISC-3 solo supera el nivel de equilibrio, en dos segmentos -individuos de clase social alta y de centro izquierda-, y el pesimismo se puede generalizar a todas las demás capas de la sociedad.

La evaluación de la coyuntura económica de España que hacen todos los segmentos es bastante negativa, aunque algunos estratos de la población tienen un ISC-3 que supera los 90 puntos. La evaluación de la situación de la economía española, es realmente pesimista según la opinión de las mujeres, de las personas más mayores, de los de clase baja, y posición social muy baja, de los individuos de centro derecha y derecha y de los segmentos de personas que están endeudadas y que se sienten insatisfechas ante su vida. Además, parece que el pesimismo ante la situación de la economía española es mayor en los núcleos metropolitanos que en los urbanos y rurales.

Por lo tanto continúa el año 1989 con un indicador distanciado del nivel máximo, alcanzado por éste índice en junio, lo que sin duda refleja cierta desesperanza entre los españoles ante la situación de la economía española en la actualidad. El triunfo de la huelga general y la falta de acuerdo entre Gobierno y Sindicatos puede estar en la base de esta desesperanza, aunque las personas de izquierda y sobre todo centro izquierda conservan cierta esperanza. La tendencia de este indicador desde el pasado mes de junio mostró mes a mes un nítido descenso que por primera vez se ha visto truncado el mes pasado y que este mes se ha mantenido, aunque todavía no llega el ISC-3 al nivel del pasado mes de octubre.

Como conclusión podemos decir que la evaluación de la coyuntura económica sigue siendo este mes negativa, y es peor de lo que fue hace un año, sobre todo en el ámbito colectivo. Así, los dos componentes del Índice del Sentimiento del Consumidor hasta aquí comentados y que determinan la situación económica actual, muestran una tendencia opuesta: el personal asciende de forma muy clara y el del país se mantiene. Ambos índices siguen estando por debajo del punto neutro, pero el que se refiere al individuo ha experimentado un ascenso sustancial. El índice que se refiere a la situación colectiva en la actualidad se ha mantenido en relación con el nivel del mes pasado, y lo mismo ha ocurrido con la propensión al ahorro, pero ha aumentado en relación a marzo la percepción de la situación económica personal en la actualidad. Por ello, no podemos predecir si estas tendencias van a continuar o no, dadas las oscilaciones coyunturales de estos indicadores y su evolución zigzagueante, pero sí podemos decir que los españoles continúan el año percibiendo algo mejor su situación actual que la del conjunto de España, lo que supone una inversión de la tendencia dominante hasta el momento.

Como era de esperar el optimismo con que se culminó el curso 87-88 el pasado mes de junio se ha desvanecido al iniciarse un nuevo curso. Este hecho se comprobó ya el año pasado. Por lo tanto, parece que los españoles mayores de 18 años llegan al verano con gran nivel de esperanza y optimismo que, al iniciarse el nuevo curso en octubre, se atenúa de forma sustancial. La evolución cíclica y quizá estacional de estos índices es muy nítida y, aunque este mes sigue dominando el pesimismo, la recuperación del índice que evalúa la situación personal presente es, sin duda, sustancial y da pie a cierta esperanza de cara a los próximos meses, si se mantiene ésta tendencia.

Cuadro 3.1.3.1.

Situación Económica del País

Situación del País respecto a hace seis meses:

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Mejor | 20% | 23% | 23% | 18% | 16% | 15% | 16% | 16% | 18% | 17% |
| Igual | 42 | 40 | 45 | 47 | 46 | 41 | 41 | 40 | 43 | 43 |
| Peor | 29 | 28 | 25 | 27 | 28 | 33 | 34 | 35 | 30 | 30 |
| NS/NC | 10 | 9 | 7 | 9 | 10 | 11 | 9 | 9 | 10 | 10 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.209) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |
| I.S.C. (3) (Econ. del País Presente) | 90 | 95 | 98 | 92 | 88 | 82 | 83 | 80 | 87 | 87 |

Cuadro 3.1.3.2.

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

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 90 | 95 | 98 | 92 | 88 | 82 | 83 | 80 | 87 | 87 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 95 | 101 | 106 | 97 | 94 | 87 | 87 | 86 | 95 | 91 |
| Mujeres | 86 | 89 | 90 | 88 | 83 | 78 | 79 | 75 | 81 | 83 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 91 | 100 | 100 | 102 | 93 | 87 | 81 | 82 | 87 | 91 |
| 30 a 49 años | 88 | 95 | 100 | 91 | 86 | 77 | 81 | 82 | 83 | 88 |
| 50 a 64 años | 92 | 87 | 95 | 80 | 85 | 78 | 80 | 76 | 90 | 84 |
| 65 y más años | 93 | 96 | 94 | 94 | 90 | 92 | 92 | 84 | 94 | 84 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 83 | 83 | 91 | 93 | 98 | 90 | 86 | 65 | 70 | 83 |
| Baja | 92 | 91 | 95 | 95 | 88 | 78 | 85 | 86 | 94 | 85 |
| Media | 90 | 98 | 97 | 90 | 87 | 84 | 84 | 77 | 85 | 88 |
| Alta | 87 | 94 | 104 | 92 | 92 | 83 | 72 | 82 | 79 | 94 |
| Muy Alta | 107 | 119 | 141 | 100 | 93 | 84 | 94 | 89 | 107 | 85 |
| Clase Soc. Subjetiva: | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 130 | 71 | 75 | 88 | 105 | 76 | 87 | 75 | 91 | 106 |
| Media | 88 | 98 | 100 | 95 | 90 | 82 | 84 | 81 | 86 | 88 |
| Baja | 92 | 83 | 92 | 80 | 76 | 80 | 76 | 80 | 84 | 79 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 107 | 100 | 119 | 102 | 97 | 98 | 93 | 94 | 91 | 99 |
| Centro Izquierda | 102 | 119 | 110 | 102 | 98 | 93 | 98 | 101 | 98 | 102 |
| Centro | 80 | 91 | 101 | 87 | 90 | 76 | 79 | 71 | 87 | 86 |
| Centro Derecha | 83 | 80 | 74 | 86 | 78 | 70 | 72 | 65 | 74 | 79 |
| Derecha | 76 | 77 | 67 | 85 | 77 | 68 | 63 | 59 | 89 | 60 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 93 | 95 | 97 | 98 | 93 | 85 | 91 | 84 | 88 | 88 |
| Urbano | 92 | 94 | 99 | 91 | 90 | 81 | 81 | 80 | 90 | 90 |
| Metropolitano | 86 | 96 | 97 | 87 | 82 | 81 | 76 | 78 | 83 | 83 |

Situación ante ahorro:

| | | | | | | | | | | |
|--------------|---|---|---|-----|-----|----|----|----|----|----|
| Endeudados | - | - | - | 78 | 79 | 71 | 77 | 67 | 77 | 72 |
| Viven al día | - | - | - | 90 | 84 | 82 | 78 | 78 | 86 | 87 |
| Ahorran | - | - | - | 104 | 102 | 89 | 96 | 92 | 98 | 96 |

Satisfacción con la vida:

| | | | | | | | | | | |
|---------------|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|
| Satisfechos | - | - | - | 96 | 93 | 87 | 87 | 82 | 90 | 92 |
| Indiferentes | - | - | - | 78 | 68 | 81 | 83 | 93 | 85 | 70 |
| Insatisfechos | - | - | - | 79 | 75 | 61 | 62 | 66 | 70 | 63 |

3.2. PERSPECTIVAS SOBRE EL FUTURO ECONOMICO

Para analizar las perspectivas sobre el futuro económico se utilizan indicadores que determinan las expectativas económicas para el propio individuo y para el país. No parece necesario insistir, en que las expectativas que tiene el individuo respecto a su futuro y al de España constituyen una variable importante que influye sobre los comportamientos presentes relacionados con el consumo y la economía.

3.2.1. Perspectivas Económicas para el Individuo

De nuevo se utiliza aquí un componente del Índice del Sentimiento del Consumidor, pero en esta ocasión se pregunta por las perspectivas de que la situación económica del entrevistado sea mejor (mucho o algo), igual, o peor (mucho o algo) dentro de seis meses.

El pasado mes de abril, es decir hace ya más de un año, este indicador experimentó un ascenso claro y a partir de ese mes este índice osciló todos los meses en torno al nivel de equilibrio con leves altibajos. Una vez más, se confirmó la tendencia zigzagueante de este indicador, puesto que las oscilaciones han perdurado todo el curso, pero siempre en un nivel que puso en evidencia mayor optimismo del que fue habitual en el curso 86-87. Este mes de abril parece que el optimismo ha vuelto a aparecer, como ya ocurrió los pasados meses de enero y febrero y, sin duda, las perspectivas de los españoles vuelven a ser positivas de cara a los próximos seis meses, puesto que el ISC-2 vuelve a ascender por encima del nivel de equilibrio. Sin embargo, como se ve en el Cuadro 3.2.1.1., sigue predominando la actitud equilibrada entre los españoles, en el sentido de que más de la mitad de los entrevistados piensan que su porvenir va a ser relativamente igual al presente. Esta actitud de estabilidad ante el porvenir económico de los entrevistados se complementa con una proporción de encuestados que creen que su situación económica va a empeorar (14%), inferior a la de quienes creen que va a mejorar (16%).

Se puede apreciar una vez más la tendencia fluctuante de este indicador, que viene reflejándose desde el mes de octubre de 1986 y el optimismo de los meses de enero y febrero parece haber reaparecido. Así, en relación con el pasado mes de marzo, la evaluación del porvenir económico de los españoles es mejor, pues ha descendido la proporción de quienes creen que su situación va a empeorar, y se ha mantenido el porcentaje de quienes consideran que la situación es mejor. El ISC-2 se sitúa dos puntos por encima del nivel de equilibrio, lo que sin duda es signo de optimismo y nos lleva a mantener cierta esperanza de cara al futuro.

Las perspectivas sobre la propia situación económica futura que tienen los diferentes segmentos de la población, se ponen de manifiesto en el Cuadro 3.2.1.2. La actitud de los diversos estratos no es uniforme, aunque se observa cierto optimismo este mes en algunos de los segmentos.

En efecto, los mayores de 50 años, los entrevistados de clase social baja y menor posición social, y los endeudados e insatisfechos con sus vidas, son los segmentos que tienen perspectivas más pesimistas respecto a su propio porvenir económico, ya que los valores del ISC-2 son bastante inferiores en estos casos a 100 puntos.

Por el contrario, los varones, los individuos menores de 50 años, los de posición social muy alta, alta y media, los de clase social superior o media, los que dicen ser de izquierda, centro izquierda, centro y centro derecha, los habitantes de núcleos urbanos y metropolitanos, y los que ahorran y están satisfechos con su vida, son los más optimistas, ya que tienen perspectivas

de mejora en su propia situación económica, con valores del ISC-3 superiores a 100 puntos. La evaluación de la situación futura de las economías individuales se ve pues con cierto optimismo, incluso en el caso de las personas de nivel socioeconómico medio.

Durante el curso pasado las oscilaciones mensuales de este índice fueron muy erráticas, aunque los datos de este mes vuelven a poner de manifiesto las perspectivas optimistas que se registraron desde enero de 1988 en ciertos segmentos, pero no podemos aventurar si esta tendencia va a continuar, a pesar del ascenso de este índice. Vista la oscilación zigzagueante que se detecta para este indicador, era previsible que volviera a situarse por encima del nivel de equilibrio, ya que en términos generales el optimismo dominó durante todo el curso pasado, y este curso sólo ha habido cierto pesimismo en noviembre, diciembre y marzo. Este mes los españoles son más optimistas ante su futuro personal, desde una perspectiva económica, de lo que lo fueron el pasado mes de marzo, y el ISC-2 ha registrado un ascenso de 5 puntos, lo que sin duda es sustancial. Nos hallamos, por lo tanto, en un momento en el que predomina la esperanza de cara al futuro económico individual.

Los datos de este mes, demuestran cierto optimismo ante el futuro económico personal para la mayoría de los españoles. Como consecuencia de este ascenso del optimismo, la proporción de entrevistados que prevén un futuro peor en lo que se refiere a su situación económica es menor. Así, los españoles ven este mes su futuro con bastante más optimismo y confianza de lo que lo percibían el mes pasado, y esta apreciación la comparten la mayoría de los segmentos de la población. Así, en general las perspectivas individuales han mejorado, pero las fluctuaciones mensuales de este índice no permiten aventurar el futuro.

Cuadro 3.2.1.1.

Perspectivas Económicas para el Individuo

Situación Personal dentro de seis meses:

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---------------------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Mejor | 20% | 20% | 19% | 17% | 16% | 14% | 16% | 18% | 16% | 16% |
| Igual | 52 | 50 | 57 | 52 | 53 | 53 | 54 | 52 | 51 | 55 |
| Peor | 15 | 19 | 14 | 17 | 17 | 17 | 15 | 14 | 18 | 14 |
| NS/NC | 12 | 11 | 10 | 14 | 14 | 16 | 15 | 16 | 15 | 14 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |
| I.S.C. (2) (Economía Personal Futura) | 105 | 101 | 105 | 100 | 98 | 97 | 101 | 103 | 97 | 102 |

Cuadro 3.2.1.2.

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

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Total | 105 | 101 | 105 | 100 | 98 | 97 | 101 | 103 | 97 | 102 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 106 | 100 | 106 | 104 | 101 | 102 | 107 | 105 | 101 | 105 |
| Mujeres | 104 | 101 | 104 | 98 | 96 | 94 | 96 | 102 | 94 | 99 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 124 | 116 | 124 | 112 | 108 | 110 | 116 | 123 | 116 | 118 |
| 30 a 49 años | 104 | 104 | 106 | 103 | 100 | 97 | 99 | 102 | 96 | 101 |
| 50 a 64 años | 97 | 83 | 86 | 91 | 92 | 88 | 93 | 89 | 83 | 91 |
| 65 y más años | 89 | 94 | 98 | 89 | 88 | 92 | 93 | 95 | 93 | 95 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 100 | 94 | 102 | 94 | 92 | 92 | 91 | 101 | 94 | 96 |
| Baja | 103 | 100 | 100 | 95 | 93 | 91 | 97 | 100 | 96 | 95 |
| Media | 107 | 100 | 104 | 102 | 102 | 101 | 104 | 106 | 98 | 104 |
| Alta | 110 | 104 | 116 | 111 | 102 | 104 | 108 | 104 | 104 | 113 |
| Muy Alta | 92 | 143 | 125 | 81 | 104 | 91 | 105 | 106 | 95 | 119 |
| Clase Soc. Subjetiva: | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 118 | 115 | 136 | 114 | 118 | 113 | 125 | 121 | 118 | 104 |
| Media | 106 | 103 | 106 | 102 | 100 | 97 | 103 | 104 | 100 | 104 |
| Baja | 98 | 86 | 89 | 89 | 85 | 96 | 85 | 94 | 80 | 87 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 109 | 104 | 118 | 111 | 104 | 101 | 108 | 113 | 97 | 107 |
| Centro Izquierda | 106 | 111 | 113 | 103 | 105 | 106 | 105 | 111 | 108 | 114 |
| Centro | 108 | 101 | 105 | 104 | 102 | 88 | 91 | 96 | 101 | 101 |
| Centro Derecha | 106 | 103 | 96 | 104 | 87 | 89 | 104 | 96 | 95 | 109 |
| Derecha | 94 | 94 | 90 | 94 | 102 | 89 | 99 | 103 | 105 | 89 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 100 | 93 | 102 | 100 | 98 | 97 | 102 | 103 | 97 | 99 |
| Urbano | 109 | 108 | 104 | 105 | 101 | 97 | 101 | 102 | 97 | 102 |
| Metropolitano | 103 | 96 | 109 | 94 | 94 | 99 | 102 | 105 | 99 | 104 |

Actitud ante Ahorro:

| | | | | | | | | | | |
|-------------|---|---|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Endeudado | - | - | - | 94 | 87 | 93 | 102 | 95 | 78 | 90 |
| Vive al día | - | - | - | 98 | 95 | 95 | 94 | 99 | 96 | 99 |
| Ahorran | - | - | - | 112 | 112 | 107 | 119 | 116 | 113 | 117 |

Satisfacción con la vida:

| | | | | | | | | | | |
|--------------|---|---|---|-----|-----|----|-----|-----|-----|-----|
| Satisfecho | - | - | - | 102 | 100 | 98 | 104 | 104 | 100 | 105 |
| Indiferente | - | - | - | 100 | 96 | 99 | 92 | 76 | 85 | 84 |
| Insatisfecho | - | - | - | 96 | 89 | 90 | 85 | 103 | 90 | 88 |

3.2.2. Perspectivas Económicas para España

Este último componente específico del Índice del Sentimiento del Consumidor refleja para el conjunto de los entrevistados un relativo ascenso en relación con el mes pasado, aunque sigue predominando la proporción de entrevistados que creen que el porvenir de España no va a cambiar en los próximos seis meses o que no se atreven a juzgar como va a ser (64%). El ISC-4 tiene un valor de 97 puntos, según se observa en el Cuadro 3.2.2.1. y sigue siendo netamente inferior al registrado el pasado mes de junio, pero aumenta en relación con el valor del mes pasado. Esta situación del ISC-4 sitúa de nuevo a este componente del ISC por debajo del nivel de equilibrio, lo que supone unas perspectivas para la economía española más bien pesimistas, y peores que las registradas a nivel individual. El 20% de los españoles creen que el porvenir económico de España va a ser peor de lo que es hoy, y sólo un 17% confían en que mejore la situación. Las perspectivas son por lo tanto peores de lo que fueron los últimos meses del curso pasado. Se ha demostrado a lo largo de los sondeos ASEP la tendencia errática de este indicador, ya que después de un fuerte descenso se suele producir un notable incremento y viceversa. Parece que el optimismo de los españoles se ha incrementado levemente en el ámbito colectivo, pero en relación con el mes de abril de 1.988 el valor del ISC-4 es algo peor este mes. Aún así, en este caso también se percibe cierto mayor optimismo que el mes pasado.

Como en el caso de los demás componentes del índice del sentimiento del consumidor, existen importantes diferencias entre los distintos segmentos de la población al evaluar el porvenir de la economía española, según se puede comprobar en el Cuadro 3.2.2.2..

Son escasos los segmentos de la población que tienen este mes un ISC-4 superior o igual a 100 puntos. Así, los varones, los menores de 30 años, las personas de posición social alta y clase alta, los individuos de izquierda, centro izquierda y centro, los habitantes de áreas urbanas, y los que ahorran y están satisfechos con sus vidas rebasan este mes por un leve margen el punto neutro en este índice, lo que indica una visión algo optimista sobre el futuro económico de España. Todos los demás segmentos de la población obtienen un ISC inferior a 100. Las mujeres, las personas de edad avanzada, de clase social baja y posición social baja y muy alta, los habitantes de áreas metropolitanas, los endeudados y los insatisfechos con su vida, sostienen una visión claramente pesimista. En general, los individuos de clase social baja, y los de derecha y centro derecha, son siempre los estratos menos optimistas respecto al futuro de la economía española, puesto que para estos segmentos el ISC-4 suele ser muy inferior al punto neutro.

La confianza en un porvenir económico mejor para España es mayor, en general, cuanto menor es la edad y para los individuos de posición social superior. En cuanto a la ideología, se observa una vez más, como en meses anteriores, un mayor optimismo entre los de izquierda (generalmente votantes del PSOE).

Las perspectivas ante el futuro económico del individuo y del país son sin duda mejores que lo que fueron en marzo. Sin embargo, la situación económica futura de los españoles parece percibirse con optimismo, pero el pesimismo sigue apareciendo ante el futuro colectivo. De los dos indicadores el individual llega a sobrepasar en el nivel de equilibrio. Así, nos encontramos ante un porvenir menos "esperanzador" que en junio, pero los datos son en parte algo más optimistas que el mes pasado, aunque no nos permiten decir que el optimismo se vaya a recuperar totalmente. Los indicadores que determinan el futuro son mejores desde el punto de vista individual que desde el punto de vista del país. Los componentes del Índice del Sentimiento del Consumidor que se refieren al individuo, han registrado un ascenso muy claro este mes, después del descenso del mes pasado, y los que se refieren al país han experimentado

un ascenso menor y no han logrado rebasar el nivel de equilibrio. De todos modos, los datos de este mes son más optimistas de lo que fueron en marzo, pero habrá que esperar al mes próximo para ver si esta tendencia continúa.

Cuadro 3.2.2.1.

Perspectivas Económicas para España

Situación de España dentro de seis meses:

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Mejor | 19% | 21% | 22% | 17% | 18% | 16% | 18% | 16% | 15% | 17% |
| Igual | 39 | 39 | 45 | 41 | 42 | 40 | 37 | 37 | 40 | 41 |
| Peor | 21 | 21 | 16 | 20 | 20 | 22 | 21 | 23 | 21 | 20 |
| NS/NC | 20 | 19 | 17 | 22 | 20 | 23 | 24 | 24 | 24 | 23 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |
| I.S.C. (4) (Economía del País Futura) | 98 | 101 | 106 | 97 | 97 | 93 | 96 | 93 | 95 | 97 |

Cuadro 3.2.2.2.

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

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 98 | 101 | 106 | 97 | 97 | 93 | 96 | 93 | 95 | 97 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 102 | 103 | 112 | 99 | 101 | 96 | 100 | 97 | 100 | 100 |
| Mujeres | 96 | 99 | 100 | 96 | 93 | 91 | 93 | 90 | 90 | 94 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 105 | 102 | 114 | 105 | 105 | 101 | 99 | 98 | 99 | 103 |
| 30 a 49 años | 95 | 104 | 106 | 98 | 93 | 90 | 94 | 93 | 89 | 97 |
| 50 a 64 años | 97 | 97 | 100 | 86 | 92 | 86 | 97 | 88 | 92 | 94 |
| 65 y más años | 97 | 96 | 103 | 100 | 100 | 100 | 96 | 95 | 102 | 93 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 89 | 88 | 102 | 95 | 100 | 100 | 88 | 86 | 92 | 99 |
| Baja | 94 | 100 | 102 | 101 | 95 | 92 | 97 | 95 | 99 | 96 |
| Media | 101 | 100 | 106 | 95 | 99 | 95 | 100 | 95 | 93 | 97 |
| Alta | 107 | 105 | 115 | 98 | 96 | 90 | 87 | 87 | 87 | 103 |
| Muy Alta | 62 | 126 | 125 | 86 | 93 | 90 | 103 | 100 | 113 | 96 |
| Clase Soc. Subjetiva: | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 105 | 95 | 94 | 81 | 106 | 103 | 104 | 83 | 77 | 109 |
| Media | 99 | 104 | 109 | 100 | 98 | 95 | 98 | 95 | 95 | 98 |
| Baja | 94 | 89 | 96 | 90 | 87 | 88 | 87 | 88 | 89 | 90 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 111 | 105 | 122 | 104 | 103 | 110 | 102 | 104 | 100 | 110 |
| Centro Izquierda | 113 | 124 | 118 | 100 | 107 | 101 | 110 | 104 | 104 | 102 |
| Centro | 95 | 96 | 104 | 92 | 104 | 88 | 91 | 84 | 90 | 103 |
| Centro Derecha | 88 | 95 | 94 | 96 | 90 | 82 | 86 | 88 | 88 | 89 |
| Derecha | 81 | 87 | 86 | 91 | 80 | 79 | 87 | 81 | 87 | 74 |
| Hábitat | | | | | | | | | | |
| Rural | 92 | 102 | 110 | 100 | 98 | 94 | 102 | 97 | 96 | 96 |
| Urbano | 104 | 104 | 105 | 96 | 102 | 93 | 94 | 90 | 94 | 100 |
| Metropolitano | 96 | 95 | 104 | 96 | 88 | 94 | 94 | 95 | 95 | 94 |

| | | | | | | | | | | |
|---------------------------------|---|---|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Actitud ante el ahorro | | | | | | | | | | |
| Endeudados | - | - | - | 87 | 84 | 88 | 96 | 81 | 85 | 92 |
| Vive al día | - | - | - | 96 | 94 | 92 | 89 | 93 | 92 | 95 |
| Ahorran | - | - | - | 106 | 109 | 101 | 112 | 99 | 106 | 105 |
| Satisfacción con la vida | | | | | | | | | | |
| Satisfecho | - | - | - | 100 | 100 | 96 | 98 | 94 | 97 | 100 |
| Indiferente | - | - | - | 93 | 83 | 89 | 90 | 109 | 92 | 74 |
| Insatisfecho | - | - | - | 83 | 87 | 82 | 88 | 84 | 77 | 84 |

3.3. EL SENTIMIENTO DE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES

3.3.1. Comparación de los Siete Índices del Sentimiento del Consumidor

En los dos primeros capítulos de este Informe se ha hecho uso de diferentes componentes del ISC que pretendían medir, con un mismo sistema y de una manera general, la evaluación que el entrevistado hacía de su situación económica actual y la de España, por comparación con la de seis meses antes, y las perspectivas sobre la propia situación económica y la de España en un plazo de seis meses.

Pues bien, es ya tradicional, en investigaciones que se realizan en Europa, en Estados Unidos, y también en España, combinar esos cuatro índices en un solo índice resumen o Índice del Sentimiento del Consumidor, que aquí denominamos ISC-5. Estos índices resumen, determinan la orientación de los españoles hacia el consumo y en cierta forma la posible evolución de la "economía" del país.

En el Cuadro 3.3.1.1. se han incluido los cuatro componentes del ISC, junto con el índice resumen ISC-5. De los cuatro índices tres ascienden, y el que se refiere a la situación del país en el presente experimenta una estabilización después de haber ascendido el mes pasado. Podemos, sin embargo, resaltar los siguientes hechos:

- a) Los dos índices que se refieren al futuro del entrevistado y de España (ISC-2, ISC-4) muestran la misma tendencia ascendente en relación al nivel alcanzado el pasado mes de marzo, y los dos índices siguen siendo más altos que sus respectivos índices de situación presente, lo que sugiere que existe más confianza en la mejora relativa de la economía en los próximos meses que al evaluar la situación presente. Este mayor optimismo en la percepción del porvenir es patente tanto en el ámbito individual como en el colectivo, pero es algo mayor, al referirse los entrevistados al futuro de su economía personal, puesto que este indicador rebasa el nivel de equilibrio.
- b) La situación actual del país y de los individuos registra tendencias opuestas en relación al pasado mes de marzo, y la evaluación es superior al tener como marco de referencia el individuo que el país. Sin embargo, los españoles ven con pesimismo, desde el punto de vista económico, la situación económica personal y la del país en la actualidad, y son algo más optimistas al referirse al futuro en ambos casos.

Estos resultados parecen confirmar otros semejantes observados por Cantril en numerosos países, y fueron también verificados en investigaciones que se hicieron en España a finales de la década de los '60. En realidad, no es sino la expresión de la idea de progreso, la creencia en un progreso lineal y continuado.

La segunda cuestión también suele ser frecuente, ya que el individuo tiende a ser más optimista respecto a sí mismo que respecto a su país o al mundo en general cuando "las cosas no van bien".

- c) Podemos observar que todos los valores del ISC que evalúan la situación económica menos uno, han descendido de forma sustancial si se comparan con los que se registraron en junio, más en el que hubo un notable optimismo y sólo el ISC-1 es más alto este mes, lo que sin duda es esperanzador.

- d) El ISC-5, que es el resumen de los otros cuatro indicadores desciende en relación con los últimos meses pero este índice es inferior al registrado hace un año y en junio pasado. La situación, según demuestra este indicador ha mejorado.

Las diferencias en el ISC-5 según diferentes segmentos de la población (Cuadro 3.3.1.2.) demuestran que ciertos segmentos de la población -minoritarios- perciben con optimismo la evolución presente y futura de la situación económica, ya que en algunos casos, el ISC-5 es superior a 100. Así, las personas menores de 30 años, los de posición social alta y muy alta, los de clase alta, los que dicen ser de izquierda y centro izquierda, y los que ahorran registran valores del I.S.C.-5 global superiores o iguales al punto neutro. El clima de optimismo social es básico para el buen funcionamiento de la economía de un país, pero como se ve, éste está limitado sólo a ciertos segmentos de la población. Los jóvenes, las personas con mayor nivel socioeconómico y las que tienen una ideología más afín al actual gobierno, mantienen un clima de cierto optimismo o confianza, que no puede trasladarse a otros segmentos de la población.

El incremento del pesimismo registrado entre el mes de junio y el pasado mes de marzo se debió fundamentalmente a un descenso claro del optimismo de las personas de nivel socioeconómico superior, pero este mes parece haber cambiado la apreciación por parte de estos segmentos. Los datos de este cuadro ponen en evidencia que el pesimismo ante la situación económica reina incluso entre los individuos que se sienten satisfechos de su vida en general, lo que es preocupante.

Por primera vez el indicador global, se situó en 100 puntos, en junio de 1.988, pero ésta percepción no se ha mantenido. Las perspectivas de mejora que parecían deducirse desde los resultados del pasado mes de febrero de 1988 se vieron confirmadas en junio de forma muy clara. Después de unos meses de retroceso y un leve ascenso en enero, este indicador parecía haberse estabilizado pero este mes la situación mejora. La puntual y lenta recuperación del optimismo, que hemos venido reflejando el curso anterior, parece que se puede volver a apreciar este mes, ya que cada vez estamos más lejos del clima de pesimismo general que dominó en casi todos los estudios del curso 86-87 y de los primeros sondeos de este año.

Este mes sólo se ha registrado una cierta mayor esperanza en el ámbito del futuro individual, pero en todos los demás aspectos domina el pesimismo de forma muy nítida, pero el índice global parece haberse incrementado, es decir que demuestra un clima de cierta mejora de la situación económica.

Cuadro 3.3.1.1.

Índices del Sentimiento del Consumidor

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|--------------------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| I.S.C. (1) Econ. Person. Presente | 94 | 90 | 94 | 86 | 87 | 87 | 90 | 90 | 87 | 95 |
| I.S.C. (2) Econ. Person. Futura | 105 | 101 | 105 | 100 | 98 | 97 | 101 | 103 | 97 | 102 |
| I.S.C. (3) Econ. País Presente | 90 | 95 | 98 | 92 | 88 | 82 | 83 | 80 | 87 | 87 |
| I.S.C. (4) Econ. País Futura | 98 | 101 | 106 | 97 | 97 | 93 | 96 | 93 | 95 | 97 |
| I.S.C. (5) | 97 | 96 | 100 | 94 | 93 | 90 | 92 | 92 | 92 | 95 |

Cuadro 3.3.1.2.

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

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 97 | 96 | 100 | 94 | 93 | 90 | 92 | 92 | 92 | 95 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 100 | 99 | 105 | 98 | 97 | 94 | 98 | 95 | 96 | 99 |
| Mujeres | 94 | 94 | 96 | 90 | 89 | 87 | 88 | 88 | 88 | 92 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 107 | 105 | 112 | 105 | 103 | 100 | 100 | 103 | 102 | 105 |
| 30 a 49 años | 94 | 99 | 102 | 94 | 90 | 87 | 90 | 91 | 87 | 95 |
| 50 a 64 años | 93 | 85 | 89 | 83 | 87 | 81 | 98 | 82 | 85 | 88 |
| 65 y más años | 92 | 94 | 95 | 92 | 90 | 94 | 93 | 89 | 95 | 90 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 90 | 87 | 94 | 91 | 96 | 95 | 91 | 87 | 84 | 94 |
| Baja | 94 | 94 | 96 | 94 | 89 | 86 | 91 | 91 | 94 | 90 |
| Media | 98 | 97 | 100 | 94 | 94 | 92 | 95 | 92 | 90 | 96 |
| Alta | 101 | 101 | 111 | 98 | 96 | 93 | 91 | 93 | 90 | 104 |
| Muy Alta | 88 | 125 | 128 | 86 | 92 | 90 | 98 | 99 | 102 | 104 |
| Clase Soc. Subjetiva: | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 116 | 98 | 105 | 96 | 112 | 98 | 105 | 97 | 98 | 108 |
| Media | 97 | 99 | 103 | 96 | 94 | 90 | 94 | 93 | 92 | 97 |
| Baja | 92 | 83 | 89 | 84 | 80 | 87 | 82 | 84 | 82 | 84 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 106 | 101 | 116 | 101 | 98 | 102 | 100 | 103 | 95 | 106 |
| Centro Izquierda | 107 | 115 | 112 | 100 | 101 | 98 | 103 | 104 | 102 | 105 |
| Centro | 92 | 93 | 102 | 92 | 97 | 86 | 85 | 83 | 90 | 97 |
| Centro Derecha | 94 | 93 | 87 | 94 | 83 | 82 | 88 | 83 | 86 | 93 |
| Derecha | 85 | 87 | 80 | 90 | 86 | 80 | 82 | 82 | 93 | 76 |
| Hábitat | | | | | | | | | | |
| Rural | 95 | 94 | 100 | 97 | 95 | 93 | 98 | 95 | 91 | 94 |
| Urbano | 100 | 99 | 96 | 95 | 95 | 88 | 91 | 90 | 92 | 97 |
| Metropolitano | 94 | 96 | 96 | 89 | 87 | 91 | 90 | 92 | 92 | 94 |

Actitud ante el ahorro

| | | | | | | | | | | |
|-------------|---|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Endeudados | - | - | 87 | 82 | 78 | 80 | 86 | 76 | 77 | 80 |
| Vive al día | - | - | 96 | 91 | 89 | 88 | 86 | 89 | 90 | 94 |
| Ahorran | - | - | 106 | 108 | 108 | 101 | 112 | 105 | 106 | 108 |

Satisfacción con la vida

| | | | | | | | | | | |
|--------------|---|---|-----|----|----|----|----|----|----|----|
| Satisfecho | - | - | 100 | 97 | 97 | 93 | 96 | 93 | 95 | 99 |
| Indiferente | - | - | 93 | 87 | 81 | 88 | 85 | 96 | 86 | 78 |
| Insatisfecho | - | - | 83 | 80 | 79 | 75 | 75 | 82 | 74 | 76 |

3.3.2. Optimismo y Pesimismo de los Españoles

En este punto se pretende medir el grado de optimismo o pesimismo de los españoles hacia el futuro de forma genérica. Como ya se ha dicho, el índice de optimismo y pesimismo se construye a partir de las respuestas dadas por los entrevistados a las preguntas sobre su situación económica personal presente respecto al pasado, y de cara al futuro. Mediante la combinación de las respuestas a estas dos cuestiones, se construye el Índice de Optimismo Social con tres categorías. Según se ve en el Cuadro 3.3.2.1., la proporción de entrevistados en cada una de las tres categorías es la siguiente: optimistas 22%, pesimistas 22% e indiferentes 56%. En relación al pasado mes de junio se detecta todavía cierto descenso del optimismo, pero en relación con los últimos meses se ha reducido la proporción de pesimistas y ha ascendido la de optimistas. Por lo tanto, en relación con el pasado mes de marzo, la situación ha mejorado. El valor del IOS este mes es de 100 puntos, por lo que alcanza el nivel de equilibrio, lo que demuestra cierto optimismo. A pesar de tener una evolución variable, el IOS mostró desde enero de 1987 una clara tendencia ascendente que se invirtió el pasado mes de octubre. Este índice ascendió los últimos meses, el mes pasado de nuevo se volvió a invertir la tendencia, y este mes el descenso es sustancial. Sin duda, comienza a dominar el optimismo en la población después de varios meses en que ha reinado el pesimismo con altibajos. Como los datos antes comentados sobre el ISC parecían demostrar, este mes el optimismo es mayor entre los españoles.

Las diferencias en el IOS que se muestran en el Cuadro 3.3.2.2. ponen de manifiesto que no son pesimistas todos los segmentos de la población. Así, los varones, las personas menores de 30 años, los de posición social media, alta y muy alta, los de clase social alta y media y los que dicen ser de izquierda, centro izquierda, y centro derecha registran valores del IOS superiores al punto neutro, así como los habitantes de zonas urbanas y metropolitanas, los que están satisfechos con sus vidas y los que ahorran. Se puede apreciar que el optimismo radica sobre todo en las clases altas y en los jóvenes, y las clases bajas parecen ser este mes, como los pasados, más bien pesimistas. Sin duda, el optimismo se ha extendido a las clases sociales medias.

Los demás segmentos de la población son más pesimistas que optimistas, pero los valores del IOS son en general más altos este mes de lo que fueron el pasado mes de marzo en todos los estratos. De todos modos siguen siendo, como otros meses, mucho más pesimistas, las mujeres, las personas mayores de 50 años y los que tienen peor nivel socioeconómico, ya que son los segmentos que siguen viendo la situación de forma menos optimista. Además, las personas de derecha son sin duda las más pesimistas este mes, junto con los que tienen entre 50 y 64 años, los endeudados y los que se sienten insatisfechos con su vida. El optimismo registrado el pasado mes de junio parece haber vuelto a aparecer, y, aunque este mes se ha producido un claro ascenso del índice, hay que esperar a los resultados del mes próximo para evaluar su evolución, puesto que el carácter inestable de este indicador no permite aventurar el próximo futuro. De todos modos, el curso pasado el optimismo fue en general mucho mayor de lo que fue el curso anterior, y se culminó el curso 1987-88 con un clima de clara esperanza que, como aventuramos, no ha acompañado el inicio del nuevo curso. Este mes se ha producido un notable ascenso en el IOS, por lo que se puede decir que este mes de abril ha dominado el optimismo en la sociedad española.

Cuadro 3.3.2.1.

Distribución de los Entrevistados según su grado de Optimismo Social (IOS)

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Optimista | 28% | 27% | 27% | 23% | 22% | 21% | 22% | 23% | 21% | 22% |
| Indiferente | 48 | 42 | 48 | 49 | 51 | 53 | 51 | 53 | 50 | 56 |
| Pesimista | 24 | 31 | 25 | 28 | 28 | 27 | 26 | 24 | 29 | 22 |
| ----- | | | | | | | | | | |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |
| ----- | | | | | | | | | | |
| IOS | 103 | 97 | 103 | 94 | 94 | 94 | 96 | 99 | 92 | 100 |

Cuadro 3.3.2.2.

**Índice de Optimismo Social (IOS), por
Características del Entrevistado**

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 103 | 97 | 103 | 94 | 94 | 94 | 96 | 99 | 92 | 100 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 107 | 99 | 107 | 101 | 98 | 100 | 104 | 104 | 97 | 106 |
| Mujeres | 100 | 94 | 99 | 88 | 91 | 88 | 88 | 95 | 88 | 94 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 126 | 118 | 126 | 111 | 114 | 114 | 117 | 126 | 118 | 122 |
| 30 a 49 años | 101 | 101 | 107 | 97 | 92 | 93 | 90 | 96 | 86 | 99 |
| 50 a 64 años | 112 | 72 | 78 | 80 | 85 | 78 | 84 | 80 | 72 | 85 |
| 65 y más años | 88 | 89 | 90 | 82 | 82 | 89 | 90 | 89 | 91 | 90 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 92 | 91 | 93 | 87 | 89 | 96 | 97 | 100 | 89 | 92 |
| Baja | 98 | 92 | 96 | 86 | 88 | 87 | 88 | 93 | 91 | 90 |
| Media | 105 | 97 | 101 | 99 | 97 | 96 | 98 | 101 | 91 | 103 |
| Alta | 112 | 104 | 124 | 106 | 100 | 108 | 107 | 108 | 101 | 115 |
| Muy Alta | 106 | 130 | 136 | 76 | 104 | 91 | 96 | 94 | 95 | 127 |
| Clase Soc. Subjetiva: | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 122 | 115 | 139 | 112 | 128 | 113 | 111 | 124 | 120 | 110 |
| Media | 104 | 99 | 106 | 97 | 97 | 94 | 99 | 100 | 94 | 103 |
| Baja | 90 | 82 | 80 | 80 | 75 | 92 | 77 | 88 | 74 | 84 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 111 | 108 | 119 | 102 | 102 | 104 | 105 | 113 | 98 | 110 |
| Centro Izquierda | 112 | 112 | 114 | 108 | 104 | 103 | 107 | 109 | 104 | 115 |
| Centro | 101 | 89 | 107 | 96 | 99 | 94 | 85 | 90 | 90 | 99 |
| Centro Derecha | 104 | 104 | 94 | 98 | 80 | 81 | 98 | 86 | 86 | 101 |
| Derecha | 89 | 88 | 82 | 94 | 96 | 82 | 83 | 100 | 95 | 84 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 100 | 89 | 98 | 92 | 96 | 100 | 98 | 101 | 90 | 96 |
| Urbano | 108 | 103 | 102 | 100 | 95 | 89 | 94 | 96 | 92 | 100 |
| Metropolitano | 99 | 95 | 109 | 87 | 91 | 97 | 97 | 102 | 93 | 103 |

Propensión Ahorro:

| | | | | | | | | | | |
|-------------|---|---|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Endeudado | - | - | - | 80 | 73 | 80 | 86 | 81 | 67 | 75 |
| Vive al Día | - | - | - | 89 | 89 | 91 | 87 | 94 | 89 | 97 |
| Ahorra | - | - | - | 119 | 117 | 110 | 125 | 118 | 114 | 124 |

Satisfacción con la Vida:

| | | | | | | | | | | |
|--------------|---|---|---|----|----|----|-----|-----|----|-----|
| Satisfecho | - | - | - | 98 | 99 | 97 | 100 | 100 | 96 | 104 |
| Indiferente | - | - | - | 79 | 85 | 99 | 81 | 83 | 84 | 81 |
| Insatisfecho | - | - | - | 81 | 77 | 76 | 73 | 94 | 70 | 78 |

3.3.3. Evaluación de la Situación Económica de España

Igual que hemos hecho para el Índice de Optimismo/Pesimismo, índice que se utiliza en los sondeos ASEP desde el comienzo de los mismos, se construyó en octubre de 1988 siguiendo la misma metodología, un nuevo índice que hemos llamado Índice de Evaluación de la Situación Económica del País. Este índice se construye a partir de las respuestas dadas por los entrevistados a las preguntas sobre la situación económica del país presente respecto al pasado, y de cara al futuro. Mediante la combinación de las respuestas a estas dos cuestiones, se construye el Índice de Evaluación de la Situación Económica con tres categorías según la actitud dominante sea de optimismo, indiferencia o pesimismo.

Como se puede comprobar en el Cuadro 3.3.3.1. existe según el I.E.S.E. un 22% de optimistas y un 30% de pesimistas, y la mayoría de los entrevistados (48%) se pueden calificar como indiferentes. Sin duda, el pesimismo parece dominar sobre el optimismo al evaluar los españoles la situación económica de España. La evolución de este índice en los sucesivos sondeos nos permitirá observar su tendencia, pero podemos presumir que tendrá una evolución muy similar a la del I.O.S., pero siempre en niveles inferiores. Además, esta variable también se tomará con carácter explicativo.

En relación con el pasado mes de octubre vemos una vez más que este indicador se sitúa alejado del nivel de equilibrio y del nivel alcanzado ese mes, pero existe un leve ascenso en relación con el mes pasado, igual que ocurrió en marzo.

Las diferencias por segmentos del I.E.S.E. que se muestran en el Cuadro 3.3.3.2. ponen de manifiesto que no son igual de pesimistas todos los segmentos de la población. Así, sólo los individuos de clase social alta, los de izquierda y centro izquierda y los que ahorran obtienen un valor del I.E.S.E. levemente superior al punto neutro, lo que indica cierto optimismo, ya que los valores de este índice no superan los 100 puntos en ningún otro caso. Por otra parte, las mujeres, las personas que tienen más de 30 años, los de posición social muy baja, los de clase baja, los de derecha, los endeudados y los más insatisfechos con su vida obtienen valores del I.E.S.E. muy inferiores a 90 puntos, lo que indica que realizan una evaluación de la situación económica de España francamente negativa. Continúa el año 1989 con cierto pesimismo para la economía del país, aunque la situación ha mejorado levemente en este ámbito colectivo en relación al mes de marzo, como cabía esperar. Sin embargo, el I.O.S. sigue siendo superior al I.E.S.E., como parece ser habitual. Si bien el optimismo parece empezar a vislumbrarse en el ámbito individual, en el colectivo sigue dominando una apreciación pesimista.

Cuadro 3.3.3.1.

**Distribución de los Entrevistados según su Evaluación
de la Situación Económica del País (I.E.S.E.).**

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Optimistas | 24% | 23% | 21% | 23% | 23% | 22% | 22% |
| Indiferent | 47 | 46 | 45 | 42 | 41 | 46 | 48 |
| Pesimistas | 29 | 31 | 34 | 35 | 36 | 32 | 30 |
| Total | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |
| I.E.S.E. | 95 | 92 | 87 | 88 | 87 | 90 | 92 |

Cuadro 3.3.3.2.

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

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|----------------------------------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 95 | 92 | 87 | 88 | 87 | 90 | 92 |
| Sexo: | | | | | | | |
| Varones | 97 | 98 | 92 | 93 | 93 | 99 | 95 |
| Mujeres | 92 | 86 | 82 | 83 | 81 | 82 | 89 |
| Edad: | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 105 | 101 | 93 | 89 | 91 | 90 | 96 |
| 30 a 49 años | 96 | 86 | 82 | 85 | 88 | 86 | 91 |
| 50 a 64 años | 79 | 89 | 80 | 88 | 80 | 90 | 91 |
| 65 y más años | 99 | 94 | 96 | 91 | 88 | 99 | 87 |
| Posición Social: | | | | | | | |
| Muy Baja | 89 | 100 | 91 | 85 | 65 | 77 | 89 |
| Baja | 100 | 90 | 84 | 89 | 91 | 97 | 91 |
| Media | 93 | 92 | 88 | 91 | 85 | 86 | 91 |
| Alta | 92 | 92 | 86 | 73 | 84 | 83 | 99 |
| Muy Alta | 95 | 93 | 79 | 98 | 106 | 113 | 93 |
| Clase Soc. Subjetiva: | | | | | | | |
| Alta, media alta | 88 | 110 | 87 | 94 | 77 | 91 | 110 |
| Media | 98 | 94 | 88 | 89 | 89 | 89 | 92 |
| Baja | 85 | 78 | 82 | 78 | 79 | 86 | 85 |
| Ideología: | | | | | | | |
| Izquierda | 106 | 101 | 106 | 97 | 104 | 94 | 110 |
| Centro Izquierda | 104 | 103 | 98 | 110 | 104 | 101 | 105 |
| Centro | 88 | 95 | 85 | 80 | 78 | 90 | 95 |
| Centro Derecha | 90 | 83 | 72 | 72 | 76 | 75 | 78 |
| Derecha | 89 | 74 | 71 | 66 | 67 | 90 | 62 |
| Hábitat: | | | | | | | |
| Rural | 99 | 98 | 91 | 98 | 90 | 90 | 90 |
| Urbano | 95 | 94 | 86 | 84 | 85 | 92 | 95 |
| Metropolitano | 91 | 83 | 85 | 85 | 88 | 86 | 89 |
| Actitud ante el ahorro: | | | | | | | |
| Endeudado | 80 | 76 | 76 | 82 | 68 | 78 | 80 |
| Vive al día | 93 | 89 | 86 | 82 | 86 | 88 | 91 |
| Ahorran | 109 | 106 | 96 | 104 | 97 | 104 | 100 |
| Satisfacción con la vida: | | | | | | | |
| Satisfecho | 99 | 96 | 91 | 92 | 90 | 93 | 96 |
| Indiferente | 83 | 72 | 81 | 81 | 104 | 90 | 57 |
| Insatisfecho | 79 | 79 | 67 | 69 | 68 | 70 | 72 |

3.4. PAUTAS DE CONSUMO Y ESTILOS DE VIDA

La sociedad occidental actual fue ya caracterizada hace décadas como sociedad de consumo, para indicar el importante papel que esta actividad había adquirido en el funcionamiento de la sociedad, y que en cierto modo ya había sido anticipado por un sociólogo de la talla de Veblen, en su teoría sobre la clase ociosa.

Dada la importancia del consumo, ha parecido imprescindible incorporar a esta investigación periódica un conjunto de indicadores que sirvan para conocer cuáles son las actitudes y comportamientos de los españoles respecto a diferentes aspectos generales y específicos del consumo.

En este sentido, ya se analizaron a lo largo de todo el curso pasado los presupuestos que los españoles dedican a la compra de ciertos bienes y servicios corrientes en el hogar, las tendencias de aumento o reducción de dichos gastos al poder comparar la evolución de los mismos mes a mes, la importancia que ciertos aspectos tienen para estar satisfechos con la calidad de vida, la satisfacción general con la vida que llevan los españoles y ciertas pautas o estilos de vida, cuyo conocimiento puede ser precisamente muy pertinente para anticipar cuales pueden ser las demandas del consumidor. Con la base de estas preguntas se han creado diversos índices concretos como el índice de satisfacción con la calidad de vida, que analizaremos a continuación, y cuya validez se comprobó el curso pasado.

Se parte del supuesto de que toda esta información no solo es útil para describir y explicar las pautas de consumo presentes y futuras a corto plazo, sino que debe ser igualmente útil a quienes tienen que tomar decisiones respecto a los bienes y servicios que se producen.

3.4.1. Presupuestos Familiares y Gastos en el Hogar

Aunque el Instituto Nacional de Estadística realiza periódicamente investigaciones sobre los presupuestos familiares, la periodicidad suele ser pluri-anual. Por ello, con objetivos más limitados en cuanto a la cobertura del gasto, pero con una periodicidad mucho más frecuente, se analiza en cada investigación ASEP el gasto que realizan los españoles en un conjunto de bienes y servicios que engloban todos los gastos mensuales que se pueden producir normalmente en los hogares. Al tener datos mensuales de estos gastos podemos ver mes tras mes si existe incremento o reducción del gasto en estos bienes o servicios.

Así, todos los meses, desde octubre de 1987, se ha preguntado por el gasto realizado el mes pasado en: gastos corrientes de casa (luz, alquiler, teléfono, comunidad, etc.), ropa y calzado, alimentación en casa, salud (medicamentos, consultas, cuotas de sociedades), gasolina, cuidado de su cuerpo (peluquería, masajes, deportes, gimnasia, belleza), ocio y diversiones (copas, cine, viajes), deudas (créditos, plazos, hipotecas), productos para el hogar, educación y cultura (colegios, libros...) aspectos que engloban la mayoría de las partidas que componen el gasto de los hogares y de los individuos.

En el Cuadro 3.4.1.1. se muestra, en primer lugar, la proporción de entrevistados que afirma no haber gastado nada el mes anterior a ser entrevistados, en cada uno de los artículos citados. Como era de esperar, casi todo el mundo ha gastado algo en gastos corrientes de casa, en alimentación en casa, en ropa y calzado y en productos para el hogar. Solo un 33% no ha gastado nada en cosas relacionadas con su salud, un 30% y un 34% no gastó nada en ocio ni en cuidados del cuerpo, respectivamente, un 45% no destinó nada de su presupuesto mensual a

educación y un 34% no gastó nada en gasolina. El menor gasto se ha dado una vez más en el pago de deudas o créditos, ya que el 63% de la población no destina nada de su presupuesto mensual a este tipo de pagos. Son por lo tanto pocos los hogares que están "endeudados", como ya hemos comprobado en otro capítulo de este informe.

El análisis diferencial según diversas características socioeconómicas de los hogares de los entrevistados muestra algunos hechos que es interesante destacar. Así, prácticamente todos los segmentos de la población han gastado algo en alimentación y gastos corrientes de casa.

Sin embargo, los datos del cuadro 3.4.1.1. demuestran que los segmentos de la población en que es mayor la proporción de los que dicen no haber gastado nada en calzado y ropa son sobre todo los de clase social y status socioeconómico bajo. Del mismo modo, son los individuos de más edad y de más baja posición social los que en mayor medida dicen no haber gastado nada, el mes anterior a ser entrevistados, en ropa y calzado.

Quienes en mayor medida no han gastado dinero el mes pasado en productos para la casa son también los individuos de status familiar bajo, los entrevistados de menor clase social, los de más edad y los de menor posición social. Los demás segmentos de la población, han gastado algo, en mayor medida, en ropa o calzado y en productos para el hogar, ya que el gasto en estos productos abarca a casi toda la población.

Por lo que respecta a la gasolina, la proporción de entrevistados que no han gastado nada varía desde un 10 por ciento en los hogares de status socioeconómico alto, hasta un 90 por ciento entre los de status socioeconómico bajo. En general, la proporción de hogares que no han gastado nada en gasolina es mayor cuanto más baja es la clase social con que se identifica el entrevistado y, lógicamente, cuanto más bajo es el status socioeconómico familiar. Además, la proporción de hogares que no ha gastado nada en gasolina es mayor en los hogares rurales. En todo caso, estos datos se han confirmado en las anteriores investigaciones realizadas por ASEP, ya que en todas las encuestas realizadas el curso pasado se incluyó el consumo de gasolina, registrándose siempre las mismas pautas de consumo en los distintos segmentos de la población. El consumo de gasolina es además mayor entre los varones, entre los individuos menores de 49 años y entre los de mayor posición social. Además, quienes dicen ahorrar son los que en mayor grado han gastado algo de dinero en gasolina, así como los postmaterialistas, lo que es significativo y demuestra su alto nivel socioeconómico.

Al analizar qué segmentos de la población no han gastado nada en medicamentos (salud), cuidado del cuerpo, ocio y diversiones, y educación y cultura conviene observar con mayor detenimiento no solo las variables socioeconómicas que caracterizan a los hogares, sino también variables socioeconómicas que determinan que tipo de individuo consume (o no consume) los diferentes bienes, puesto que éste consumo se basa en gran parte, en actitudes individuales.

Así, las diferencias según las características socioeconómicas de los hogares y de los individuos son importantes por lo que respecta a los gastos en salud, puesto que una proporción sustancial de hogares (67%) han hecho algún gasto en este tipo de productos y servicios. De todos modos, un 54 por ciento de los hogares de status socioeconómico bajo, frente a un 28 por ciento de los hogares de status alto o medio alto no han gastado nada en cosas relacionadas con su salud durante el mes de marzo, lo que implica cierta variación. La proporción de quienes no han gastado nada en salud es mayor cuanto más baja es la clase social, y cuanto menor es el status socioeconómico y es también mayor en los hogares que no ahorran. Además, parece que en los tres medios ecológicos existen pautas distintas en relación con el consumo de este tipo de

productos y servicios, ya que se consumen más medicamentos y se pagaron más servicios médicos en los centros metropolitanos. Estas pautas también varían según las características socioeconómicas de los propios entrevistados. Así, quienes en mayor proporción no han gastado nada en medicinas o cosas relativas a la salud son, curiosamente, las personas de más edad, (posiblemente a causa de su menor capacidad económica y de la mayor cobertura que proporciona la Seguridad Social a los pensionistas). La proporción de individuos que no han gastado nada en productos y servicios relacionados con la salud disminuye claramente al aumentar la edad de los entrevistados. Además, los individuos de posición social muy baja o baja son quienes en menor medida gastan dinero en ello y parece que las personas de más alta posición social son a las que en mayor proporción les cuesta dinero su salud.

La proporción de hogares que gastan algo de dinero mensualmente en cuidar su cuerpo es mayor cuanto mayor es la clase social, el status socioeconómico y la posición social del individuo. En este caso existe una diferencia muy sustancial entre ambos extremos, ya que, por ejemplo, un 21% de los individuos de status socioeconómico alto no han gastado nada en el cuidado de su cuerpo, y esta proporción asciende al 70% entre los hogares de status socioeconómicos bajo. Sin duda, el "culto" al cuerpo es algo más característico de los más jóvenes y de los que ahorran y que, por lo tanto, tienen una economía más saneada.

El ocio y las diversiones son también gastos de los que fácilmente se puede prescindir, y por ello, los hogares que en mayor medida no han gastado nada en este tipo de actividad son los de menor nivel socioeconómico, medido por cualquier indicador. Así, mientras que sólo el 11% de las personas de status socioeconómico alto no gastaron nada en ocio y diversiones, esta proporción asciende al 68% para los individuos de status bajo. La proporción de hogares que gastan algo en estas actividades es mayor en los núcleos metropolitanos que en los rurales aunque las diferencias son pequeñas. Si atendemos a las variables más individuales podemos comprobar que la proporción de varones que gastan dinero en ocio y diversiones es mucho mayor que entre las mujeres, y el gasto en estas actividades es también mucho más habitual entre los individuos más jóvenes, de posición social más alta y más post-materialistas.

En educación y cultura los hogares que no han gastado nada son también los menos favorecidos desde el punto de vista económico y este gasto es más frecuente en los medios urbanos y metropolitanos que en los rurales. En este caso, las personas más jóvenes y por lo tanto con hijos en edad escolar (menores 49 años) son las que en mayor proporción gastan algo en educación, mientras que la proporción de individuos que no gastan nada en ello asciende al 81% entre los mayores de 65 años. El mayor gasto en educación y cultura se produce en los hogares de más alto nivel social.

Por último, parece que los españoles no son muy partidarios de las deudas, ya que sólo el 37% reconoce haber gastado algo en este tipo de pagos. La proporción de los que no han gastado nada en deudas es mayor entre los individuos de menor nivel socioeconómico, posición social y los de más edad. Lógicamente los endeudados son quienes más dinero gastan en pagar sus deudas.

Estos datos parecen confirmar el contexto de crisis económica que existe en la sociedad española y que afecta a los sectores menos favorecidos desde el punto de vista económico, ya que la proporción de hogares que gasta algo en gasolina, cuidado del cuerpo, ocio, cultura y deudas parece ser mucho mayor entre los segmentos más acomodados de la sociedad y más jóvenes.

En resumen, parece haber suficiente evidencia para afirmar que:

- a) Prácticamente todos los hogares, independientemente de sus características socioeconómicas, han gastado algo en alimentación, gastos corrientes de casa, ropa y calzado y productos para el hogar, gastos todos ellos que parecen los más imprescindibles.
- b) El status socioeconómico de los hogares (medido por diversos indicadores) tiene un gran poder explicativo respecto al gasto en todos los demás bienes, actividades o artículos, en el sentido de que la proporción de hogares que no gasta nada en esos artículos es mayor cuanto más baja es la clase social subjetiva o el status socioeconómico familiar. Asimismo, la proporción de individuos que no gasta nada en esos artículos es mayor cuanto mayor es la edad y cuanto más baja es la posición social y los que más gastan son, curiosamente, los que más ahorran, lo que demuestra su alto status socioeconómico.
- c) Los servicios de la Seguridad Social para cuestiones de salud y la educación gratuita son más utilizados por los segmentos que tienen menor nivel socioeconómico, mientras que los estratos más acomodados dedican mayor parte de sus ingresos a estos fines.

En el Cuadro 3.4.1.2. podemos ver la proporción de entrevistados según el presupuesto que dedican al mes a adquirir cada uno de los artículos propuestos.

El gasto mensual mayor se destina a la alimentación y en segundo lugar a los gastos de la casa, mientras que en muy pocos casos excede las 20.000 pesetas mensuales el gasto en los demás productos. Por otra parte, en la mayoría de los hogares el gasto mensual en ropa y calzado, gasolina, deudas y ocio, suele oscilar alrededor de las 5.000 pesetas, y el gasto en salud, cuidado del cuerpo, productos para el hogar y educación no suele ser mayor de 5.000 pesetas al mes (en los hogares que gastan algo).

En el Cuadro 3.4.1.2. y en el Cuadro 3.4.1.3. se presenta además el gasto promedio (media aritmética) del total de hogares de los entrevistados que han gastado algo en cada uno de los diez artículos mencionados, así como el coeficiente de variación (cociente entre la desviación típica del gasto y la media aritmética de gasto, estandarizado en forma de porcentaje).

Como ya podía adivinarse por los datos anteriormente comentados, el gasto promedio, del conjunto de hogares incluidos en la muestra, es superior en alimentación, y es mínimo en cuidados del cuerpo. Gran parte de las diferencias observadas en este gasto promedio se deben, como es lógico, a las diferentes proporciones de hogares que no gastan nada en cada uno de los diez artículos. Ello se pone de manifiesto, por otra parte, en los menores (y aún así importantes) coeficientes de variación en el gasto en alimentación, ropa, productos para el hogar y gastos corrientes de casa, y en los grandes coeficientes de variación en el resto de los productos de consumo suscitados y sobre todo en salud, ocio, gasolina, deudas y educación.

Los gastos de casa (luz, comunidad, alquiler, teléfono...) oscilan mayoritariamente entre las 5.000 y las 30.000 pesetas al mes en más de la mitad de los hogares españoles, y tan solo un 7 por ciento de los entrevistados gasta en esto al mes más de 30.000 pesetas. Además, el 18% de los entrevistados afirman gastar menos de 5.000 ptas. en su lugar de residencia. En relación al valor obtenido en el sondeo de marzo la media de los gastos de casa ha descendido levemente y el coeficiente de variación es sin embargo algo mayor. El valor medio para este tipo de gastos ha sido de 13.000 ptas. al mes.

En cuanto a los gastos en alimentación el presupuesto es algo menor al registrado el pasado mes de marzo, si bien casi la mitad de los hogares españoles gastan en productos alimenticios entre

10.000 y 40.000 pesetas al mes, y un 34% gasta más de 40.000 pesetas al mes en alimentos; el coeficiente de variación es en este caso el más bajo (49%) y es inferior que el registrado en marzo. El valor medio es pues de 37.800 ptas. al mes, valor que es ligeramente inferior al del último sondeo.

El presupuesto de gasolina, resulta ser este mes algo superior al de marzo, ya que el 18% de los hogares gastan menos de 5.000 pesetas al mes en gasolina. En este caso, el coeficiente de variación es también superior al del mes pasado, y el valor medio de gasto en gasolina es de 4.800 ptas. al mes, lo que supone un leve ascenso de este tipo de gastos.

Los gastos mensuales en salud y medicinas no superan las 5.000 pesetas al mes para el 41% de los hogares, y el coeficiente de variación es elevado (224%) El valor medio que supone este gasto es de 2.900 ptas. al mes, lo que implica que el nivel del gasto en salud se ha estabilizado en relación con los últimos datos. Tan sólo un 3% de los hogares gastan más de 10.000 pts. al mes en su salud, lo que sin duda es debido a la amplia cobertura de la seguridad social en este tipo de gastos, que afecta a un sector importante de la población.

Los gastos mensuales en cuidado del cuerpo no superan las 5.000 pesetas mensuales en el 46% de los hogares, siendo el gasto medio en este tipo de actividades y productos de unas 2.200 pesetas al mes; en este caso el coeficiente de variación es algo elevado (154%), por lo que existen importantes diferencias debidas al nivel de ingresos, al ser este un gasto "superfluo" o del que se puede fácilmente prescindir. De todos modos, solo en un 8% de los hogares, el gasto en cuidados del cuerpo supera las 5.000 ptas. mensuales y en relación al último sondeo este gasto también ha ascendido levemente.

El gasto en ocio y diversiones afecta a dos de cada tres entrevistados y el valor medio de gasto mensual en ocio y diversiones es de 5.000 ptas. al mes. En este caso, el coeficiente de variación es también elevado (168%). Un 31% de los encuestados gastan menos de 5.000 pts. en actividades de ocio y un 27% gasta mensualmente más de esta cantidad en ocio y diversiones. De este tipo de gasto también se puede prescindir fácilmente, por lo que las variaciones entre segmentos son sustanciales, y en relación con los datos de marzo, asciende también ligeramente la cantidad de dinero dedicado a este tipo de gastos.

En educación y cultura el gasto mensual es inferior al registrado para ocio y diversiones, ya que representa para el conjunto de los hogares unas 3.800 ptas. al mes. El 33% de los entrevistados gastaron en el mes de marzo menos de 10.000 pesetas, lo que supone un gasto reducido, y pone de relieve la amplia cobertura de la enseñanza pública. El coeficiente de variación es en este caso sustancial puesto que representa 195%, lo que implica fuertes variaciones entre segmentos. En relación al mes de marzo el gasto en educación se ha reducido levemente.

El gasto medio en ropa y calzado durante el mes de marzo fue de 6.300 pesetas, pero el coeficiente de variación no es tan elevado para estos bienes (107%). Sin embargo, el 35% de los hogares gasto en ropa y calzado menos de 5.000 pesetas y tan sólo un 2% se gastó más de 20.000 ptas. En este tipo de gasto ha descendido este mes el valor registrado por comparación con el sondeo anterior.

En la partida de productos para el hogar se observa un gasto medio de 3.600 pesetas al mes y un coeficiente de variación no muy elevado si se compara con otros (95%). La mayoría de los hogares (53%) gastaron menos de 5.000 ptas. en este tipo de productos y prácticamente nadie gastó más de 20.000 pesetas mensuales en productos para el hogar. El gasto en estos productos ha descendido levemente si se compara con el registrado el mes pasado.

Por último, los gastos en el pago de deudas y créditos afectan a un sector muy reducido de la población, y los que gastan algo de dinero al mes en pagar deudas destinan una media de 5.700 pesetas a este fin. En este caso el coeficiente de variación es muy pronunciado (263%) y hay que resaltar que en el 10% de los hogares que pagan créditos, dichos pagos en marzo superaron las 20.000 pesetas mensuales. En este caso se detecta también un ascenso del gasto medio.

Este curso como el pasado, se ha pretendido medir el gasto que se produce en los hogares en los diez artículos o servicios ya señalados, con el fin de poder comparar mes tras mes el aumento o la disminución de dichos presupuestos. Los valores obtenidos este mes en estos diez artículos son muy similares a los registrados en los sondeos precedentes. Al comparar los datos de este sondeo de abril con los correspondientes al sondeo de marzo (Cuadro 3.4.1.3.), referidos ambos al mes anterior, se puede ya señalar que el gasto mensual promedio parece haber descendido levemente para casi todos los servicios y productos y tan sólo se mantiene en un nivel estabilizado el gasto en salud y ocio y ha aumentado el gasto en gasolina, cuidado del cuerpo y pago de deudas. Parece que marzo es un mes donde se reduce el consumo de modo notable en la mayoría de las partidas.

Los hogares españoles dedican la mayor parte de su presupuesto mensual a alimentarse y a alojarse, y en todas las demás partidas el gasto medio en ningún caso excede las 10.000 ptas. al mes en la mayoría de los hogares. Estos datos se han confirmado a lo largo de los últimos diez sondeos que ASEP ha realizado.

En el Cuadro 3.4.1.4. se pueden comparar las diferencias en el gasto promedio de los hogares, según diversas características socioeconómicas de los mismos, en cada uno de los diez artículos. El análisis e interpretación de estos datos puede resumirse así:

- a) El gasto promedio por hogar en cada uno de los diez artículos es mayor cuanto más alto es el nivel socioeconómico del hogar. Si vemos las diferencias de las pautas de consumo según el hábitat observamos que el promedio de gasto mensual en los diez artículos por los que se ha preguntado es mayor en los centros urbanos y/o metropolitanos que en las áreas rurales.

Además, si se calcula la razón (cociente) entre el gasto promedio por hogar en la categoría de nivel socioeconómico más alto y en la categoría de nivel más bajo, en dos indicadores -status socioeconómico y posición social- y para cada uno de los diez artículos, se ponen de manifiesto algunas otras cuestiones de gran interés explicativo:

- b) El status socioeconómico familiar proporciona razones más altas que el otro indicador de nivel socioeconómico individual en cuatro de los diez artículos, ya que en todos ellos se da más gasto mensual o mayor gasto en los estratos superiores según el status. Las razones que se deducen de la posición social de los entrevistados son similares a las encontradas con el ISSEF, lo que sin duda indica que, tanto el índice de status socioeconómico familiar como el de la posición social de los individuos están estrechamente relacionados, pero la posición social da las razones más altas en seis de los bienes propuestos.
- c) Las razones más bajas se encuentran, según el status socioeconómico, en alimentación, salud y productos para el hogar. Ello significa que los hogares españoles difieren menos entre sí en el gasto promedio en estos cuatro tipos de productos que en cualquiera de los artículos o servicios restantes por los que se ha preguntado.

- d) Por el contrario, las razones más altas se encuentran respecto al gasto promedio en educación y pago de deudas.
- e) En general, y en base al criterio de la mayor o menor magnitud de la razón, puede afirmarse que los hogares españoles difieren más entre sí, cuando se clasifican por su nivel socioeconómico, en lo que respecta al gasto promedio en educación, en ocio y en el pago de deudas, pero difieren menos entre sí en lo que respecta al gasto promedio en los demás productos o servicios.
- f) Para contrastar las diferencias en el gasto promedio, puede servir de ejemplo mencionar que los hogares de status socioeconómico familiar alto gastan más de 30 veces más que los de status bajo en pagar deudas. En sentido opuesto, puede también observarse que los hogares de status alto gastan solo dos veces más que los de status bajo en alimentación en casa. Y, por término medio, los hogares de status socioeconómico familiar alto gastan 10 veces más en ocio que los de status socioeconómico bajo, 15 veces más en educación, y solo 3 veces más en gastos de casa y menos de una vez más en salud.

El gasto promedio mensual que se realiza en los hogares en estos diez artículos varía sustancialmente en base al status socioeconómico de los mismos y a ciertas variables que caracterizan a los individuos. Las desigualdades son, sin embargo, menos notables en todos aquellos gastos que los segmentos menos favorecidos tienen cubiertos por el Estado, como es el caso sobre todo de la salud y en los gastos más superfluos (ocio), las desigualdades son mayores.

Las variables explicativas de carácter individual -sexo, edad, ocupación- incluidas en el cuadro 3.4.1.4. también ponen en evidencia algunos hechos importantes.

- a) Para estos diez tipos de gastos, las cohortes que más dinero gastan en los mismos son la de 18 a 30 años y/o la de 30 a 49, y los mayores de 65 años son quienes menos dinero dedican a la compra de estos bienes o servicios. Así, para las personas de más edad el gasto mensual en salud, gasolina, cuidado del cuerpo, ocio, deudas y educación y cultura es mínimo, mientras que para los más jóvenes el gasto es sustancial en este tipo de bienes.
- b) Es también interesante resaltar que las diferencias según el sexo de los entrevistados son mínimas en casi todos los productos, ya que tanto los varones como las mujeres parecen tener un nivel de gasto similar en estos bienes. En general, parecen gastar algo más dinero al mes los varones en casi todos los bienes, y sólo en gastos de casa, ropa, alimentos, productos para el hogar y educación, existe un mayor gasto, relativo, por parte de las mujeres. La diferencia más grande de gasto entre hombres y mujeres, en favor de los varones, se da en ocio.
- c) El status ocupacional del entrevistado discrimina el gasto de forma similar a la expuesta para el status socioeconómico. En la mayoría de los productos el gasto mayor se da entre los individuos de status alto, pero en salud parecen tener un gasto medio superior en los hogares de status ocupacional medio y bajo. Las mayores diferencias de gasto entre las personas de status ocupacional alto y los de status medio se producen en gastos de casa, ropa, alimentación, gasolina, ocio y educación, y el menor gasto en todos los productos se registra entre los jubilados.

Podemos concluir que, en relación con el sondeo de marzo, el gasto en los hogares españoles ha variado poco, pero se puede destacar un leve descenso del gasto en los principales productos señalados, es decir, en los que es más difícil prescindir.

Cuadro 3.4.1.1.

Proporción de Entrevistados que afirman no haber Gastado Nada el mes Pasado en diversos artículos, por Características Socioeconómicas de los Hogares y de los Entrevistados.

| ABRIL 1989 | Gastos Casa | Ropa Calzado | Aliment. Casa | Salud | Gasolina | Cuidado Cuerpo | Ocio y Diversiones | Deudas Credit. | Product. Hogar | Educación Cultura |
|---------------------------------|--------------------|---------------------|----------------------|--------------|-----------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------------|
| Total | 2 | 6 | 1 | 33 | 34 | 34 | 30 | 63 | 8 | 45 |
| CARACT. SOCIOEC. HOGARES | | | | | | | | | | |
| Actitud ante el ahorro: | | | | | | | | | | |
| Endeudados | 1 | 7 | - | 31 | 38 | 34 | 42 | 50 | 5 | 42 |
| Viven al día | 2 | 7 | * | 36 | 38 | 38 | 33 | 69 | 8 | 50 |
| Ahorran | 3 | 1 | 1 | 29 | 19 | 24 | 15 | 59 | 6 | 38 |
| Clase Soc. Subjetiva: | | | | | | | | | | |
| Alta, Media Alta | - | - | - | 28 | 18 | 9 | 6 | 54 | 3 | 22 |
| Media | 2 | 3 | 1 | 31 | 28 | 29 | 25 | 61 | 7 | 41 |
| Baja | 2 | 17 | - | 44 | 64 | 62 | 56 | 80 | 12 | 72 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 1 | 8 | - | 35 | 39 | 41 | 36 | 70 | 12 | 57 |
| Urbano | 2 | 5 | * | 36 | 32 | 33 | 29 | 64 | 5 | 44 |
| Metropolitano | 3 | 4 | 1 | 28 | 31 | 29 | 26 | 55 | 7 | 37 |
| Status Socioeconómico | | | | | | | | | | |
| Familiar: | | | | | | | | | | |
| Alto, Medio Alto | 2 | 1 | 1 | 28 | 10 | 21 | 11 | 45 | 8 | 25 |
| Medio | 2 | 2 | 1 | 26 | 20 | 27 | 23 | 58 | 6 | 35 |
| Medio Bajo | 2 | 8 | - | 42 | 54 | 40 | 39 | 74 | 7 | 62 |
| Bajo | 5 | 28 | - | 54 | 90 | 70 | 68 | 85 | 18 | 82 |

CARACT. SOCIOEC. INDIV.

Sexo:

| | | | | | | | | | | |
|-------|---|---|---|----|----|----|----|----|---|----|
| Varón | 2 | 4 | 1 | 32 | 31 | 32 | 21 | 60 | 8 | 45 |
| Mujer | 2 | 6 | 1 | 34 | 36 | 35 | 38 | 66 | 7 | 46 |

Edad:

| | | | | | | | | | | |
|----------|---|----|---|----|----|----|----|----|----|----|
| Menos 30 | 3 | 2 | 2 | 25 | 21 | 24 | 11 | 52 | 7 | 35 |
| 30 a 49 | 2 | 2 | * | 28 | 21 | 29 | 23 | 55 | 6 | 28 |
| 50 a 64 | 2 | 8 | - | 35 | 40 | 39 | 39 | 73 | 8 | 58 |
| 65 y más | 2 | 16 | 1 | 54 | 71 | 51 | 61 | 86 | 11 | 81 |

Posición Social:

| | | | | | | | | | | |
|----------|---|----|---|----|----|----|----|----|----|----|
| Muy Baja | - | 24 | - | 54 | 67 | 56 | 70 | 89 | 14 | 82 |
| Baja | 2 | 8 | * | 37 | 44 | 41 | 40 | 72 | 8 | 55 |
| Media | 3 | 4 | 1 | 29 | 30 | 31 | 23 | 60 | 7 | 41 |
| Alta | 1 | 1 | * | 28 | 15 | 17 | 15 | 45 | 8 | 24 |
| Muy Alta | - | - | * | 38 | 8 | 19 | 12 | 54 | - | 30 |

Post-Materialismo:

| | | | | | | | | | | |
|-------------------|---|---|---|----|----|----|----|----|---|----|
| Materialistas | 2 | 6 | 1 | 34 | 37 | 35 | 34 | 67 | 8 | 49 |
| Postmaterialistas | 2 | 2 | 1 | 29 | 22 | 28 | 17 | 50 | 6 | 34 |

Cuadro 3.4.1.2.

**Proporción de Entrevistados que afirman haber
Gastado el mes Pasado las siguientes cantidades de
pesetas en los siguientes artículos.**

| ABRIL 1989 | Gastos Casa | Ropa Calzado | Aliment. Casa | Salud | Gasolina | Cuidado Cuerpo | Ocio y Diversiones | Deudas Credit. | Product. Hogar | Educación Cultura |
|-------------------------|------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------|-----------------|---------------------------|-------------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------------|
| Nada | 2% | 6% | 1% | 33% | 34% | 34% | 30% | 63% | 8% | 45% |
| Menos de 5.000 pts. | 18 | 35 | 1 | 41 | 18 | 46 | 31 | 4 | 53 | 21 |
| De 5.001 a 10.000 pts. | 27 | 26 | 3 | 8 | 19 | 7 | 16 | 4 | 13 | 12 |
| De 10.001 a 20.000 pts. | 17 | 8 | 8 | 2 | 7 | 1 | 8 | 3 | 2 | 5 |
| De 20.001 a 30.000 pts. | 7 | 2 | 14 | 1 | 2 | * | 2 | 4 | * | 2 |
| De 30.001 a 40.000 pts. | 3 | * | 17 | - | 1 | - | * | 3 | 1 | * |
| Más de 40.000 pts. | 4 | * | 34 | * | * | * | 1 | 3 | - | 1 |
| NS/NC | 22 | 23 | 23 | 14 | 19 | 12 | 12 | 17 | 24 | 14 |
| ----- | | | | | | | | | | |
| Media | 13,0 | 6,3 | 37,8 | 2,9 | 4,8 | 2,2 | 5,0 | 5,7 | 3,6 | 3,8 |
| Coeficiente Variación | 108% | 107% | 49% | 224% | 174% | 154% | 168% | 263% | 95% | 195% |

Cuadro 3.4.1.3.

**Gasto Promedio (en Miles de Ptas.) en el Hogar
Durante el Mes Pasado**

| | | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|--------------------------|-----|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| - Gasto de Casa | x: | 13,6 | 12,5 | 12,5 | 13,7 | 11,9 | 12,8 | 12,0 | 12,9 | 13,6 | 13,0 |
| | CV: | 134% | 132% | 108% | 120% | 112% | 110% | 115% | 109% | 106% | 108% |
| - Ropa y calzado | x: | 5,9 | 6,6 | 6,1 | 7,3 | 6,9 | 6,7 | 6,1 | 7,1 | 7,1 | 6,3 |
| | CV: | 118% | 148% | 99% | 122% | 115% | 112% | 108% | 90% | 122% | 107% |
| - Alimentación en casa | x: | 37,8 | 37,9 | 39,1 | 36,3 | 39,0 | 38,2 | 38,6 | 39,2 | 38,9 | 37,8 |
| | CV: | 57% | 52% | 54% | 56% | 51% | 51% | 51% | 49% | 53% | 49% |
| - Salud | x: | 2,9 | 3,2 | 2,8 | 2,9 | 2,8 | 3,0 | 2,9 | 3,2 | 2,9 | 2,9 |
| | CV: | 201% | 244% | 200% | 201% | 164% | 190% | 222% | 180% | 236% | 224% |
| - Gasolina | x: | 5,3 | 4,8 | 4,9 | 4,7 | 4,2 | 4,3 | 4,4 | 4,7 | 4,3 | 4,8 |
| | CV: | 198% | 186% | 194% | 183% | 149% | 155% | 143% | 162% | 155% | 174% |
| - Cuidado de su cuerpo | x: | 1,9 | 2,0 | 2,3 | 2,0 | 1,9 | 2,0 | 2,0 | 2,2 | 2,0 | 2,2 |
| | CV: | 141% | 170% | 258% | 192% | 128% | 188% | 210% | 116% | 124 | 154% |
| - Ocio y diversiones | x: | 4,8 | 4,8 | 5,1 | 4,6 | 4,3 | 4,6 | 4,5 | 4,8 | 4,4 | 4,4 |
| | CV: | 161% | 207% | 204% | 195% | 174% | 166% | 175% | 148% | 148% | 168% |
| - Pago deudas y créditos | x: | 7,2 | 6,8 | 7,9 | 6,9 | 6,8 | 6,0 | 6,4 | 6,4 | 5,5 | 5,7 |
| | CV: | 281% | 256% | 266% | 238% | 234% | 246% | 254% | 242% | 268% | 263% |
| - Prod. para el hogar | x: | 3,8 | 3,9 | 4,1 | 3,8 | 3,8 | 3,9 | 3,2 | 3,6 | 3,8 | 3,6 |
| | CV: | 94% | 146% | 115% | 130% | 119% | 108% | 114% | 109% | 122% | 95% |
| - Educación y cultura | x: | 5,3 | 5,6 | 5,6 | 5,5 | 4,8 | 4,5 | 4,4 | 5,0 | 4,2 | 3,8 |
| | CV: | 242% | 230% | 252% | 198% | 204% | 190% | 186% | 200% | 202% | 195% |

Cuadro 3.4.1.4.

**Gasto Promedio (en Miles de Ptas.) en el Hogar durante
el Mes Pasado, por Características Socioeconómicas**

| | Gastos de Casa | | Ropa y Calzado | | Alimentac. Casa | | Salud | | Gasolina | |
|-------------------------|----------------|------|----------------|------|-----------------|-----|-------|------|----------|------|
| | X | CV | X | CV | X | CV | X | CV | X | CV |
| ABRIL 1989 | | | | | | | | | | |
| Total | 13,0 | 108% | 6,3 | 107% | 37,8 | 49% | 2,9 | 224% | 4,8 | 174% |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 12,9 | 108% | 6,2 | 89% | 37,2 | 50% | 3,2 | 264% | 5,5 | 156% |
| Mujeres | 13,1 | 108% | 6,4 | 120% | 38,2 | 48% | 2,6 | 154% | 4,1 | 196% |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| 18-29 años | 15,7 | 97% | 7,4 | 90% | 35,2 | 50% | 3,0 | 156% | 6,3 | 125% |
| 30-49 años | 14,7 | 100% | 7,5 | 77% | 43,0 | 40% | 3,2 | 263% | 5,7 | 106% |
| 50-64 años | 10,5 | 108% | 5,5 | 127% | 37,9 | 48% | 3,0 | 191% | 4,6 | 256% |
| 65 y más años | 9,3 | 142% | 3,5 | 213% | 26,6 | 53% | 1,6 | 185% | 1,2 | 606% |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy baja | 5,8 | 89% | 2,8 | 102% | 25,3 | 44% | 1,2 | 140% | 1,6 | 254% |
| Baja | 10,6 | 113% | 5,6 | 147% | 35,7 | 49% | 2,5 | 206% | 3,0 | 232% |
| Media | 14,3 | 103% | 6,5 | 90% | 38,4 | 47% | 3,0 | 215% | 5,5 | 180% |
| Alta | 15,5 | 94% | 8,4 | 73% | 42,1 | 48% | 3,7 | 248% | 7,1 | 95% |
| Muy alta | 21,6 | 101% | 8,5 | 70% | 49,2 | 41% | 3,0 | 166% | 8,6 | 61% |
| Razón (M.Alto:M.Bajo) | 3,7 | | 3,0 | | 1,9 | | 2,5 | | 5,3 | |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 8,0 | 85% | 4,8 | 93% | 36,7 | 45% | 2,4 | 230% | 4,5 | 205% |
| Urbano | 12,4 | 101% | 6,5 | 106% | 38,2 | 47% | 2,7 | 228% | 4,7 | 163% |
| Metropolitano | 18,1 | 102% | 7,1 | 109% | 38,0 | 53% | 3,5 | 211% | 5,5 | 164% |

Status Socioeconómico**Familiar:**

| | | | | | | | | | | |
|-------------------|------|------|------|------|------|-----|-----|------|-----|------|
| Alto, medio alto | 18,2 | 93% | 10,9 | 88% | 45,0 | 46% | 2,9 | 119% | 9,2 | 86% |
| Medio | 15,1 | 102% | 6,7 | 78% | 41,8 | 43% | 3,4 | 233% | 6,0 | 149% |
| Medio Bajo | 8,8 | 97% | 4,6 | 161% | 30,1 | 49% | 2,3 | 222% | 2,2 | 336% |
| Bajo | 5,5 | 102% | 2,3 | 125% | 24,1 | 46% | 1,5 | 182% | - | - % |
| Razón (Alto:Bajo) | 3,3 | | 4,7 | | 1,9 | | 1,9 | | 4,1 | |

Status Ocup. Cab. Familia:

| | | | | | | | | | | |
|-------------|------|------|------|------|------|-----|-----|------|-----|------|
| Alto | 18,1 | 100% | 10,2 | 106% | 47,2 | 44% | 2,5 | 128% | 8,9 | 86% |
| Medio | 15,4 | 98% | 7,3 | 78% | 41,6 | 44% | 3,3 | 229% | 6,0 | 117% |
| Bajo | 9,4 | 92% | 5,9 | 94% | 35,4 | 47% | 3,3 | 182% | 4,5 | 255% |
| En Paro | 9,3 | 85% | 5,5 | 84% | 36,0 | 37% | 3,9 | 252% | 3,3 | 146% |
| Ama de casa | 10,9 | 66% | 6,7 | 98% | 35,5 | 37% | 2,1 | 42% | 4,1 | 117% |
| Jubilado | 9,1 | 124% | 3,8 | 175% | 29,7 | 51% | 2,0 | 210% | 2,2 | 413% |

Cuadro 3.4.1.4. (Continuación)

**Gasto Promedio (en Miles de Ptas.) en el Hogar durante
el Mes Pasado, por Características Socioeconómicas**

| | Cuidado Cuerpo | | Ocio y Deportes | | Deudas/ Créditos | | Productos Hogar | | Educación Cultura | |
|-------------------------|-------------------|------|--------------------|------|---------------------|------|--------------------|------|----------------------|------|
| | X | CV | X | CV | X | CV | X | CV | X | CV |
| ABRIL 1989 | | | | | | | | | | |
| Total | 2,2 | 154% | 5,0 | 168% | 5,7 | 263% | 3,6 | 95% | 3,8 | 195% |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 2,4 | 174% | 6,6 | 161% | 6,3 | 243% | 3,2 | 87% | 3,1 | 166% |
| Mujeres | 2,1 | 128% | 3,4 | 146% | 5,2 | 285% | 3,9 | 97% | 4,3 | 203% |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| 18-29 años | 2,6 | 123% | 8,2 | 120% | 7,5 | 229% | 3,7 | 95% | 4,6 | 177% |
| 30-49 años | 2,7 | 168% | 6,0 | 163% | 9,2 | 201% | 4,0 | 88% | 5,6 | 155% |
| 50-64 años | 1,8 | 119% | 2,6 | 166% | 2,5 | 366% | 3,5 | 110% | 2,3 | 224% |
| 65 y más años | 1,2 | 131% | 1,2 | 233% | 0,4 | 815% | 2,9 | 75% | 0,5 | 373% |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy baja | 1,1 | 140% | 0,8 | 222% | 0,2 | 574% | 2,5 | 71% | 0,6 | 317% |
| Baja | 1,6 | 132% | 2,7 | 162% | 3,5 | 363% | 3,5 | 93% | 2,6 | 231% |
| Media | 2,3 | 132% | 5,2 | 159% | 5,9 | 255% | 3,6 | 95% | 3,9 | 189% |
| Alta | 3,6 | 167% | 9,0 | 126% | 10,5 | 168% | 4,1 | 98% | 6,8 | 143% |
| Muy Alta | 3,2 | 81% | 13,8 | 114% | 13,7 | 175% | 3,8 | 80% | 5,5 | 132% |
| Razón (M.Alto:M.Bajo) | 2,9 | | 17,2 | | 68,5 | | 1,5 | | 9,2 | |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 1,6 | 124% | 3,0 | 178% | 2,9 | 365% | 2,7 | 82% | 2,0 | 220% |
| Urbano | 2,2 | 172% | 4,9 | 170% | 6,1 | 250% | 3,7 | 83% | 3,2 | 163% |
| Metropolitano | 2,7 | 128% | 6,7 | 149% | 7,5 | 233% | 4,1 | 107% | 6,2 | 175% |

Status Socioeconómico

Familiar:

| | | | | | | | | | | |
|-------------------|-----|------|------|------|------|------|-----|-----|------|------|
| Alto, medio alto | 3,5 | 101% | 10,8 | 115% | 13,1 | 166% | 4,5 | 86% | 9,0 | 143% |
| Medio | 2,5 | 158% | 5,3 | 153% | 6,9 | 238% | 3,8 | 96% | 4,1 | 153% |
| Medio Bajo | 1,6 | 145% | 2,5 | 205% | 1,7 | 392% | 3,2 | 88% | 1,5 | 263% |
| Bajo | 0,6 | 176% | 1,1 | 253% | 0,4 | 419% | 2,2 | 69% | 0,6 | 597% |
| Razón (Alto:Bajo) | 5,8 | | 9,8 | | 32,7 | | 2,0 | | 15,0 | |

Status Ocup. Cab. Familia:

| | | | | | | | | | | |
|-------------|-----|------|------|------|-----|------|-----|------|------|------|
| Alto | 3,7 | 105% | 10,9 | 128% | 9,9 | 170% | 4,7 | 77% | 10,0 | 124% |
| Medio | 2,4 | 119% | 5,6 | 154% | 8,4 | 221% | 3,8 | 95% | 4,6 | 164% |
| Bajo | 2,8 | 260% | 3,5 | 122% | 5,7 | 262% | 3,2 | 108% | 2,5 | 199% |
| En Paro | 2,5 | 179% | 5,4 | 117% | 6,2 | 195% | 3,0 | 60% | 2,8 | 209% |
| Ama de casa | 2,7 | 104% | 6,8 | 138% | 0,0 | - % | 3,6 | 76% | 4,3 | 150% |
| Jubilado | 1,3 | 130% | 2,5 | 211% | 0,8 | 520% | 3,1 | 96% | 1,0 | 326% |

3.4.2. Satisfacción con la Vida

Desde hace ya más de un año se ha incluido en los sondeos ASEP una pregunta para evaluar el grado de satisfacción de los españoles con su vida en general. Son muy numerosas las investigaciones que se han realizado en Estados Unidos y en Europa sobre esta cuestión y los datos encontrados para España apuntan en general las mismas tendencias y correlaciones que las observadas en otros países.

Cuando los individuos consiguen lo que persiguen tienen la sensación de estar satisfechos, pero dicho bienestar suele ser transitorio ya que, aunque a corto plazo se produce una sensación de "euforia", a largo plazo las aspiraciones siempre son más altas y por ello se produce lentamente la ascensión de nuevos valores sociales, al considerar como "naturales" valores que años atrás eran sólo aspiraciones. Sin duda el orden de prioridad de los valores sociales e individuales va cambiando en toda sociedad, y ello no es sino el llamado "cambio cultural".

Según los datos de éste sondeo, las personas que dicen estar muy satisfechas con su vida en general representan el 5% de la población española y los que se sienten satisfechos son este mes el 79% de los españoles de más de 18 años, por lo que se puede afirmar que la gran mayoría de los españoles se sienten satisfechos de la vida que llevan, lo que sin duda es importante. Por el contrario, los insatisfechos representan un 13% de la población, y los más pesimistas o muy insatisfechos sólo son un 1%. En esta cuestión los indiferentes y la falta de respuesta solo implica a un 2% de la población española mayor de 18 años, lo que supone un alto índice de respuesta. Por lo tanto podemos afirmar, que más de tres cuartas partes de los españoles (84% este mes) se sienten satisfechos de sus vidas. El alto nivel de respuesta al preguntar a los españoles por su calidad de vida coincide con el obtenido en otros países, lo que demuestra que los entrevistados no tienen inconveniente en contestar a este tipo de preguntas, y esto da gran fiabilidad a los datos encontrados, aunque sin duda es difícil reconocer ante terceros que se está insatisfecho de la vida que se lleva.

Desde enero de 1.988, siempre se ha detectado en los sondeos realizados por ASEP que más del 75% de los españoles están muy satisfecho o satisfechos con la vida que llevan, dato que es comparable con los obtenidos en otros países occidentales, y que demuestra una amplia satisfacción entre la mayoría de la población, lo que en sí mismo es un dato importante.

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

Desde enero, los valores de este índice han oscilado entre 160 y 172 puntos y su variación ha sido zigzagueante, puesto que el índice ascendió en junio y, los meses de octubre y noviembre volvió a bajar situándose en 160 puntos. Desde diciembre el ascenso de éste indicador ha sido continuado, lo que refleja que se ha superado la mínima satisfacción registrada el mes de noviembre, pero el mes pasado volvió a bajar este índice para subir este mes, (Cuadro 3.4.2.1.). Aún así, la proporción de individuos satisfechos sigue siendo considerable para el conjunto de la población española. Los acontecimientos políticos, económicos y sociales de los últimos meses no parecen quedar reflejados en este indicador, y el pesimismo reinante en el terreno más económico parece haberse superado, en parte, este mes en la vertiente individual.

En el Cuadro 3.4.2.2. podemos ver la evolución del I.S.C.V. diferenciando a la población según sus características socioeconómicas. Este mes, las mujeres parecen estar al menos satisfechas que los varones y sin duda, en esta ocasión los más satisfechos parecen ser los individuos que tienen entre 30 y 49 años. En lo que se refiere a la posición social, se detecta que los de posición social alta y media son los que se sienten más satisfechos de su vida, así como los que tienen un status socioeconómico familiar superior o medio. Además, se observa una mayor satisfacción con la vida entre los trabajadores del sector privado y público, y los menos satisfechos son, lógicamente, los parados. La satisfacción con la vida sigue siendo este mes algo superior en el medio rural que en el metropolitano o urbano. Por lo que respecta a la ideología, los más satisfechos con sus vidas son este mes los individuos de centro derecha y centro; en cuanto a la educación los más satisfechos son los de educación alta y media, y parecen más satisfechos los individuos materialistas. Hay que destacar que, una vez más, ningún segmento de la sociedad española se siente insatisfecho con la vida que lleva -ni siquiera los parados-, hecho que sin duda es relevante. Quizá a la gente le cueste manifestar su insatisfacción ante terceras personas. De todos modos, estos datos se han confirmado a lo largo de más de diez sondeos, lo que ratifica su fiabilidad y determina claramente cuáles son los segmentos más satisfechos con sus vidas en la población española.

Al margen de los datos expuestos en el cuadro 3.4.2.2. donde se puede ver, en relación con los datos de marzo, que ha ascendido levemente la satisfacción en casi todos los segmentos, se deben observar con detenimiento los datos expuestos en el cuadro 3.4.2.3. que nos permiten realizar ciertas comparaciones a nivel internacional - puesto que la pregunta se formuló con la misma metodología que en otros estudios-, y donde se incluye un número de variables explicativas mayor. En este caso solo se toma la proporción de individuos que dicen sentirse satisfechos o muy satisfechos con su vida.

Según las investigaciones del profesor norteamericano R. Inglehart, realizadas en USA y en diferentes países europeos, las diferencias por sexo y edad en cuanto al nivel de satisfacción con la vida son poco significativas, aunque destaca un mayor nivel de satisfacción entre las personas de más edad, hecho que éste mes se pone de manifiesto en España según nuestros datos. Parece evidente, como constata Inglehart que las personas más satisfechas de su vida son las que están casadas, pero también las solteras, siendo las menos satisfechas las personas separadas... (otros), pues este hecho se ha confirmado en todos los sondeos de este curso.

En la escala de posición social se detectan los mayores niveles de satisfacción entre los de posición social alta y los menos satisfechos, de forma relativa, parecen ser los individuos de posición social muy alta y muy baja. Así, el índice de status socioeconómico familiar demuestra una mayor satisfacción con la vida en los segmentos de mayor status -alto/medio y medio y una satisfacción mucho menor entre los individuos de bajo status socioeconómico. Los ingresos de los entrevistados sin duda explican su nivel de satisfacción, aunque, como indica el Profesor Inglehart, la situación económica de los individuos sólo explica una parte de las variaciones de este indicador.

Otro indicador objetivo del status individual es la ocupación de los entrevistados. En este caso vemos una mayor satisfacción con la vida entre los individuos que tienen un nivel ocupacional medio y alto, y los menos satisfechos son los parados. En cuanto al sector económico, en el que desarrollan su actividad los entrevistados, la proporción de satisfechos o muy satisfechos es superior entre los que trabajan en el sector público y privado.

Los que han recibido un mayor nivel educativo no tienen por qué ser los más satisfechos con su vida y los datos del cuadro adjunto demuestran que no existen diferencias significativas que se puedan explicar en base a este indicador, aunque parecen algo más satisfechos los de educación alta, hecho que no es reconocido por el profesor Inglehart. Por su parte, el indicador subjetivo de clase social sí explica la satisfacción con la vida de forma clara, y los datos demuestran que quienes se consideran de clase social alta están más satisfechos de su vida en general que los de clase social media, pero ambos segmentos a su vez están más satisfechos que los que dicen ser de clase social baja.

En cuanto al hábitat de residencia, el profesor Inglehart registra una mayor satisfacción en los núcleos rurales, lo que también se sostiene a la vista de nuestros datos de este mes. Por otra parte las personas que se sienten más satisfechas con sus vidas son las que se autoubican en el centro, y son por lo tanto no afines al actual gobierno, y el menor grado de insatisfacción "relativa" recae en los individuos de izquierda. La religiosidad, como demuestra también el profesor Inglehart, parece explicar en buena medida la satisfacción con la vida, pues los más insatisfechos siempre suelen ser los menos religiosos, sea cual sea la religión que practiquen.

En España, los más materialistas parecen estar más satisfechos con su vida que los más post-materialistas, y los más optimistas o indiferentes ante su situación económica no son los más satisfechos.

Sin embargo, quienes ahorran sí están más satisfechos con su vida que los que están endeudados y los que se sienten satisfechos del funcionamiento de la democracia y de la acción del Gobierno también son los que parecen estar más conformes con sus vidas.

Como hemos podido observar, la mayoría de las variables que explican la satisfacción con la vida en general coinciden en su variación con las encontradas en otros países, siendo mínimas las diferencias que resultan para España. Sin duda, el grado de satisfacción con la vida es en gran parte consecuencia del status socioeconómico de los individuos, puesto que en España la gran mayoría de la población tiene todavía actitudes básicamente materialistas, pues se priman las variables económicas sobre las sociales. De todos modos, las variaciones entre segmentos son menos acusadas de lo que cabría esperar, como de hecho demuestra el profesor Inglehart para Estados Unidos y diferentes países de Europa al analizar una pregunta idéntica.

Cuadro 3.4.2.1.

Nivel de Satisfacción con la Vida

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Muy Satisfechos | 8% | 10% | 8% | 8% | 7% | 5% | 6% | 5% | 6% | 5% |
| Satisfechos | 74 | 71 | 75 | 70 | 70 | 75 | 76 | 80 | 76 | 79 |
| Indiferentes | 4 | 3 | 4 | 5 | 6 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| Insatisfechos | 10 | 13 | 11 | 15 | 15 | 14 | 14 | 12 | 13 | 13 |
| Muy Insatisfechos | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| NS/NC | 2 | 1 | * | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | * |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |
| I.S.V. | 169 | 166 | 171 | 162 | 160 | 165 | 167 | 172 | 168 | 170 |

Cuadro 3.4.2.2.

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

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 169 | 166 | 171 | 162 | 160 | 165 | 167 | 172 | 168 | 170 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 167 | 164 | 171 | 158 | 163 | 166 | 166 | 171 | 168 | 171 |
| Mujeres | 171 | 167 | 170 | 166 | 160 | 165 | 167 | 173 | 168 | 170 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 175 | 168 | 167 | 160 | 160 | 163 | 170 | 174 | 169 | 168 |
| 30 a 49 años | 166 | 164 | 178 | 160 | 162 | 168 | 169 | 175 | 171 | 173 |
| 50 a 64 años | 172 | 162 | 163 | 163 | 154 | 158 | 155 | 170 | 164 | 168 |
| 65 y más años | 163 | 172 | 172 | 170 | 164 | 175 | 174 | 166 | 167 | 172 |
| Posición social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 177 | 185 | 170 | 172 | 173 | 169 | 192 | 182 | 166 | 157 |
| Baja | 166 | 162 | 161 | 165 | 158 | 160 | 165 | 170 | 168 | 168 |
| Media | 169 | 165 | 174 | 158 | 155 | 169 | 169 | 173 | 168 | 172 |
| Alta | 172 | 168 | 179 | 165 | 172 | 168 | 157 | 169 | 171 | 177 |
| Muy alta | 184 | 175 | 184 | 167 | 180 | 166 | 160 | 200 | 169 | 158 |
| Status Socioeconómico | | | | | | | | | | |
| Familiar: | | | | | | | | | | |
| Alto y medio | 108 | 175 | 186 | 170 | 175 | 179 | 170 | 182 | 173 | 176 |
| Medio | 107 | 171 | 175 | 170 | 163 | 167 | 168 | 175 | 171 | 176 |
| Medio bajo | 107 | 159 | 161 | 156 | 151 | 164 | 167 | 167 | 165 | 163 |
| Bajo | 105 | 128 | 145 | 128 | 146 | 141 | 151 | 157 | 152 | 145 |
| Sector Económico: | | | | | | | | | | |
| No Activos | 171 | 170 | 171 | 166 | 161 | 164 | 168 | 172 | 168 | 172 |
| En Paro | 136 | 121 | 124 | 111 | 140 | 138 | 139 | 151 | 148 | 131 |
| Sector Público | 178 | 182 | 181 | 166 | 177 | 169 | 169 | 178 | 190 | 174 |
| Sector Priv. c/A. | 174 | 168 | 177 | 168 | 161 | 178 | 171 | 176 | 170 | 175 |
| Sector Priv. c/P. | 164 | 159 | 174 | 162 | 157 | 174 | 166 | 178 | 172 | 173 |

| | | | | | | | | | | |
|---------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 174 | 175 | 173 | 171 | 165 | 167 | 174 | 180 | 171 | 174 |
| Urbano | 168 | 162 | 165 | 158 | 158 | 164 | 166 | 170 | 170 | 169 |
| Metropolitano | 166 | 162 | 178 | 162 | 157 | 166 | 162 | 168 | 162 | 169 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 170 | 159 | 164 | 154 | 159 | 156 | 164 | 171 | 164 | 165 |
| Centro izquierda | 178 | 170 | 171 | 173 | 155 | 172 | 166 | 171 | 169 | 172 |
| Centro | 171 | 166 | 176 | 168 | 170 | 168 | 162 | 173 | 167 | 178 |
| Centro derecha | 167 | 173 | 177 | 166 | 163 | 175 | 172 | 180 | 173 | 178 |
| Derecha | 182 | 173 | 170 | 165 | 170 | 183 | 168 | 179 | 168 | 165 |
| NS/NC | 160 | 163 | 171 | 159 | 154 | 161 | 170 | 170 | 170 | 169 |
| Educación: | | | | | | | | | | |
| Baja | - | - | - | 162 | 156 | 164 | 167 | 172 | 166 | 168 |
| Media | - | - | - | 163 | 165 | 165 | 164 | 174 | 174 | 173 |
| Alta | - | - | - | 163 | 173 | 171 | 165 | 173 | 172 | 175 |
| Post-Materialismo: | | | | | | | | | | |
| Materialista | - | - | - | 165 | 161 | 168 | 168 | 172 | 168 | 172 |
| Postmaterialista | - | - | - | 157 | 157 | 160 | 164 | 173 | 168 | 165 |

Cuadro 3.4.2.3.

Porcentaje de Satisfechos o muy Satisfechos con su Vida en General,
por Características Socioeconómicas de los Entrevistados

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------------------------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 78 | 77 | 80 | 82 | 85 | 82 | 84 |
| Sexo: | | | | | | | |
| Varones | 77 | 80 | 81 | 81 | 84 | 82 | 84 |
| Mujeres | 80 | 74 | 80 | 82 | 85 | 82 | 83 |
| Edad: | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 77 | 78 | 79 | 84 | 86 | 83 | 82 |
| 30-41 años | 77 | 78 | 81 | 82 | 86 | 83 | 85 |
| 50-64 años | 79 | 74 | 76 | 76 | 84 | 79 | 83 |
| 65 y más años | 82 | 79 | 86 | 85 | 81 | 81 | 84 |
| Estado Civil: | | | | | | | |
| Soltero | 75 | 74 | 78 | 79 | 81 | 85 | 81 |
| Casado | 81 | 81 | 82 | 84 | 87 | 84 | 87 |
| Viudo | 72 | 63 | 79 | 75 | 82 | 73 | 74 |
| Otros | 59 | 52 | 67 | 68 | 70 | 58 | 63 |
| Posición Social: | | | | | | | |
| Muy Baja | 82 | 83 | 82 | 94 | 89 | 82 | 74 |
| Baja | 79 | 76 | 77 | 81 | 84 | 82 | 82 |
| Media | 77 | 74 | 82 | 83 | 85 | 82 | 84 |
| Alta | 80 | 85 | 81 | 75 | 83 | 83 | 88 |
| Muy Alta | 81 | 90 | 83 | 75 | 100 | 81 | 77 |
| Status Socioeconómico: | | | | | | | |
| Alto | 83 | 86 | 88 | 83 | 90 | 85 | 87 |
| Medio | 83 | 79 | 81 | 82 | 86 | 84 | 87 |
| Muy Bajo | 74 | 71 | 80 | 82 | 82 | 81 | 80 |
| Bajo | 60 | 70 | 66 | 73 | 77 | 73 | 70 |
| Status Ocupacional: | | | | | | | |
| Alto | 82 | 89 | 96 | 90 | 84 | 89 | 86 |
| Medio | 83 | 78 | 82 | 83 | 87 | 82 | 88 |
| Bajo | 75 | 73 | 85 | 81 | 89 | 90 | 78 |

| | | | | | | | |
|--------------------------|----|----|----|----|----|----|----|
| Paro | 52 | 67 | 65 | 67 | 74 | 72 | 62 |
| Ama de casa | 81 | 76 | 80 | 83 | 87 | 82 | 86 |
| Jubilado | 75 | 77 | 79 | 80 | 80 | 78 | 80 |
| Sector Económico: | | | | | | | |
| No activos | 80 | 77 | 80 | 83 | 84 | 82 | 84 |
| Parados | 52 | 67 | 65 | 67 | 74 | 72 | 62 |
| Sus Labores | 81 | 87 | 82 | 82 | 89 | 94 | 85 |
| Sector Priv. c/ajena | 81 | 78 | 84 | 84 | 86 | 83 | 86 |
| Sector Priv. c/propia | 80 | 76 | 84 | 82 | 88 | 83 | 85 |
| Educación: | | | | | | | |
| Baja | 78 | 74 | 80 | 82 | 84 | 81 | 83 |
| Media | 79 | 80 | 84 | 81 | 86 | 85 | 84 |
| Alta | 78 | 84 | 84 | 80 | 84 | 84 | 86 |

Cuadro 3.4.2.3. (Continuación)

Porcentaje de Satisfechos o muy Satisfechos con su Vida en General,
por Características Socioeconómicas de los Entrevistados

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 78 | 77 | 75 | 82 | 85 | 82 | 84 |
| Clase Social: | | | | | | | |
| Alta, media alta | 94 | 87 | 83 | 88 | 81 | 86 | 92 |
| Media | 80 | 78 | 82 | 83 | 87 | 84 | 86 |
| Baja | 70 | 72 | 72 | 75 | 73 | 73 | 74 |
| Hábitat: | | | | | | | |
| Rural | 72 | 79 | 81 | 86 | 88 | 83 | 85 |
| Urbano | 77 | 76 | 79 | 81 | 84 | 83 | 83 |
| Metropolitano | 78 | 77 | 81 | 79 | 83 | 79 | 83 |
| Ideología: | | | | | | | |
| Izquierda | 75 | 77 | 76 | 81 | 84 | 79 | 80 |
| Centro Izqda. | 86 | 75 | 83 | 81 | 84 | 82 | 85 |
| Centro | 80 | 82 | 81 | 79 | 86 | 81 | 88 |
| Centro Dcha. | 81 | 78 | 87 | 86 | 88 | 85 | 82 |
| Derecha | 78 | 84 | 89 | 82 | 87 | 82 | 83 |
| Práctica Religiosa: | | | | | | | |
| Alta | 85 | 79 | 82 | 80 | 87 | 84 | 85 |
| Media | 82 | 77 | 81 | 85 | 90 | 86 | 85 |
| Baja | 75 | 77 | 79 | 82 | 82 | 81 | 82 |
| Post-Materialismo: | | | | | | | |
| Materialistas | 80 | 77 | 81 | 80 | 84 | 82 | 84 |
| Post-materialistas | 76 | 76 | 77 | 83 | 85 | 82 | 81 |
| Optimismo/Pesimismo: | | | | | | | |
| Optimistas | 79 | 78 | 82 | 86 | 83 | 83 | 88 |
| Indiferentes | 84 | 83 | 83 | 85 | 88 | 88 | 86 |
| Pesimistas | 68 | 65 | 73 | 72 | 80 | 71 | 73 |
| Propensión al ahorro: | | | | | | | |
| Endeudados | 66 | 59 | 69 | 69 | 73 | 66 | 67 |
| Viven al día | 79 | 77 | 81 | 81 | 85 | 83 | 84 |
| Ahorran | 86 | 86 | 87 | 90 | 89 | 89 | 94 |

Satisf./Democracia:

| | | | | | | | |
|--------------|----|----|----|----|----|----|----|
| Satisfecho | 83 | 84 | 87 | 87 | 90 | 88 | 90 |
| Indiferente | 69 | 71 | 69 | 76 | 82 | 72 | 77 |
| Insatisfecho | 74 | 67 | 73 | 73 | 77 | 75 | 75 |

Satisf./Gobierno:

| | | | | | | | |
|--------------|----|----|----|----|----|----|----|
| Satisfecho | 86 | 86 | 88 | 88 | 91 | 87 | 90 |
| Indiferente | 68 | 71 | 73 | 86 | 80 | 79 | 79 |
| Insatisfecho | 74 | 70 | 77 | 76 | 80 | 78 | 78 |

3.4.3. Calidad de Vida

Para conocer que aspectos son más o menos importantes para hacer agradable la vida de los españoles y saber el grado en que éstos se sienten satisfechos o insatisfechos con respecto a los mismos, se preguntó durante 18 sondeos -de octubre de 1.986 a Julio de 1.987- por un total de 35 aspectos distintos, de forma que se elaboró un ranking de los aspectos más o menos prioritarios (según la valoración dada en una escala de 0 a 10 puntos) y otro ranking con los aspectos con los que los entrevistados se sentían más satisfechos y más insatisfechos.

Durante este curso se va a intentar profundizar en los determinantes de la calidad de vida, pero utilizando una metodología distinta, que se puede comparar con datos internacionales y que se basa en la experiencia que ASEP ha acumulado a lo largo de estos dieciocho sondeos.

Así, de los 35 ítems propuestos en los sondeos ASEP para averiguar qué es lo que contribuye en mayor medida a evaluar la calidad de vida de los españoles, hay que resaltar que los aspectos más importantes resultaron ser las cuestiones afectivas -familia, amor, afecto- la salud, la educación de los hijos, y el sentirse útil a los demás. Además también se consideran importantes ciertos aspectos que proporciona el Estado -enseñanza, atención a la tercera edad, servicios médicos, lucha contra la droga, seguridad ciudadana- y tras éstos vienen los aspectos más materiales como son el lugar de residencia, la seguridad económica, el nivel de los precios o el dinero que ganan, el éxito, el trabajo... En general de los 35 aspectos suscitados 28 fueron valorados con más de 7 puntos como media y los menos importantes, valorados por debajo de 7 puntos, fueron la posibilidad de ahorrar, de comprar y de ir de vacaciones, la investigación y la moralidad en T.V.E. y los programas de T.V.E.

"Amor, salud y dinero" serían las prioridades del conjunto de la población española y las cuestiones relativas al ocio y al tiempo libre serían las menos prioritarias, según los datos de los sondeos ASEP.

Pero una cosa son los deseos y otra muy distinta los hechos concretos. Así, con estos treinta y cinco aspectos, se observa que la mayoría de los españoles están satisfechos en lo relativo a cuestiones afectivas (de familia, amigos...), a cuestiones de salud y a cuestiones de trabajo, pero que están claramente insatisfechos con todos aquellos aspectos que tienen un matiz más bien económico o que dependen de los servicios que presta el Estado (el dinero que gana, la posibilidad de ahorrar el nivel de los precios..., funcionamiento de la seguridad social, de la justicia...).

Partiendo de esta valiosa documentación previa y de otros estudios realizados en Estados Unidos, se introdujo una nueva pregunta en los sondeos ASEP del primer trimestre de este curso para seguir profundizando en los determinantes de la calidad de vida. De este modo, se seleccionaron diez aspectos concretos y se preguntó a los entrevistados que establecieran su orden de prioridades para los tres primeros puestos (primero, segundo, tercero) siendo estos los aspectos que se consideran más importantes a la hora de evaluar su calidad de vida o que contribuyen en mayor medida a que la gente se sienta más o menos satisfecha y feliz con su existencia.

Sin duda, el aspecto que se consideró más importante es tener buena salud puesto que más del 40% de los entrevistados lo mencionan en primer lugar. Tener un matrimonio feliz fue el segundo aspecto más aludido en primer lugar. Por su parte, tener armonía en la familia fue el tercer aspecto más aludido en primer lugar. El cuarto aspecto que parece ser primordial, aunque fue sobre todo citado en tercer lugar es el tener buenas relaciones con los amigos. De los diez

aspectos propuestos sin duda estos cuatro fueron los que se consideraron más importantes para hacer agradable la vida de los españoles, y hay que poner de relieve que según la escala del profesor norteamericano R. Inglehart, tres de estos cuatro aspectos se considera que respaldan una actitud básicamente materialista, lo que demuestra una vez más, como se pone en evidencia en otro lugar de este informe, el importante sesgo materialista de los españoles.

Los demás aspectos propuestos fueron citados por una proporción muy inferior de entrevistados, y se consideran por lo tanto menos importantes para evaluar la calidad de vida. Así, menos de un 5% de los entrevistados citaron en primer lugar tener suficiente dinero, hacer cosas interesantes, sentirse útil a los demás y ser respetado por los demás y en el total de las menciones el más citado de estos cuatro aspectos fue el relativo al dinero y los demás fueron citados por menos del 25% de los entrevistados en el total de menciones.

Por otra parte, los aspectos menos aludidos en primer lugar fueron tener hijos y tener tiempo libre, ambos citados por un 1% de la población, respectivamente.

Conocidos los aspectos que se consideran más importantes para evaluar la calidad de vida, aspectos verificados en tres sondeos, pareció conveniente formular esta pregunta de otro modo en el primer trimestre de este año, para conocer el grado de satisfacción de los españoles mayores de 18 años con diez aspectos distintos que, como se ha visto, contribuyen a determinar el grado de satisfacción con la vida en general.

Como demuestra el profesor norteamericano R. Inglehart la satisfacción con la vida es la suma de la satisfacción con diversos aspectos concretos que contribuyen a ello, y no se debe por lo tanto sólo a un determinado componente. Así, el trimestre pasado se preguntó por diez aspectos distintos para determinar el grado de satisfacción-insatisfacción de los españoles con los mismos. Para evaluar si predomina la satisfacción o la insatisfacción con los diferentes aspectos se ha construido un índice que resulta de restar la proporción de satisfechos o muy satisfechos a la proporción de insatisfechos o muy insatisfechos, sumando 100 puntos al resultado para estandarizar las respuestas. Según la mayor o menor magnitud de este índice el orden de prioridades que se establece con estos diez aspectos registrados, es el siguiente: la mayor satisfacción se produce en lo relativo a las relaciones familiares, con amigos y entre generaciones, pero también existe una amplia satisfacción con el lugar de residencia, la salud, la educación, el tiempo libre y el trabajo. Por el contrario, los españoles están claramente insatisfechos de sus ingresos y de las pensiones de la seguridad social.

Este trimestre se van a intentar evaluar del mismo modo cada mes cinco aspectos distintos, pues se ha comprobado que el nivel de satisfacción con estas cuestiones no varía de forma sustancial de un mes a otro.

Así, este mes se ha evaluado el nivel de satisfacción de los españoles respecto a su nivel de vida, su matrimonio, su salario, la sensación de seguridad y la asistencia médica.

Así, y según consta en el Cuadro 3.4.3.1 podemos afirmar que los españoles están altamente satisfechos de su matrimonio, así como de su nivel de vida. También, la mayoría de los españoles están satisfechos con la asistencia médica, pero es más introvertido el estar satisfecho con el salario y la sensación de seguridad.

Estos son los rasgos más sobresalientes que se deducen del cuadro 3.4.3.1., pero además hay que resaltar del citado cuadro, que los mayores niveles de no respuesta se obtienen para el matrimonio, sin duda porque parte de la población no está casada. Por otra parte, los mayores

niveles de satisfacción (muy satisfechos) se dan para el matrimonio. Además, donde se registra una mayor proporción de muy insatisfechos resulta ser para la sensación de seguridad.

En lo relativo a nivel de vida, matrimonio y asistencia médica domina la satisfacción en el conjunto de la población española, pero el salario y la seguridad ciudadana provocan actitudes más controvertidas en cuanto a la satisfacción.

En el Cuadro 3.4.3.2. podemos ver la diferencia que se produce en el índice de satisfacción creado para los diferentes segmentos de la población.

El matrimonio es el aspecto donde se registra mayor satisfacción, y esta es generalizable a todos los estratos sociales. En esta vertiente sólo se observa una relativa menor satisfacción entre los más jóvenes (muchos de ellos no están casados), los de menor posición social y los parados y los jubilados. Además, los menos satisfechos con su matrimonio son los de educación media, los solteros, viudos y los de otros estados civiles, los habitantes de áreas metropolitanas, los endeudados, los insatisfechos con su vida y los insatisfechos con la democracia y el gobierno. Sin embargo, la práctica totalidad de los casados están satisfechos con su matrimonio.

Con su nivel de vida también la satisfacción es pronunciada en todos los estratos, pero se registra una menor satisfacción entre las mujeres, los más mayores, los de posición social inferior, los parados y jubilados los trabajadores del sector privado por cuenta ajena, los de educación baja, los "otros" y los viudos en cuanto al estado civil, los habitantes de zonas metropolitanas, los endeudados y los insatisfechos o indiferentes con su calidad de vida, con la democracia y con el gobierno.

Para los parados, los de "otros" estados civiles, y los insatisfechos e indiferentes con sus vidas, el índice relativo a la satisfacción con el nivel de vida llega a ser negativo y a demostrar por lo tanto insatisfacción.

Con la asistencia médica también se registra más bien satisfacción en todos los segmentos pero los varones, los más jóvenes, los de mayor posición social, los parados, los de educación media, los de "otros" estados civiles, los residentes en centros y metropolitanos, los post-materialistas, los endeudados y los que se sienten insatisfechos ante su vida en general pero también con el Gobierno y con la democracia son los que menos satisfechos están con la asistencia médica que reciben. Tan sólo para las personas insatisfechas con su vida, el índice correspondiente es negativo, y demuestra una amplia insatisfacción con la asistencia médica.

En lo que respecta al salario recibido todos los segmentos se sienten insatisfechos salvo los de posición social alta y muy baja, los de status ocupacional alto, los trabajadores del sector privado por cuenta propia, los de educación alta, y los que ahorran, y están satisfechos con su vida, con la democracia y con el Gobierno. Los mayores niveles de insatisfacción con el salario recibido se registran entre los de edad avanzada, los de posición social muy alta, los parados, los de educación baja, los viudos u otros, los habitantes de zonas metropolitanas, los endeudados, y los insatisfechos con sus vidas, con la democracia y con el gobierno.

En cuanto a la sensación de seguridad parece existir una relativa satisfacción en todos los estratos salvo entre los de edad intermedia, los de posición social muy alta, los parados, los trabajadores del sector público, los habitantes de núcleos metropolitanos, los endeudados, y los insatisfechos con su vida, con la democracia y con el Gobierno. Por su parte los mayores niveles de satisfacción con la sensación de seguridad se dan entre las personas más mayores, los

de menor posición social, los jubilados, los de menor educación, los habitantes del campo, los que ahorran y los satisfechos con su vida, con la democracia y con el gobierno.

Así, parece haber suficiente evidencia como para señalar que en general los varones, los más jóvenes, los de mayor posición social, los parados, los que han recibido mayor educación, los habitantes de zonas metropolitanas, los postmaterialistas, los endeudados y los insatisfechos con su vida, con la democracia y con el gobierno son quienes registran un mayor nivel de insatisfacción con los cinco aspectos concretos suscitados, lo que en sí supondría una contradicción si no tenemos en cuenta que el centro social es el que tiene siempre más aspiraciones incumplidas, como ha demostrado el profesor R. Inglehart.

Por último en el Cuadro 3.4.3.3. se expone el ranking elaborado con la información recogida en marzo y abril y que demuestra el grado de satisfacción con diversos aspectos.

Así, podemos ver que la mayor satisfacción recae en las relaciones personales y familiares y que el salario, los ingresos y las pensiones de la seguridad social son los aspectos que producen en la opinión pública un mayor nivel de satisfacción.

Cuadro 3.4.3.1.

**Grado de Satisfacción con Diversos Aspectos que
determinan la Calidad de Vida**

| ABRIL 1989 | Muy Satisfechos | Satisfechos | Insatisfechos | Muy Insatisfechos | NS/NC | Índice de Satisfacción□ |
|----------------------------|----------------------------|--------------------|----------------------|------------------------------|--------------|------------------------------------|
| Su nivel de vida..... | 3% | 66 | 27 | 2 | 2 | 140 |
| Su matrimonio..... | 15% | 51 | 2 | 1 | 31 | 162 |
| Su salario..... | 1% | 40 | 44 | 6 | 9 | 91 |
| La sensación de seguridad. | 3% | 50 | 34 | 8 | 5 | 111 |
| La asistencia médica..... | 4% | 59 | 26 | 6 | 5 | 131 |

Cuadro 3.4.3.2.

**Índice de Satisfacción con la Vida en Diversos Aspectos
por Características de los Entrevistados**

| ABRIL 1989 | Su nivel de vida | Su ma- trimonio | Su Salario | Sensación Seguridad | Asistencia médica |
|--------------------------------|---------------------|--------------------|---------------|------------------------|----------------------|
| Total | 140 | 162 | 91 | 111 | 131 |
| Sexo: | | | | | |
| Varones | 144 | 164 | 92 | 112 | 127 |
| Mujeres | 136 | 161 | 90 | 110 | 135 |
| Edad: | | | | | |
| 18-29 años | 147 | 133 | 90 | 113 | 120 |
| 30-49 años | 140 | 178 | 94 | 99 | 118 |
| 50-64 años | 134 | 178 | 84 | 120 | 142 |
| 65 y más años | 134 | 154 | 95 | 121 | 164 |
| Posición Social: | | | | | |
| Muy Baja | 137 | 134 | 102 | 144 | 171 |
| Baja | 133 | 164 | 83 | 120 | 145 |
| Media | 140 | 162 | 92 | 104 | 122 |
| Alta | 153 | 167 | 104 | 105 | 120 |
| Muy Alta | 146 | 169 | 77 | 88 | 103 |
| Ocupación Entrevistado: | | | | | |
| Alta | 172 | 170 | 113 | 81 | 119 |
| Media | 151 | 165 | 98 | 115 | 124 |
| Baja | 142 | 154 | 83 | 112 | 125 |
| En Paro | 96 | 130 | 40 | 87 | 118 |
| Ama de Casa | 138 | 191 | 99 | 109 | 137 |
| Jubilado | 126 | 149 | 82 | 121 | 153 |
| Sector Económico: | | | | | |
| No Activos | 135 | 166 | 92 | 115 | 140 |
| En Paro | 96 | 130 | 40 | 87 | 118 |
| Sector Público | 169 | 156 | 95 | 96 | 130 |
| S. Privado C/ajena | 147 | 160 | 94 | 115 | 120 |
| S. Privado C/Propia | 154 | 178 | 106 | 106 | 128 |
| Educación: | | | | | |
| Baja | 132 | 170 | 88 | 114 | 138 |
| Media | 144 | 145 | 91 | 105 | 111 |
| Alta | 170 | 150 | 108 | 103 | 131 |
| Estado Civil: | | | | | |
| Soltero | 150 | 103 | 90 | 113 | 122 |
| Casado | 141 | 194 | 95 | 109 | 132 |
| Viudo | 121 | 109 | 78 | 119 | 156 |
| Otros | 78 | 105 | 56 | 117 | 122 |
| Hábitat: | | | | | |
| Rural | 148 | 165 | 99 | 141 | 156 |
| Urbano | 138 | 164 | 89 | 108 | 129 |
| Metropolitano | 134 | 157 | 87 | 90 | 114 |

Cuadro 3.4.3.2. (Continuación)

**Índice de Satisfacción con la Vida en Diversos Aspectos
por Características de los Entrevistados**

| ABRIL 1989 | Su nivel de vida | Su ma- trimonio | Su Salario | Sensación Seguridad | Asistencia médica |
|---------------------------------------|-----------------------------|----------------------------|-----------------------|--------------------------------|------------------------------|
| Total | 140 | 162 | 91 | 111 | 131 |
| Post-Materialismo: | | | | | |
| Materialistas | 141 | 165 | 91 | 120 | 131 |
| Postmaterialistas | 135 | 153 | 89 | 106 | 123 |
| Actitud ante Ahorro: | | | | | |
| Endeudados | 101 | 160 | 56 | 89 | 118 |
| Viven al día | 137 | 166 | 84 | 108 | 132 |
| Ahorran | 171 | 159 | 129 | 134 | 138 |
| Satisfac. con la Vida: | | | | | |
| Satisfechos | 157 | 167 | 102 | 120 | 139 |
| Indiferentes | 43 | 159 | 41 | 71 | 122 |
| Insatisfechos | 50 | 135 | 31 | 60 | 84 |
| Satisfac. con Democracia: | | | | | |
| Satisfechos | 156 | 167 | 105 | 125 | 139 |
| Indiferentes | 132 | 164 | 63 | 105 | 141 |
| Insatisfechos | 113 | 154 | 72 | 86 | 112 |
| Satisfac. con el Gobierno: | | | | | |
| Satisfechos | 157 | 168 | 105 | 123 | 141 |
| Indiferentes | 136 | 160 | 75 | 124 | 144 |
| Insatisfechos | 122 | 158 | 79 | 94 | 116 |

Cuadro 3.4.3.3.

Ranking elaborado en base al Índice de Satisfacción con Diversos Aspectos que Determinan la Calidad de Vida:

MARZO-ABRIL 1989

| | |
|--|-----|
| - Las relaciones con su familia..... | 192 |
| - Las relaciones con los demás..... | 191 |
| - Las relaciones entre generaciones..... | 181 |
| - La casa o lugar donde vive..... | 174 |
| - Su matrimonio..... | 162 |
| - Su estado de salud..... | 157 |
| - La educación de sus hijos..... | 156 |
| - Su tiempo libre..... | 152 |
| - Su trabajo..... | 150 |
| - Su nivel de vida..... | 140 |
| - La asistencia médica..... | 131 |
| - La sensación de seguridad..... | 111 |
| - Su salario..... | 91 |
| - Sus ingresos..... | 86 |
| - Las pensiones de la Seguridad Social.... | 65 |

3.4.4. Estilos de Vida

Son muy escasas las investigaciones existentes en España respecto a cómo se emplea el tiempo, y especialmente el tiempo libre o de ocio. Por ello, parece justificado indagar sobre esta cuestión. En los sondeos ASEP del curso 1986-87 se preguntó por diversas actividades sin preguntar sobre la frecuencia con que se realizaban, hecho que ya el año pasado varió, por considerar conveniente el evaluar la frecuencia mensual con que se realizan ciertas actividades. Así, en esta investigación, como en las del curso precedente se ha preguntado por cinco actividades, para saber la frecuencia con que los encuestados las suelen realizar, pero este curso se van a incluir mensualmente actividades "similares" lo que permitirá comparar el perfil sociológico de sus seguidores más y menos asiduos.

En el Cuadro 3.4.4.1. se puede comprobar que la actividad que se realiza con más frecuencia de las cinco incluidas este mes y relacionadas con la participación social, es el asistir a espectáculos deportivos y a reuniones profesionales de asociaciones o de ocio, ya que alrededor del 40% de los entrevistados, afirman haber realizado estas actividades en alguna ocasión. Las otras actividades se realizan menos frecuentemente en el conjunto de la población española, ya que alrededor del 25% de los encuestados afirmaron haber asistido en alguna ocasión a un curso de idiomas, de reciclaje... o a una manifestación, y alrededor del 15% han participado o intentado participar en un concurso de radio o TV.

Son pues las cinco actividades propuestas bastante poco comunes para el conjunto de la población, y todas se realizan con muy poca frecuencia.

De todos modos, de estas cinco actividades, las que se realizan con mayor frecuencia (una vez por semana o varias veces al mes) son asistir a reuniones profesionales y asistir a espectáculos deportivos, ya que alrededor del 10% de los entrevistados hacen estas actividades una vez por semana o varias veces al mes. La mayoría de los encuestados sólo realizan las demás actividades con mucha menor frecuencia (menos de una vez al mes), en el caso de realizarlas alguna vez. El participar en concursos de radio o TV y asistir a manifestaciones es algo muy poco habitual para el conjunto de la población.

La diferencia en estos comportamientos según las características sociológicas de los entrevistados pueden observarse en los Cuadros 3.4.4.2. a 3.4.4.6. Uno de los datos más interesantes de estos cuadros es posiblemente el relativo a la proporción de entrevistados que no han hecho nunca alguna de las cinco actividades mencionadas.

En general, las proporciones más altas que nunca participan en estas actividades es algo superior entre las mujeres, entre los mayores de 50 años y entre los de status socioeconómico medio o bajo, pero se establecen algunas excepciones. Estos segmentos en los que sobrepasa al 70% de la población las personas que nunca realizan estas cinco actividades, pueden por tanto considerarse como menos activos socialmente en lo relativo a estas cinco cuestiones, y hay que añadir a éstos a los individuos que residen en zonas rurales, a los viudos y a los que no ahorran como menos asiduos a participar en estas actividades.

Otros datos de interés que se ponen de manifiesto en estos Cuadros son los siguientes:

Las personas que con mayor frecuencia relativa, pues es una actividad poco común, participan o intentar participar en concursos de radio o de TV son las mujeres, las personas jóvenes o de edad avanzada y sobre todo los de posición social inferior o media. El participar en concursos de radio o TV es más frecuente en los centros urbanos. Las personas de status socioeconómico

medio y alto, los casados y "otros" estados civiles y las personas de edad intermedia son las que en menor medida participan o intentan participar en concursos, así como las que viven al día, pero esta actitud es bastante poco habitual en todos los estratos sociales. Solo para el 3% de los españoles participar en concursos de radio y TV es algo habitual, ya que se realiza al menos una vez por semana o varias veces al mes, pero el 84% de la población no lo hace nunca y un 9% no contestaron a esta pregunta.

Quienes asisten a manifestaciones con relativa mayor asiduidad, puesto que suele ser bastante poco frecuente, son los varones, las personas de edad intermedia y joven y los de posición social muy alta y alta y status alto o medio, así como los habitantes de centros metropolitanos y urbanos. Para los de posición social alta el asistir a manifestaciones es algo mucho más frecuente que para los de posición social inferior, y quienes más participan en manifestaciones son sin duda los individuos de edad joven y los de mayor nivel social. Aún así esta actividad es algo muy poco habitual para la gran mayoría de los españoles, puesto que sólo un 3% lo hace varias veces al mes o con mayor frecuencia y un 13% participa en manifestaciones menos de una vez al mes. Pero el 75% de los españoles nunca participan en manifestaciones y un 10% no contestan a esta pregunta.

El asistir a cursos de idiomas, reciclaje o aprendizaje se hace sobre todo menos de una vez al mes y es algo también muy poco habitual. Quienes más asisten a cursos son los varones, los menores de 30 años y los de posición social superior y status alto o medio. Los habitantes de los núcleos metropolitanos son los que más asisten a cursos y esto es algo que realizan frecuentemente solo el 7% de la población española mayor de 18 años, y un 9% realiza esta actividad menos de una vez al mes. Además, las personas que más asisten a cursos son sin duda las personas solteras y quienes ahorran. El 75% de los españoles nunca asisten a cursos y además un 9% no contestaron a esta pregunta.

Participar en reuniones profesionales, de asociaciones, de ocio... ha sido una actividad algo más frecuente para la mayoría de los segmentos de la población aunque también es una actividad poco habitual. Por su parte, las mujeres y las personas mayores de 50 años suelen asistir a diversas reuniones con menor frecuencia que las personas menores de esta edad y que los varones. La variación de esta variable según la posición social es significativa, ya que asistir a reuniones es algo más habitual, aunque no lo hacen con mucha frecuencia, para las personas de posición social alta y muy alta, mientras que los individuos de nivel social medio y bajo suelen hacer esto con mucha menor frecuencia. Las personas de status alto son quienes más participan en reuniones profesionales, de asociaciones o de ocio. Por último, esta actividad parece ser algo que se realiza con mayor frecuencia en los núcleos metropolitanos, pero en general la mayoría de los españoles no van a reuniones de esta índole con mucha asiduidad, ya que sólo el 11% lo hacen varias veces al mes o más. Esta actividad es algo más frecuente también entre los individuos solteros y entre quienes ahorran, pero el 66% de los españoles mayores de 18 años nunca asisten a este tipo de reuniones, y además, un 8% no contestaron a esta pregunta.

Por último, el asistir a espectáculos deportivos es algo relativamente más usual entre las varones, los de edad joven o intermedia y los de posición social muy alta y alta, los de status medio o alto, y los residentes en áreas urbanas y metropolitanas. Esta actividad parece ser de todos modos algo poco frecuente para la mayoría de la población, y para los estratos de nivel socioeconómico bajo es muy poco habitual. El que sólo alrededor del 13% de los entrevistados asistan a espectáculos deportivos con asiduidad demuestra que esta actividad es algo que está bastante poco implantado en el conjunto de la población española mayor de 18 años. Los que más asisten a espectáculos deportivos son sin duda los solteros y los que ahorran. En general

alrededor del 16% asiste a espectáculos deportivos menos de una vez al mes y el 62% no lo hace nunca.

Se puede por lo tanto concluir que, en general, para estas cinco actividades, las variables más condicionantes son la edad, el nivel socioeconómico de los individuos y en algunos casos el sexo, y también el lugar de residencia parece condicionar en gran medida estos hábitos, que en cualquier caso son muy poco frecuentes para el conjunto de la población.

Para terminar, en el Cuadro 3.4.4.7. vemos la proporción de entrevistados que nunca han realizado las más de cuarenta actividades por las que se ha preguntado desde abril de 1.988. Esta clasificación demuestra que las actividades menos comunes son las de ocio y culturales que representan un gasto, toros, viajes, teatro, cine, deporte, juegos, conciertos, espectáculos, conferencias, bibliotecas... y también son poco comunes las actividades que implican participación social- mientras que las más comunes son las reuniones con familiares de fuera del hogar, el ir de compras, a comprar diferentes artículos y el pensar en los problemas del mundo y en el futuro. El primer puesto de este ranking es para la "fiesta nacional", ya que el ir a los toros resulta ser algo muy poco frecuente para el conjunto de la población española, y lo más habitual es pensar en diferentes cuestiones.

Los datos de este mes nos indican que existe una escasa participación social en estas cinco actividades. De ellas lo que más suscita la atención de los entrevistados es asistir a espectáculos deportivos y a reuniones profesionales de asociaciones de ocio, mientras que ir a cursos, manifestaciones y sobre todo participar en concursos de radio y TV es algo muy poco usual para el conjunto de la población española.

Cuadro 3.4.4.1.

**Frecuencia con que los Entrevistados Realizan Diversas
Actividades (en su tiempo de ocio).**

| ABRIL 1989 | 1 vez por Semana | Varias al Mes | Menos de 1 al Mes | Nunca | NS/NC |
|--|-----------------------------|--------------------------|------------------------------|--------------|--------------|
| - Participar o intentar par- ticipar en un concurso de radio o TV..... | 1% | 2 | 4 | 84 | 9 |
| - Asistir a una manifestación en los últimos 5 años..... | 1% | 2 | 13 | 75 | 10 |
| - Asistir a un curso de idiomas, reciclaje o apren- dizaje..... | 4% | 3 | 9 | 75 | 9 |
| - Asistir a reuniones profe- sionales, de asociaciones, ocio, etc..... | 4% | 7 | 14 | 66 | 8 |
| - Asistir a espectáculos depor- tivos (Fútbol, baloncesto).. | 4% | 9 | 16 | 62 | 8 |

Cuadro 3.4.4.2

Frecuencia con que los Entrevistados Participan en Concursos de Radio o TV, por Características Socioeconómicas

| ABRIL 1989 | 1 vez Semana | Varias al mes | Menos de una al mes | Nunca | NS/NC |
|------------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------|--------------|
| Total | 1% | 2 | 4 | 84 | 9 |
| Sexo: | | | | | |
| Varones | 1% | 1 | 3 | 86 | 9 |
| Mujeres | 1% | 2 | 6 | 82 | 9 |
| Edad: | | | | | |
| Menos de 30 años | 2% | 2 | 6 | 82 | 7 |
| 30 a 39 años | 2% | 2 | 4 | 86 | 7 |
| 50 a 64 años | -% | - | 4 | 85 | 11 |
| 65 y más años | -% | 1 | 3 | 82 | 13 |
| Posición social: | | | | | |
| Muy Baja | -% | - | 3 | 79 | 18 |
| Baja | 1% | 2 | 4 | 84 | 9 |
| Media | 1% | 2 | 5 | 84 | 9 |
| Alta | 1% | 1 | 6 | 86 | 7 |
| Muy Alta | -% | - | * | 92 | 8 |
| Status Socioeconómico | | | | | |
| Alto, Medio | 2% | 2 | 3 | 84 | 8 |
| Medio | 2% | 2 | 6 | 84 | 7 |
| Medio Bajo | 1% | 1 | 3 | 86 | 10 |
| Bajo | -% | - | 3 | 80 | 18 |
| Hábitat: | | | | | |
| Rural | 1% | - | 4 | 85 | 10 |
| Urbano | 1% | 2 | 5 | 82 | 10 |
| Metropolitano | 1% | 2 | 5 | 86 | 6 |
| Estado Civil: | | | | | |
| Soltero | 2% | 1 | 6 | 81 | 10 |
| Casado | 1% | 2 | 4 | 86 | 8 |
| Viudo | -% | 1 | 5 | 80 | 14 |
| Otros | 4% | - | - | 90 | 7 |
| Actitud ante Ahorro: | | | | | |
| Endeudados | 2% | 3 | 2 | 83 | 10 |
| Viven al Día | 1% | 1 | 4 | 85 | 10 |
| Ahorran | 1% | 2 | 6 | 84 | 7 |

Cuadro 3.4.4.3

**Frecuencia con que los Entrevistados Asisten a Manifestaciones,
por Características Socioeconómicas**

| ABRIL 1989 | 1 vez Semana | Varias al mes | Menos de una al mes | Nunca | NS/NC |
|------------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------|--------------|
| Total | 1% | 2 | 13 | 75 | 10 |
| Sexo: | | | | | |
| Varones | 2% | 3 | 15 | 70 | 10 |
| Mujeres | *% | 1 | 11 | 90 | 10 |
| Edad: | | | | | |
| Menos de 30 años | 2% | 4 | 20 | 67 | 7 |
| 30 a 49 años | 1% | 2 | 16 | 72 | 10 |
| 50 a 64 años | *% | * | 7 | 82 | 10 |
| 65 y más años | -% | * | 2 | 84 | 13 |
| Posición social: | | | | | |
| Muy Baja | -% | - | 3 | 79 | 18 |
| Baja | *% | 1 | 5 | 84 | 10 |
| Media | 1% | 2 | 16 | 73 | 8 |
| Alta | 2% | 4 | 20 | 63 | 11 |
| Muy Alta | -% | 7 | 43 | 38 | 11 |
| Status Socioeconómico | | | | | |
| Alto, Medio | 1% | 2 | 20 | 69 | 8 |
| Medio | 2% | 3 | 16 | 71 | 8 |
| Medio Bajo | -% | 1 | 6 | 82 | 11 |
| Bajo | -% | - | 3 | 81 | 16 |
| Hábitat: | | | | | |
| Rural | -% | 2 | 6 | 81 | 11 |
| Urbano | 2% | 2 | 10 | 76 | 11 |
| Metropolitano | 1% | 2 | 23 | 68 | 6 |
| Estado Civil: | | | | | |
| Soltero | 2% | 4 | 80 | 65 | 9 |
| Casado | *% | 2 | 12 | 77 | 9 |
| Viudo | -% | - | 2 | 84 | 14 |
| Otros | -% | - | 15 | 71 | 14 |
| Actitud ante Ahorro: | | | | | |
| Endeudados | 1% | 1 | 10 | 75 | 13 |
| Viven al Día | 1% | 2 | 11 | 77 | 10 |
| Ahorran | *% | 4 | 20 | 69 | 7 |

Cuadro 3.4.4.4

Frecuencia con que los Entrevistados Asisten a Cursos de Idiomas, Reciclaje o Aprendizaje, por Características Socioeconómicas

| ABRIL 1989 | 1 vez Semana | Varias al mes | Menos de una al mes | Nunca | NS/NC |
|-------------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------|--------------|
| Total | 4% | 3 | 9 | 75 | 9 |
| Sexo: | | | | | |
| Varones | 4% | 3 | 12 | 71 | 9 |
| Mujeres | 4% | 2 | 7 | 78 | 9 |
| Edad: | | | | | |
| Menos de 30 años | 8% | 5 | 19 | 60 | 8 |
| 30 a 49 años | 5% | 3 | 10 | 74 | 8 |
| 50 a 64 años | 1% | * | 2 | 86 | 10 |
| 65 y más años | *% | - | 1 | 85 | 14 |
| Posición social: | | | | | |
| Muy baja | 3% | - | 3 | 76 | 18 |
| Baja | 2% | 1 | 4 | 83 | 10 |
| Media | 4% | 3 | 10 | 74 | 9 |
| Alta | 7% | 6 | 16 | 63 | 7 |
| Muy alta | 12% | - | 39 | 46 | 4 |
| Status Socioeconómico: | | | | | |
| Alto, medio | 9% | 10 | 16 | 59 | 5 |
| Medio | 4% | 2 | 11 | 75 | 8 |
| Medio, Bajo | 2% | 1 | 5 | 81 | 11 |
| Bajo | -% | - | 1 | 83 | 16 |
| Hábitat: | | | | | |
| Rural | 2% | 1 | 7 | 79 | 12 |
| Urbano | 4% | 2 | 7 | 77 | 10 |
| Metropolitano | 6% | 4 | 14 | 69 | 6 |
| Estado Civil: | | | | | |
| Soltero | 10% | 5 | 16 | 60 | 9 |
| Casado | 3% | 2 | 8 | 80 | 8 |
| Viudo | -% | - | - | 86 | 14 |
| Otros | 3% | 7 | 18 | 65 | 7 |
| Actitud ante Ahorro: | | | | | |
| Endeudados | 1% | 2 | 11 | 74 | 10 |
| Viven al Día | 4% | 2 | 7 | 78 | 10 |
| Ahorran | 6% | 6 | 13 | 68 | 7 |

Cuadro 3.4.4.5.

Frecuencia con que los Entrevistados Asisten a Reuniones Profesionales, de Asociaciones, de Ocio, etc..., por Características Socioeconómicas

| ABRIL 1989 | 1 vez Semana | Varias al mes | Menos de una al mes | Nunca | NS/NC |
|-------------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------|--------------|
| Total | 4% | 7 | 14 | 66 | 8 |
| Sexo: | | | | | |
| Varones | 6% | 9 | 18 | 60 | 7 |
| Mujeres | 3% | 5 | 11 | 71 | 10 |
| Edad: | | | | | |
| Menos de 30 años | 8% | 11 | 17 | 57 | 7 |
| 30 a 49 años | 5% | 10 | 20 | 59 | 6 |
| 50 a 64 años | 2% | 2 | 8 | 77 | 11 |
| 65 y más años | 2% | 2 | 4 | 79 | 12 |
| Posición social: | | | | | |
| Muy baja | 3% | 2 | 5 | 74 | 16 |
| Baja | 1% | 3 | 9 | 76 | 11 |
| Media | 6% | 8 | 14 | 65 | 7 |
| Alta | 8% | 11 | 27 | 49 | 5 |
| Muy alta | 8% | 34 | 31 | 27 | - |
| Status Socioeconómico: | | | | | |
| Alto, medio | 9% | 15 | 25 | 48 | 2 |
| Medio | 5% | 8 | 16 | 64 | 7 |
| Medio Bajo | 2% | 4 | 9 | 74 | 11 |
| Bajo | 2% | - | 1 | 82 | 16 |
| Hábitat: | | | | | |
| Rural | 2% | 3 | 12 | 74 | 10 |
| Urbano | 5% | 8 | 15 | 64 | 8 |
| Metropolitano | 6% | 10 | 16 | 62 | 6 |
| Estado Civil: | | | | | |
| Soltero | 8% | 14 | 17 | 53 | 9 |
| Casado | 4% | 6 | 15 | 68 | 7 |
| Viudo | 2% | 1 | 3 | 82 | 13 |
| Otro | -% | 7 | 19 | 67 | 7 |
| Actitud ante Ahorro: | | | | | |
| Endeudados | 2% | 5 | 12 | 70 | 10 |
| Viven al Día | 3% | 7 | 13 | 67 | 9 |
| Ahorran | 9% | 8 | 19 | 59 | 5 |

Cuadro 3.4.4.6.

**Frecuencia con que los Entrevistados Asisten a Espectáculos
Deportivos, por Características Socioeconómicas**

| ABRIL 1989 | 1 vez Semana | Varias al mes | Menos de una al mes | Nunca | NS/NC |
|-------------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------|--------------|
| Total | 4% | 9 | 16 | 62 | 8 |
| Sexo: | | | | | |
| Varones | 7% | 14 | 21 | 49 | 8 |
| Mujeres | 1% | 4 | 11 | 75 | 9 |
| Edad: | | | | | |
| Menos de 30 años | 7% | 15 | 24 | 48 | 6 |
| 30 a 49 años | 4% | 11 | 19 | 59 | 6 |
| 50 a 64 años | 2% | 5 | 12 | 70 | 10 |
| 65 y más años | 2% | 2 | 4 | 71 | 13 |
| Posición social: | | | | | |
| Muy baja | 2% | - | 2 | 79 | 18 |
| Baja | 2% | 4 | 11 | 76 | 9 |
| Media | 7% | 10 | 18 | 58 | 7 |
| Alta | 6% | 19 | 24 | 43 | 8 |
| Muy alta | 4% | 27 | 31 | 34 | 4 |
| Status Socioeconómico: | | | | | |
| Alto, medio | 6% | 19 | 24 | 48 | 6 |
| Medio | 5% | 12 | 18 | 58 | 6 |
| Medio Bajo | 3% | 3 | 12 | 72 | 10 |
| Bajo | 1% | 2 | 6 | 74 | 16 |
| Hábitat: | | | | | |
| Rural | 1% | 5 | 14 | 69 | 11 |
| Urbano | 6% | 11 | 16 | 59 | 8 |
| Metropolitano | 4% | 11 | 19 | 60 | 6 |
| Estado Civil: | | | | | |
| Soltero | 7% | 15 | 23 | 47 | 8 |
| Casado | 4% | 9 | 15 | 65 | 7 |
| Viudo | -% | - | 4 | 81 | 14 |
| Otro | 8% | 7 | 19 | 56 | 10 |
| Actitud ante Ahorro: | | | | | |
| Endeudados | 2% | 13 | 12 | 62 | 11 |
| Viven al Día | 4% | 7 | 16 | 64 | 9 |
| Ahorran | 6% | 14 | 20 | 54 | 6 |

Cuadro 3.4.4.7.

Proporción de Entrevistados que No Realizan Nunca las Sigüientes Actividades:

ABRIL/88-ABRIL/89

| | |
|--|----|
| Ir a los Toros..... | 86 |
| Participar en un concurso de radio o TV. | 84 |
| Pedir dinero prestado a algún familiar.. | 76 |
| Asistir a una manifestación..... | 75 |
| Asistir a cursos de idiomas, reciclaje o aprendizaje, etc..... | 75 |
| Ir a una conferencia..... | 73 |
| Jugar en las Máquinas Tragaperras..... | 72 |
| Jugar a las quinielas..... | 69 |
| Ir a un concierto de música clásica..... | 67 |
| Asistir a reuniones profesionales de asociaciones de ocio..... | 66 |
| Ir a espectáculos de variedades..... | 64 |
| Ir a un concierto de música moderna..... | 63 |
| Merendar en una cafetería..... | 63 |
| Ir al teatro..... | 62 |
| Asistir a espectáculos deportivos..... | 62 |
| Ir a tomar copas..... | 60 |
| Cenar en un Restaurante..... | 59 |
| Conducir su coche..... | 58 |
| Jugar a las cartas, juegos de mesa..... | 56 |
| Escribir cartas..... | 56 |
| Comer en un Restaurante..... | 54 |
| Ir a tomar el aperitivo..... | 53 |
| Ir a comprar a centros comerciales..... | 51 |
| Sentirse solo..... | 50 |
| Salir por la noche al cine (copas)..... | 48 |
| Hablar de Política..... | 47 |
| Ir al cine..... | 47 |
| Ir a comprar a grandes almacenes..... | 46 |
| Jugar a la Lotería Primitiva..... | 45 |
| Participar en festejos públicos | 44 |
| Salir o reunirse con amigos de la juventud o infancia..... | 42 |
| Jugar a la Lotería Nacional..... | 41 |
| Salir o reunirse con vecinos..... | 41 |
| Salir con otras personas distintas de las mencionadas..... | 40 |
| Comprar el Cupón de la ONCE | 40 |
| Salir o reunirse con amigos del trabajo. | 39 |
| Ir a comprar a Hipermercados..... | 39 |
| Salir fuera de su ciudad o pueblo..... | 36 |
| Ir a comprar al mercado..... | 29 |
| Ir a comprar bebidas..... | 28 |
| Sentirse deprimido..... | 26 |
| Ir a comprar productos de limpieza..... | 23 |
| Ir a comprar medicamentos..... | 21 |
| Ir a comprar a tiendas de barrio..... | 20 |
| Ir a comprar ropa..... | 19 |
| Salir o reunirse con familiares de fuera del hogar..... | 18 |
| Ir a comprar alimentos..... | 16 |
| Ir de compras..... | 16 |
| Oír música..... | 16 |
| Pensar en el futuro..... | 14 |
| Pensar en los problemas del mundo..... | 12 |

3.5. EVALUACION DE LA SITUACION ECONOMICA DE ESPAÑA

3.5.1. Política Económica

Desde el punto de vista del análisis de la opinión pública, tiene especial interés la información que se ofrece en el Cuadro 3.5.1.1., y que se refiere al grado de acuerdo o desacuerdo de los entrevistados con un conjunto de frases (proposiciones) que tienden a evaluar diversos aspectos relacionados con la política económica actual y temas relativos a la economía.

El nivel de respuesta para estas frases ha sido en general elevado, pues se han incluido frases de carácter bastante general, sobre las que la mayoría de la población tiene una opinión formada. Sin embargo, lo primero que sobresale en el Cuadro 3.5.1.1. es la relativa menor saliencia (interés o preocupación) de los entrevistados por dos de las frases propuestas. Así, más del 30% de los entrevistados no dieron su opinión sobre la independencia de U.G.T. del Gobierno ni sobre las consecuencias de la entrada de España en la CEE. Por otra parte, los entrevistados demuestran un interés o conocimiento alto por las cuestiones sugeridas relativas a la retirada del subsidio de paro a las personas que están trabajando, el conflicto Lola Flores con Hacienda y a la afirmación de que cada vez pagamos menos impuestos, pero estamos recibiendo mejores servicios. Esto pone de relieve que la gente opina menos sobre lo que no conoce o no le afecta personalmente que sobre lo que en realidad les atañe. Además, hay que destacar que las posiciones extremas de la escala propuesta (muy de acuerdo y muy en desacuerdo) apenas si son utilizadas por los encuestados, que, en su mayoría, prefieren las posiciones intermedias (salvo en el caso del subsidio de desempleo).

Para cada frase se ha calculado, por diferencia, el índice de acuerdo-desacuerdo, que ofrece un saldo negativo o positivo según la opinión que predomine - desacuerdo o acuerdo-, y que tiene una magnitud mayor o menor en función de la disparidad de opiniones, precisamente. Una de las frases propuestas este mes suscita controversia por aproximarse el acuerdo al desacuerdo, dos se traducen en un marcado acuerdo, y en las otras dos domina el desacuerdo.

Sobre la frase "Es justo que se haya retirado el subsidio de paro a personas que lo cobraban y que estaban trabajando", opina algo más del 90% de la población y, mientras que un 79% de los entrevistados se muestran de acuerdo, un 14% están en desacuerdo, lo que implica un amplio acuerdo. Así, solo el 2 por ciento de los entrevistados parecen indiferentes ante esta afirmación. El acuerdo que suscita esta frase es casi unánime y se pone de relieve en la mayoría de los segmentos de la población (Cuadro 3.5.1.2). Casi todos los españoles coinciden al considerar que el Gobierno ha actuado con justicia al retirar el subsidio de desempleo a personas que estaban trabajando y el acuerdo resulta ser generalizable a todos los estratos sociales, sin que se produzca ninguna excepción.

Con la frase "La absolución de delito fiscal a Lola Flores está justificada se muestra en desacuerdo la mayoría de la población, y en esta ocasión el desacuerdo es claro en casi todos los segmentos sociales. Así, un 21% dicen estar de acuerdo, y un 58% no lo están, y en este caso un 15% no opinan al respecto, y un 7% parecen indiferentes, por lo que la saliencia de esta frase se puede calificar como alta. La mayoría de los españoles ven muy claro que la absolución de delito fiscal a Lola Flores no está justificada. Casi todos los segmentos de la población coinciden al demostrar una actitud de franco desacuerdo con respecto a esta frase. Tan sólo los individuos de muy baja posición social y los de derecha muestran una opinión controvertida con respecto a esta afirmación. Sin embargo, para todos los demás segmentos esta afirmación concita un amplio desacuerdo, y dicho desacuerdo es mayor entre los varones, entre los más jóvenes y entre los individuos de posición social alta y media, de centro izquierda, centro e

izquierda, y entre los habitantes de zonas metropolitanas y rurales, aunque en casi todos los estratos sociales la mayoría de los encuestados opinan que no está justificada la absolución de Lola Flores de haber cometido delito fiscal.

Por otra parte, sobre la frase relativa a que "Parece cada vez más evidente la independencia de UGT respecto al Gobierno Socialista", no opina el 39% de la población, y la gran mayoría de los españoles que se pronuncian sobre esta frase, muestran un alto nivel de acuerdo. Así, un 44% están de acuerdo con esta sugerencia y un 10% no lo están. El acuerdo que suscita esta cuestión es generalizable a casi todos los segmentos sociales, y casi siempre el porcentaje de acuerdo es claramente superior al de desacuerdo. Quienes muestran de modo más claro un acuerdo con esta afirmación son los varones, los más jóvenes, los de mayor nivel social, los de izquierda, centro izquierda y centro derecha y los habitantes de zonas metropolitanas, pero en todos los segmentos salvo los de posición social muy baja, domina el estar de acuerdo con esta afirmación. Los españoles consideran evidente hoy que el Gobierno y su sindicato son independientes.

Al pedir a la opinión pública su actitud ante la frase "Hasta ahora la entrada de España en la CEE nos ha proporcionado más perjuicios que beneficios", la mayoría de la población tiene una actitud controvertida con tendencia al acuerdo. Así, mientras que un 32% de los españoles están de acuerdo, un 25% no lo están y un 42% prefirieron no opinar o se mostraron indiferentes. La controversia es, sin duda, casi unánime en todos los segmentos de la población, pero se detectan ciertas excepciones a la pauta general en las que domina el acuerdo. Así, los varones, las personas que tienen más de 50 años y los individuos de posición social inferior y de centro derecha y derecha parecen ver con mayor acuerdo esta frase. En todos los demás segmentos esta afirmación ha suscitado cierta controversia con tendencia al acuerdo, pero para las personas de mayor nivel social y de centro izquierda, el índice muestra controversia con tendencia al desacuerdo. Sin duda los españoles no ven de forma muy clara que la entrada de España en la CEE nos haya proporcionado más perjuicios que beneficios, y un sector importante de la población no opinó sobre este tema.

Para terminar se planteó también la siguiente cuestión, para saber la opinión de los españoles sobre el caso de los impuestos. Así, la mayoría de los españoles parecen mostrar una actitud de desacuerdo con la frase "Cada vez pagamos más impuestos, pero estamos recibiendo mejores servicios", ya que un 25% se mostraron de acuerdo y solo un 54% en desacuerdo, pero además hay que recordar, que el 16% no opinaron al respecto, y un 4% parecen indiferentes. En este caso, la actitud de los distintos segmentos de la sociedad es también bastante homogénea. Así, en casi todos los segmentos domina el desacuerdo, pero sobre todo entre los más jóvenes, los de mayor posición social y los más de derechas y residentes en zonas metropolitanas. Entre las personas de más de 65 años, de menor nivel social, de centro izquierda y habitantes de zonas rurales esta frase resultó ser controvertida, pero siempre con tendencia al desacuerdo. Sin duda los españoles no creen que gracias al dinero de los impuestos, cada vez más elevados, se obtengan buenos servicios por parte del Estado.

Los datos de este capítulo, así como los correspondientes a este tipo de pregunta, en que los entrevistados han de decir si están de acuerdo o no con una frase, ponen de manifiesto que los entrevistados contestan en proporción muy alta o más alta a aquellas cuestiones que son de opinión y que les afectan personalmente, pero responden en muy baja o menor proporción a aquellas cuestiones que se refieren a hechos (y por lo tanto requieren información previa) o predicciones.

En el Cuadro 3.5.1.3. quedan resumidas las actitudes básicas de los españoles sobre las frases que se han planteado este mes.

Los españoles creen que es justo que se haya retirado el subsidio de paro a los que estaban trabajando y considera que cada vez es más independiente UGT respecto del Gobierno Socialista. Sin embargo, los españoles tienen una opinión controvertida respecto a las consecuencias de la entrada de España en la CEE. En lo que se refiere al tema fiscal, la opinión pública no está de acuerdo con la absolución de Lola Flores y tampoco cree la opinión que, aunque cada vez pagamos más impuestos, estamos por ellos recibiendo mejores servicios.

Cuadro 3.5.1.1.

**Acuerdo o Desacuerdo con respecto a diversas Frases
relativas a Cuestiones Financieras**

| ABRIL 1989 | Muy de Acuerdo | Acuerdo | Desacuerdo | Muy Desacuerdo | Indife- rente | NS/NC | Índice A - D |
|---|---------------------------|----------------|-------------------|---------------------------|--------------------------|--------------|-------------------------|
| (1) Es justo que se haya retirado el subsidio de paro a personas que lo cobraban y que estaban trabajando.... | 34% | 45 | 10 | 4 | 2 | 6 | +65 |
| (2) La absolución de delito fiscal de Lola Flores está justificada..... | 4% | 17 | 35 | 23 | 7 | 15 | -37 |
| (3) Parece cada vez más evidente la independencia de UGT respecto al Gobierno Socialista..... | 8% | 36 | 8 | 2 | 8 | 39 | +34 |
| (4) Hasta ahora la entrada de España en la CEE nos ha proporcionado más perjuicios que beneficios..... | 5% | 27 | 20 | 5 | 7 | 35 | + 7 |
| (5) Cada vez pagamos más impuestos, pero estamos recibiendo mejores servicios. | 3% | 22 | 37 | 17 | 4 | 16 | -28 |

Cuadro 3.5.1.2.

**Índice de Acuerdo-Desacuerdo con respecto a Diversas Frases
relativas a los servicios de las Diferentes Cuestiones
Financieras Españolas, por Características Socioeconómicas**

| ABRIL 1989 | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
|------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Total | +65 | -37 | +34 | + 7 | -28 |
| Sexo | | | | | |
| Varones | +44 | -45 | +41 | +10 | -29 |
| Mujeres | +66 | -30 | +27 | + 5 | -27 |
| Edad | | | | | |
| Menos de 30 años | +56 | -49 | +44 | + 6 | -41 |
| 30 a 49 años | +67 | -35 | +36 | + 2 | -32 |
| 50 a 64 años | +65 | -34 | +29 | +15 | -22 |
| 65 y más años | +75 | -26 | +22 | +10 | - 8 |
| Posición Social | | | | | |
| Muy Baja | +66 | -16 | +10 | +13 | + 1 |
| Baja | +70 | -31 | +26 | +10 | -17 |
| Media | +64 | -41 | +39 | +10 | -36 |
| Alta | +57 | -48 | +46 | - 7 | -35 |
| Muy Alta | +69 | -20 | +34 | -16 | -50 |
| Ideología | | | | | |
| Izquierda | +62 | -47 | +42 | + 9 | -23 |
| Centro Izquierda | +70 | -49 | +46 | -16 | -18 |
| Centro | +60 | -30 | +35 | + 9 | -34 |
| Centro Derecha | +61 | -24 | +47 | +13 | -34 |
| Derecha | +69 | -18 | +30 | +15 | -35 |
| Hábitat | | | | | |
| Rural | +77 | -38 | +26 | +20 | - 8 |
| Urbano | +60 | -36 | +34 | + 8 | -29 |
| Metropolitano | +62 | -37 | +40 | - 4 | -44 |

- (1) Es justo que se haya retirado el subsidio de paro a personas que lo cobraban y que estaban trabajando.
- (2) La absolución de delito fiscal de Lola Flores está justificada.
- (3) Parece cada vez más evidente la independencia de UGT respecto al Gobierno Socialista.
- (4) Hasta ahora la entrada de España en la CEE nos ha proporcionado más perjuicios que beneficios.
- (5) Cada vez pagamos más impuestos, pero estamos recibiendo mejores servicios.

Cuadro 3.5.1.3.

Acuerdo o Desacuerdo con respecto a diversas Frases
relativas a Cuestiones Financieras y Económicas

ABRIL 1989

| | SALIENCIA ALTA (NS/NC <30) | SALIENCIA BAJA (NS/NC >30) |
|-------------------------------------|--|--|
| ACUERDO (+20 a 100) | -Es justo que se haya retirado es subsidio de paro a personas que lo cobraban y que estaban trabajando. | -Parece cada vez más evidente la independencia de UGT respecto al Gobierno Socialista. |
| CONTROVERTIDA (+20 a -20) | | -Hasta ahora la entrada de España en la CEE, nos ha proporcionado más perjuicios que beneficios. |
| DESACUERDO (-20 a 100) | -La absolución de delito fiscal a Lola Flores está justificada. -Cada vez pagamos más impuestos, pero estamos recibiendo mejores servicios. | |

3.6. INSTITUCIONES ECONOMICAS

En este capítulo del informe económico se evalúa la imagen de las empresas públicas y privadas más importantes que están implantadas en España, se intenta conocer la clientela de las principales instituciones financieras del país y se observan las características y las actitudes de los accionistas españoles.

Dado el gran protagonismo que están cobrando diferentes instituciones económicas en España, son sin duda reveladores y de plena actualidad los datos que se exponen a continuación.

3.6.1. Imagen de Grandes Empresas Públicas y Privadas

En este sondeo, y para continuar el ranking de imagen de empresas, se han incluido cinco empresas de diferentes áreas: Ford, AEG, Sony, Pascual y Domecq. Para evaluar la imagen que estas empresas tienen en la sociedad española se ha utilizado, como es ya habitual en los sondeos ASEP, tres indicadores: el conocimiento, la valoración media y la dispersión opinática.

El grado de conocimiento se mide mediante la proporción de entrevistados que dicen conocer las citadas empresas y que por lo tanto, tienen una opinión formada sobre las mismas. La valoración media otorgada a cada empresa resulta de la media de puntuaciones que ha recibido entre 0 y 10 puntos la citada institución. Y, por último, el porcentaje de dispersión opinática indica si las puntuaciones recibidas por cada empresa están próximas a la valoración media que ha resultado - porcentajes bajos- o si, por el contrario, se han dado valoraciones muy dispares, en cuyo caso dicho porcentaje es alto. La dispersión no es sino la desviación dividida por la media y multiplicada por 100 para estandarizar el resultado.

De las cinco empresas propuestas, Ford resulta ser la empresa más conocida, puesto que algo más del 50% de los encuestados opinan sobre ella. Sony, Pascual y Domecq reciben un conocimiento medio-alto, superior al 40% y sin duda, de estas cinco empresas, AEG es la menos conocida, ya que sólo un 38% de los encuestados opinan sobre ella (Cuadro 3.6.1.1.).

En el Cuadro 3.6.1.2. se puede observar la valoración media que ha recibido cada una de estas cinco empresas. Sony, empresa que es bastante conocida, ha recibido la más alta valoración (7,1), y la empresa Domecq ha alcanzado 5,9 puntos como media, es decir la peor valoración. Pascual y Ford, tienen una valoración media de 6,8, y 6,5 respectivamente, y AEG ha resultado valorada con 6,0. Sin embargo, hay que resaltar que las cinco empresas han sido valoradas por encima de 5,5 puntos, lo que en sí constituye evidencia de la buena imagen que tienen en el conjunto de la sociedad española.

Pero estas valoraciones medias sólo tienen sentido si tenemos presente el porcentaje de dispersión opinática o la controversia que suscita su valoración. Hay que resaltar que la imagen de cuatro de estas cinco empresas parece ser muy poco controvertida, recibiendo por lo tanto puntuaciones muy ajustadas al valor medio. Domecq, empresa que obtiene la peor valoración, es también la que tiene un mayor porcentaje de disparidad en las valoraciones, y para las demás empresas, dicho porcentaje es bastante bajo (Cuadro 3.6.1.3.), sobre todo en el caso de Sony, empresa mejor valorada.

En los Cuadros 3.6.1.4. a 3.6.1.6. se puede observar la clasificación que resulta al combinar estos tres indicadores de dos en dos. Sin duda, El Corte Inglés y Butano, son las empresas que

mejor imagen tienen de las propuestas en estos siete sondeos, al ver conjuntamente los tres indicadores de imagen y TVE y Tabacalera son las que tienen peor imagen.

En el Cuadro 3.6.1.7. se puede comprobar el porcentaje de conocimiento que resulta para estas cinco empresas, diferenciando a los entrevistados según diversos segmentos. En general, quienes en mayor medida conocen a estas empresas son los varones, los menores de 50 años, las personas con mayor educación, posición social y clase social, los habitantes de zonas metropolitanas y urbanas, los post-materialistas y los que tienen una alta exposición a medios. No obstante, la proporción de entrevistados de todos los segmentos que opinan sobre estas empresas suelen coincidir en gran medida con el porcentaje de conocimiento que resulta para el conjunto de la población, aunque los mayores de 65 años, las personas de menor nivel socioeconómico y los residentes en zonas rurales opinan en mucha menor medida sobre las mismas.

Por lo que respecta a la ideología, casi todas las empresas de las cinco propuestas este mes son más conocidas por los individuos de centro derecha o centro.

Las valoraciones medias que reciben estas empresas, difieren especialmente si observamos las diferentes características sociológicas de la población entrevistada, tal y como queda reflejado en el Cuadro 3.6.1.8.

En general, y como suele ser habitual en este tipo de preguntas, las más altas puntuaciones las dan las mujeres, las personas de más edad, las de menor educación, los de menor posición social, los habitantes de zonas rurales, los materialistas, los de baja exposición a medios y los de derechas o centro derecha. Esto es muy claro en la valoración de empresas, pero existen ciertas excepciones.

Así, Ford recibe las mejores puntuaciones de los varones, de las personas que tienen entre 30 y 50 años y más de 65, de los de posición social muy alta, de los de educación media y alta, de los de clase social alta y de los habitantes de zonas rurales. También esta empresa es especialmente bien valorada por los individuos materialistas, de centro derecha y centro y de alta o media baja exposición a medios. Aún así, las valoraciones suelen estar muy ajustadas al valor medio asignado en todos los segmentos.

Las mejores puntuaciones para el empresa AEG se detectan entre las mujeres, las personas que tienen más de 65 años, los individuos de posición social muy baja, los de clase social alta y educación media, los que habitan en zonas metropolitanas, los de centro derecha y los que tienen una exposición a medios alta o media baja.

Sony es mejor valorada por los varones, por los más jóvenes, por los de posición social muy alta y clase alta, por los de educación media y por los de centro derecha. Además esta empresa recoge las mejores valoraciones entre las personas de mayor exposición a medios.

Pascual es mejor valorada por las mujeres, por los más jóvenes, por los de posición social baja y estudios medios, por los habitantes de zonas rurales y por los de centro derecha y los que tienen una exposición a medios media baja.

Por último, Domecq es sin embargo mejor valorada por los varones, por los más jóvenes, por los de posición social media y alta clase social, por los entrevistados con estudios bajos, por los materialistas, por los de izquierda y por los de exposición a medios media.

Cuadro 3.6.1.1.

% Conocimiento de Empresas Españolas

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---------------------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| - Corte Inglés | 72 | - | - | - | - | - | - |
| - I.B.M. | 38 | - | - | - | - | - | - |
| - Iberia | 67 | - | - | - | - | - | - |
| - Telefónica | 84 | - | - | - | - | - | - |
| - Galerías Preciados | 67 | - | - | - | - | - | - |
| - Asisa | - | 14 | - | - | - | - | - |
| - RENFE | - | 78 | - | - | - | - | - |
| - REPSOL | - | 57 | - | - | - | - | - |
| - Coca-Cola | - | 74 | - | - | - | - | - |
| - Tabacalera | - | 78 | - | - | - | - | - |
| - Sanitas | - | - | 24 | - | - | - | - |
| - Seat | - | - | 59 | - | - | - | - |
| - Campsa | - | - | 60 | - | - | - | - |
| - Alcampo | - | - | 32 | - | - | - | - |
| - T.V.E. | - | - | 87 | - | - | - | - |
| - Sanyo | - | - | - | 58 | - | - | - |
| - Nestlé | - | - | - | 66 | - | - | - |
| - BBV | - | - | - | 46 | - | - | - |
| - Pryca | - | - | - | 48 | - | - | - |
| - R.N.E. | - | - | - | 70 | - | - | - |
| - Renault | - | - | - | - | 65 | - | - |
| - La Unión y el Fénix | - | - | - | - | 34 | - | - |
| - Hidroeléctrica Española | - | - | - | - | 56 | - | - |
| - Continente | - | - | - | - | 43 | - | - |
| - Butano | - | - | - | - | 79 | - | - |
| - Iberduero | - | - | - | - | - | 35 | - |
| - Camp | - | - | - | - | - | 40 | - |
| - Correos | - | - | - | - | - | 80 | - |
| - Citroën | - | - | - | - | - | 45 | - |
| - Mapfre | - | - | - | - | - | 41 | - |
| - Ford | - | - | - | - | - | - | 53 |
| - AEG | - | - | - | - | - | - | 38 |
| - Sony | - | - | - | - | - | - | 49 |
| - Pascual | - | - | - | - | - | - | 48 |
| - Domecq | - | - | - | - | - | - | 41 |

Cuadro 3.6.1.2.

Valoración Media de Empresas Españolas

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---------------------------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| - Corte Inglés | 6,3 | - | - | - | - | - | - |
| - I.B.M. | 6,8 | - | - | - | - | - | - |
| - Iberia | 6,2 | - | - | - | - | - | - |
| - Telefónica | 5,4 | - | - | - | - | - | - |
| - Galerías Preciados | 5,3 | - | - | - | - | - | - |
| - Asisa | - | 5,9 | - | - | - | - | - |
| - RENFE | - | 5,7 | - | - | - | - | - |
| - REPSOL | - | 6,6 | - | - | - | - | - |
| - Coca-Cola | - | 5,6 | - | - | - | - | - |
| - Tabacalera | - | 3,6 | - | - | - | - | - |
| - Sanitas | - | - | 6,0 | - | - | - | - |
| - Seat | - | - | 5,7 | - | - | - | - |
| - Campsa | - | - | 6,3 | - | - | - | - |
| - Alcampo | - | - | 6,4 | - | - | - | - |
| - T.V.E. | - | - | 4,5 | - | - | - | - |
| - Sanyo | - | - | - | 6,9 | - | - | - |
| - Nestlé | - | - | - | 7,3 | - | - | - |
| - BBV | - | - | - | 6,1 | - | - | - |
| - Pryca | - | - | - | 6,2 | - | - | - |
| - R.N.E. | - | - | - | 6,9 | - | - | - |
| - Renault | - | - | - | - | 6,9 | - | - |
| - La Unión y el Fénix | - | - | - | - | 5,8 | - | - |
| - Hidroeléctrica Española | - | - | - | - | 5,7 | - | - |
| - Continente | - | - | - | - | 6,4 | - | - |
| - Butano | - | - | - | - | 7,0 | - | - |
| - Iberduero | - | - | - | - | - | 5,5 | - |
| - Camp | - | - | - | - | - | 6,1 | - |
| - Correos | - | - | - | - | - | 5,7 | - |
| - Citroën | - | - | - | - | - | 6,0 | - |
| - Mapfre | - | - | - | - | - | 6,0 | - |
| - Ford | - | - | - | - | - | - | 6,5 |
| - AEG | - | - | - | - | - | - | 6,0 |
| - Sony | - | - | - | - | - | - | 7,1 |
| - Pascual | - | - | - | - | - | - | 6,8 |
| - Domecq | - | - | - | - | - | - | 5,9 |

Cuadro 3.6.1.3.

**% de Dispersión Opinática en la Valoración de
Empresas Españolas (s/x.100)**

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---------------------------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| - Corte Inglés | 42 | - | - | - | - | - | - |
| - I.B.M. | 36 | - | - | - | - | - | - |
| - Iberia | 38 | - | - | - | - | - | - |
| - Telefónica | 53 | - | - | - | - | - | - |
| - Galerías Preciados | 46 | - | - | - | - | - | - |
| - Asisa | - | 46 | - | - | - | - | - |
| - RENFE | - | 41 | - | - | - | - | - |
| - REPSOL | - | 33 | - | - | - | - | - |
| - Coca-Cola | - | 58 | - | - | - | - | - |
| - Tabacalera | - | 98 | - | - | - | - | - |
| - Sanitas | - | - | 36 | - | - | - | - |
| - Seat | - | - | 36 | - | - | - | - |
| - Campsa | - | - | 36 | - | - | - | - |
| - Alcampo | - | - | 38 | - | - | - | - |
| - T.V.E. | - | - | 60 | - | - | - | - |
| - Sanyo | - | - | - | 26 | - | - | - |
| - Nestlé | - | - | - | 27 | - | - | - |
| - BBV | - | - | - | 42 | - | - | - |
| - Pryca | - | - | - | 36 | - | - | - |
| - R.N.E. | - | - | - | 33 | - | - | - |
| - Renault | - | - | - | - | 28 | - | - |
| - La Unión y el Fénix | - | - | - | - | 40 | - | - |
| - Hidroeléctrica Española | - | - | - | - | 45 | - | - |
| - Continente | - | - | - | - | 36 | - | - |
| - Butano | - | - | - | - | 30 | - | - |
| - Iberduero | - | - | - | - | - | 42 | - |
| - Camp | - | - | - | - | - | 36 | - |
| - Correos | - | - | - | - | - | 43 | - |
| - Citroën | - | - | - | - | - | 34 | - |
| - Mapfre | - | - | - | - | - | 41 | - |
| - Ford | - | - | - | - | - | - | 30 |
| - AEG | - | - | - | - | - | - | 33 |
| - Sony | - | - | - | - | - | - | 27 |
| - Pascual | - | - | - | - | - | - | 33 |
| - Domecq | - | - | - | - | - | - | 41 |

Cuadro 3.6.1.4.

Conocimiento y Valoración de Grandes Empresas

ABRIL 1989

VALORACION MEDIA

| | Alta (+6,0) | Media (5,0-6,0) | Baja (-5,0) |
|---------------------|--------------|-------------------------|-------------|
| Conocimiento | Corte Inglés | Telefónica | T.V.E. |
| | Butano | RENFE | Tabacalera |
| Alto +70% | | Coca-Cola | |
| | | Correos | |
| | Ford | | |
| | Renault | | |
| | RNE | | |
| | Nestlé | Galerías Preciados | |
| | Iberia | Seat | |
| Medio 50-70% | REPSOL | Hydroeléctrica Española | |
| | Campsa | | |
| | Sanyo | | |
| | | Domecq | |
| | Continente | AEG | |
| | I.B.M. | Asisa | |
| | Alcampo | Sanitas | |
| Bajo -50% | BBV | La Unión y el Fénix | |
| | Pryca | Iberduero | |
| | Camp | Citroën | |
| | Pascual | Mapfre | |
| | Sony | | |

Cuadro 3.6.1.5.

Conocimiento e Imagen Controvertida de Grandes Empresas

ABRIL 1989

IMAGEN CONTROVERTIDA

| | Alta (+65%) | Media (40-65%) | Baja (-40%) |
|---------------------|-------------|---------------------|-------------|
| Conocimiento | Tabacalera | Coca-Cola | Butano |
| | | Telefónica | |
| Alto +70% | | T.V.E. | |
| | | Corte Inglés | |
| | | RENFE | |
| | | Correos | |
| | | | Ford |
| | | | Renault |
| | | Galerías Preciados | Sanyo |
| | | Hydroel.Española | Iberia |
| Medio 50-70% | | | REPSOL |
| | | | Seat |
| | | | Campsa |
| | | | Nestlé |
| | | | RENFE |
| | | Domecq | AEG |
| | | Asisa | Sony |
| | | BBV | Pascual |
| | | La Unión y el Fénix | Continente |
| | | Iberduero | I.B.M. |
| Bajo -50% | | Mapfre | Sanitas |
| | | | Alcampo |
| | | | Pryca |
| | | | Camp |
| | | | Citroën |

Cuadro 3.6.1.6.

Valoración e Imagen Controvertida de Grandes Empresas

ABRIL 1989

IMAGEN CONTROVERTIDA

| | Alta (+65%) | Media (40-65%) | Baja (-40%) |
|--------------------------------------|-------------|--|---|
| Valoración Alta +de 6,0 | | Corte Inglés BBV | Ford Sony Pascual Renault Sanyo Nestlé Pryca R.N.E. I.B.M. Iberia REPSOL Campsa Alcampo Butano Continente Camp |
| | | Hidroel.Española La Unión y el Fénix Telefónica Galerías Preciados Asisa RENFE Coca-Cola Iberduero Correos Mapfre Domecq | AEG Sanitas Seat Citroën |
| Media 5,0-6,0 | | | |
| Baja -de 5,0 | Tabacalera | T.V.E. | |

Cuadro 3.6.1.7.

% Conocimiento de Empresas Españolas, por Características de los Entrevistados

| ABRIL 1989 | Ford | AEG | Sony | Pascual | Domecq |
|--------------------------|------|-----|------|---------|--------|
| Total | 53 | 38 | 49 | 48 | 41 |
| Sexo | | | | | |
| Varones | 66 | 44 | 58 | 53 | 52 |
| Mujeres | 40 | 32 | 41 | 44 | 30 |
| Edad | | | | | |
| 18 a 29 años | 73 | 53 | 76 | 65 | 54 |
| 30 a 49 años | 62 | 46 | 59 | 56 | 49 |
| 50 a 64 años | 39 | 25 | 31 | 40 | 32 |
| 65 y más años | 18 | 12 | 13 | 16 | 14 |
| Posición Social | | | | | |
| Muy Baja | 19 | 12 | 14 | 10 | 10 |
| Baja | 31 | 22 | 28 | 33 | 22 |
| Media | 64 | 45 | 60 | 57 | 48 |
| Alta | 77 | 59 | 73 | 64 | 66 |
| Muy Alta | 88 | 66 | 78 | 77 | 74 |
| Educación | | | | | |
| Baja | 43 | 30 | 38 | 41 | 32 |
| Media | 70 | 50 | 71 | 59 | 55 |
| Alta | 79 | 63 | 77 | 70 | 66 |
| Clase Social | | | | | |
| Alta, Media alta | 71 | 49 | 72 | 66 | 61 |
| Media | 58 | 43 | 55 | 54 | 45 |
| Baja | 24 | 16 | 24 | 22 | 19 |
| Hábitat | | | | | |
| Rural | 37 | 25 | 33 | 34 | 29 |
| Urbano | 52 | 36 | 49 | 44 | 39 |
| Metropolitano | 66 | 51 | 64 | 66 | 52 |
| Post-Materialismo | | | | | |
| Materialistas | 47 | 33 | 43 | 44 | 36 |
| Post-materialistas | 70 | 52 | 69 | 61 | 56 |
| Exposic. Medios | | | | | |
| Alta | 70 | 53 | 65 | 58 | 58 |
| Media alta | 68 | 50 | 66 | 61 | 54 |
| Media baja | 48 | 35 | 46 | 46 | 38 |
| Baja | 37 | 24 | 33 | 36 | 25 |
| Ideología | | | | | |
| Izquierda | 60 | 46 | 61 | 55 | 48 |
| C. Izquierda | 62 | 46 | 58 | 57 | 50 |
| Centro | 65 | 44 | 54 | 59 | 50 |
| C. Derecha | 68 | 55 | 66 | 56 | 54 |
| Derecha | 40 | 30 | 37 | 39 | 33 |

Cuadro 3.6.1.8.

**Valoración Media de Empresas Españolas, por Características
de los Entrevistados**

| ABRIL 1989 | Ford | AEG | Sony | Pascual | Domecq |
|--------------------------|-------------|------------|-------------|----------------|---------------|
| Total | 6,5 | 6,0 | 7,1 | 6,8 | 5,9 |
| Sexo | | | | | |
| Varones | 6,6 | 5,8 | 7,2 | 6,7 | 6,0 |
| Mujeres | 6,4 | 6,2 | 6,9 | 7,0 | 5,8 |
| Edad | | | | | |
| 18 a 29 años | 6,4 | 5,8 | 7,3 | 7,0 | 5,8 |
| 30 a 49 años | 6,7 | 6,0 | 7,0 | 6,8 | 5,8 |
| 50 a 64 años | 6,4 | 6,0 | 6,6 | 6,7 | 6,4 |
| 65 y más años | 6,8 | 6,4 | 6,8 | 6,4 | 6,3 |
| Posición Social | | | | | |
| Muy Baja | 6,7 | 6,9 | 6,5 | 6,3 | 4,9 |
| Baja | 6,5 | 5,7 | 7,0 | 7,3 | 5,9 |
| Media | 6,5 | 6,1 | 7,0 | 6,7 | 6,1 |
| Alta | 6,5 | 6,0 | 7,1 | 6,6 | 5,6 |
| Muy Alta | 7,1 | 5,8 | 7,5 | 6,7 | 5,4 |
| Educación | | | | | |
| Baja | 6,5 | 5,9 | 6,8 | 6,9 | 6,1 |
| Media | 6,6 | 6,1 | 7,4 | 7,0 | 5,8 |
| Alta | 6,6 | 6,0 | 7,2 | 6,4 | 5,6 |
| Clase Social | | | | | |
| Alta, Media alta | 7,2 | 7,2 | 7,9 | 7,1 | 6,1 |
| Media | 6,5 | 6,0 | 7,0 | 6,8 | 5,9 |
| Baja | 6,5 | 5,3 | 6,7 | 7,3 | 5,6 |
| Hábitat | | | | | |
| Rural | 6,7 | 6,0 | 7,0 | 7,1 | 6,1 |
| Urbano | 6,5 | 5,0 | 7,1 | 6,8 | 5,9 |
| Metropolitano | 6,5 | 6,1 | 7,0 | 6,8 | 5,8 |
| Post-Materialismo | | | | | |
| Materialistas | 6,6 | 6,0 | 7,0 | 6,9 | 6,1 |
| Post-materialistas | 6,5 | 5,8 | 7,1 | 6,6 | 5,5 |
| Exposic. Medios | | | | | |
| Alta | 6,6 | 6,0 | 7,1 | 6,7 | 5,5 |
| Media alta | 6,4 | 6,2 | 7,2 | 6,9 | 6,1 |
| Media baja | 6,6 | 5,5 | 6,9 | 7,0 | 6,2 |
| Baja | 6,5 | 6,0 | 6,9 | 6,6 | 5,8 |
| Ideología | | | | | |
| Izquierda | 6,1 | 5,6 | 7,1 | 6,8 | 6,1 |
| C. Izquierda | 6,6 | 5,8 | 7,1 | 6,6 | 5,5 |
| Centro | 6,7 | 6,4 | 7,1 | 6,9 | 6,0 |
| C. Derecha | 6,7 | 6,6 | 7,3 | 7,3 | 5,8 |
| Derecha | 6,5 | 5,9 | 6,8 | 6,9 | 5,6 |

3.6.2. Ranking de Empresas Públicas y Privadas

Al ir añadiendo los datos recogidos en los próximos sondeos para otras empresas, se podrán ir completando los rankings que a continuación se presentan.

Así, en el Cuadro 3.6.2.1. tenemos el ranking de conocimiento de treinta y cinco empresas, en el que sobresale T.V.E., Telefónica, Correos, Butano, Tabacalera y RENFE, como empresas más conocidas, de las incluidas hasta este mes, y destacan en los últimos puestos IBM, AEG, Iberduero, La Unión y el Fénix, Alcampo, Sanitas y Asisa, como las empresas, de las propuestas, menos conocidas por los españoles.

El ranking de valoración se presenta en el Cuadro 3.6.2.2. y en el mismo ocupan los primeros puestos Nestlé, Sony, Butano, Renault, Sanyo, y R.N.E., y los últimos con diferencia Tabacalera y T.V.E., empresas que obtiene una valoración media inferior a 5 puntos.

Por último, en el ranking que demuestra la imagen controvertida de estas empresas encontramos en primer lugar Sanyo, Sony, Nestlé, Renault, Ford y Butano con la imagen menos controvertida y Tabacalera en el último puesto con el mayor porcentaje de dispersión opinática con diferencia. (Cuadro 3.6.2.3.).

De las treinta y cinco empresas incluidas en estos rankings, podemos decir que las empresas estatales, TVE y Tabacalera, son las que tienen peor imagen pues son muy conocidas pero reciben una valoración baja y tienen una alta dispersión opinática. Por el contrario, Butano, siendo una de las empresas más conocidas, recibe además una valoración muy alta y tiene una imagen poco controvertida, por lo que su imagen global destaca sobre las demás empresa incluidas hasta este mes.

Cuadro 3.6.2.1.

Ranking de Conocimiento de Empresas Españolas

| OCTUBRE '88/ABRIL '89 | % |
|-----------------------------|----|
| 1. TVE | 87 |
| 2. Telefónica | 84 |
| 3. Correos | 80 |
| 4. Butano | 79 |
| 5. Tabacalera | 78 |
| 6. RENFE | 78 |
| 7. Coca-Cola | 74 |
| 8. El Corte Inglés | 72 |
| 9. R.N.E. | 70 |
| 10. Iberia | 67 |
| 11. Galerías Preciados | 67 |
| 12. Nestlé | 66 |
| 13. Renault | 65 |
| 14. Campsa | 60 |
| 15. Seat | 59 |
| 16. Sanyo | 58 |
| 17. REPSOL | 57 |
| 18. Hidroeléctrica Española | 56 |
| 19. Ford | 53 |
| 20. Sony | 49 |
| 21. Pascual | 48 |
| 22. Pryca | 48 |
| 23. Citroën | 45 |
| 24. BBV | 46 |
| 25. Continente | 43 |
| 26. Mapfre | 41 |
| 27. Domecq | 41 |
| 28. Camp | 40 |
| 29. I.B.M. | 38 |
| 30. AEG | 38 |
| 31. Iberduero | 35 |
| 32. La Unión y el Fénix | 34 |
| 33. Alcampo | 32 |
| 34. Sanitas | 24 |
| 35. Asisa | 14 |

Cuadro 3.6.2.2

Ranking de Valoración de Empresas Españolas

| | OCTUBRE '88/ABRIL '89 | (x) |
|-----|-------------------------|-----|
| 1. | Nestlé | 7,3 |
| 2. | Sony | 7,1 |
| 3. | Butano | 7,0 |
| 4. | Renault | 6,9 |
| 5. | Sanyo | 6,9 |
| 6. | R.N.E. | 6,9 |
| 7. | Pascual | 6,8 |
| 8. | I.B.M. | 6,8 |
| 9. | REPSOL | 6,6 |
| 10. | Ford | 6,5 |
| 11. | Alcampo | 6,4 |
| 12. | Continente | 6,4 |
| 13. | Campsa | 6,3 |
| 14. | El Corte Inglés | 6,3 |
| 15. | Pryca | 6,2 |
| 16. | Iberia | 6,2 |
| 17. | BBV | 6,1 |
| 18. | Camp | 6,1 |
| 19. | AEG | 6,0 |
| 20. | Sanitas | 6,0 |
| 21. | Citroën | 6,0 |
| 22. | Mapfre | 6,0 |
| 23. | Asisa | 5,9 |
| 24. | Domecq | 5,9 |
| 25. | La Unión y el Fénix | 5,8 |
| 26. | Hidroeléctrica Española | 5,7 |
| 27. | RENFE | 5,7 |
| 28. | Correos | 5,7 |
| 29. | Seat | 5,7 |
| 30. | Coca-Cola | 5,6 |
| 31. | Iberduero | 5,5 |
| 32. | Telefónica | 5,4 |
| 33. | Galerías Preciados | 5,3 |
| 34. | TVE | 4,5 |
| 35. | Tabacalera | 3,6 |

Cuadro 3.6.2.3.

Ranking de Dispersión Opinática de Empresas Españolas

| OCTUBRE '88/ABRIL '89 | % (s/x.100) |
|-----------------------------|----------------|
| 1. Sanyo | 26 |
| 2. Sony | 27 |
| 3. Nestlé | 27 |
| 4. Renault | 28 |
| 5. Butano | 30 |
| 6. Ford | 30 |
| 7. REPSOL | 33 |
| 8. R.N.E. | 33 |
| 9. AEG | 33 |
| 10. Pascual | 33 |
| 11. Citroën | 34 |
| 12. Sanitas | 36 |
| 13. I.B.M. | 36 |
| 14. Continente | 36 |
| 15. Seat | 36 |
| 16. Pryca | 36 |
| 17. Campsa | 36 |
| 18. Camp | 36 |
| 19. Iberia | 38 |
| 20. Alcampo | 38 |
| 21. La Unión y el Fénix | 40 |
| 22. Domecq | 41 |
| 23. RENFE | 41 |
| 24. Mapfre | 41 |
| 25. El Corte Inglés | 42 |
| 26. BBV | 42 |
| 27. Iberduero | 42 |
| 28. Correos | 43 |
| 29. Hidroeléctrica Española | 45 |
| 30. Asisa | 46 |
| 31. Galerías Preciados | 46 |
| 32. Telefónica | 53 |
| 33. Coca-Cola | 58 |
| 34. TVE | 59 |
| 35. Tabacalera | 98 |

3.6.3. Clientela de Instituciones Financieras

Dada la constante actualidad que tienen en los últimos meses los temas bancarios, a causa de las fusiones que se han producido recientemente, ha parecido interesante identificar la clientela de las diferentes instituciones financieras, puesto que dicha identificación ayuda en gran medida a conocer la implantación de los diversos bancos, lo que sin duda redundará en pro o en contra de la imagen de los mismos.

Un 81 por ciento de los españoles de 18 y más años dicen tener este mes 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 ocasiones familiarmente) independientes. Este dato es similar al obtenido en los sondeos anteriormente realizados en ASEP, lo que proporciona bastante fiabilidad al mismo, aunque ha disminuido dicha proporción este mes en relación con el mes de marzo.

Aunque en este estudio no se ha separado a los clientes de Bancos y Cajas, por datos procedentes de otros estudios se sabe que la clientela de las Cajas es superior al doble de la de los Bancos, y que hay algo menos de un 20 por ciento que forman parte de la clientela de Bancos y Cajas simultáneamente.

Los datos que se presentan en el Cuadro 3.6.3.1. permiten afirmar que la proporción de varones con cuenta corriente o libreta es superior a la de mujeres. Además, existe una clara relación con la edad, en el sentido de que los menores de 30 años y los mayores de 65 años son clientes de Bancos o Cajas en menor proporción que los que tienen una edad intermedia entre estas dos edades; no obstante, la proporción de clientes de bancos o cajas para los menores de 30 años, que en general son más dependientes de otros, es del 79 por ciento. Estos datos corroboran los obtenidos en anteriores sondeos.

El Índice de Posición Social, definido en otro lugar del Informe ASEP, que clasifica a los individuos en ocho categorías (y en base a ocho características sociodemográficas), califica a los de posición social muy baja o baja como "periferia social", y a los de posición social alta y muy alta como "centro social". Desde esta perspectiva, no resulta difícil comprender que casi todos los entrevistados de posición social muy alta y alta sean clientes de instituciones financieras (96% y 92% respectivamente), y que esta proporción disminuya hasta los de posición muy baja, categoría en la que los individuos que tienen cuenta corriente o libreta de ahorro sólo es del 58% este mes. El status ocupacional está igualmente relacionado positivamente con la proporción de individuos que son clientes de Bancos y Cajas, de manera que son los parados y los jubilados, los segmentos con menor proporción de cuentacorrentistas. Del mismo modo, parece que existen más clientes de bancos entre los trabajadores del sector público y privado que entre los no activos o parados, aunque la diferencia es muy escasa. La proporción de clientes de Bancos y Cajas es mayor en los hogares donde se da más ahorro y este mes se registra una mayor proporción de cuentacorrentistas entre los individuos de clase social alta.

Debe señalarse además, que la proporción de individuos que tienen cuenta corriente o libreta de ahorros en Bancos o Cajas es similar este mes entre los residentes en los tres niveles de hábitat, aunque se registran más cuentacorrentistas en los centros urbanos. La relación con el tamaño del hábitat no es muy significativa y por lo tanto, este hecho no está determinado por el lugar de residencia, sino por variables de carácter económico y demográfico.

Todos los datos mencionados son, como puede apreciarse, muy semejantes a los obtenidos en los sondeos ASEP realizados desde octubre de 1986, lo que ratifica, sin duda, su fiabilidad.

En el Cuadro 3.6.3.2. se especifica la proporción de entrevistados (sobre la base de la clientela total de Bancos y Cajas) que son clientes de cada uno de los seis grandes Bancos nacionales, de otros Bancos, y de Cajas de Ahorro. Como es lógico, la suma de estas proporciones no es 100, puesto que muchos entrevistados son clientes de más de una institución financiera, como veremos a continuación.

Puede comprobarse que casi tres cuartas partes del total de clientes de Bancos y Cajas (no del total de la muestra) son clientes de las Cajas de Ahorro, proporción que es semejante, y a veces superior en casi todos los segmentos de la población (Cuadro 3.6.3.3), y muy similar, en todos los casos a los datos correspondientes a anteriores estudios. Entre los clientes de los distintos grandes bancos existe una amplia proporción de entrevistados que son también clientes de Cajas de Ahorros.

Entre los siete grandes Bancos, el Banco de Bilbao ya ocupaba el primer puesto habitualmente, como banco con mayor proporción de clientes, y ahora ratifica el primer puesto tras la fusión con el Vizcaya, con una clientela que representa el 10,2% de los Clientes de Bancos y Cajas, seguido del Central que obtiene una clientela que representa el 4,6%.

Existen diferencias en todos los sondeos realizados respecto a la proporción de entrevistados que dice ser cliente de cada Banco, (lo cual es comprensible por el reducido volumen de estas submuestras), pero puede afirmarse que, según los datos que proporcionan los entrevistados este mes, la clientela del BBV es claramente superior a la de los cinco Bancos restantes. Después del Banco Bilbao Vizcaya con una clientela del 10,2% de los individuos con cuenta corriente o libreta, tenemos este mes al Central con 4,6%, al Banesto con 4,0%, al Santander un 3,3% y al Hispano con 3,2%. El Banco Popular es el que este mes tienen menor número de clientes, 1,7%, como por otra parte suele ser habitual. Por comparación con el sondeo del pasado mes de marzo, hay que destacar que salvo el Santander, el Popular y el Central, los demás bancos y cajas han registrado un descenso de su clientela. De todos modos, estas variaciones pueden atribuirse a las fluctuaciones de toda submuestra de reducido tamaño como la que se analiza en este caso, ya que la cartera de clientes de los diferentes Bancos no varía sustancialmente de un mes a otro. Sin embargo, los datos de los sondeos ASEP realizados hasta este mes han confirmado casi siempre al Banco de Bilbao o Bilbao Vizcaya como el que tiene mayor clientela, de los "siete grandes", y el Banco Popular ha sido siempre el que tiene menos clientes, ya que suele ocupar el último lugar en el ranking.

A pesar de las variaciones mensuales que se observan en la proporción de clientes de las diversas instituciones financieras, podemos saber, gracias a estos datos, la composición de la clientela de los distintos Bancos.

Así, la proporción de clientes de los distintos bancos según los diferentes segmentos de la población (Cuadro 3.6.3.3.), muestra interesantes variaciones. Aparte de las Cajas que predominan en todos los segmentos sociales, suelen destacar en todos los estratos sociales el BBV y "otros bancos" como entidades con mayor proporción de clientes. En cualquier caso, casi todos los bancos registran los mayores niveles de clientes entre los varones, los de edad intermedia o joven y sobre todo los de más alta posición social y status ocupacional y los habitantes de centros metropolitanos. La única excepción sería Banesto que registran más clientela en los centros rurales, y entre las personas de menor posición social y status ocupacional.

Existe además una parte importante de clientes de algunos Bancos que lo son también de otros al margen de las Cajas. Así un 3% de los clientes del Santander tienen cuenta en el Popular y el Central, un 10% en el BBV, un 13% en Banesto, y 4% en otros bancos. Un 6% de los clientes del Popular tienen cuenta en el Banesto y en el Santander y un 5% en el BBV. Para los clientes del Central, un 5% comparten su cliente con el BBV e Hispano, un 7% con otros bancos, y un 2% con el Banesto y Santander. Los clientes de Banesto son a su vez clientes del Santander (11%), del BBV (6%) y de otros bancos (8%). La clientela del BBV es superior en otros Bancos -distintos de los seis grandes- (8%) y comparte un 3% con el Santander, y un 2% con el Central, Banesto e Hispano, respectivamente. Los clientes del Hispano también lo son del Central (7%), un 6% son clientes también del BBV, y un 3% de Banesto.

Entre los que dicen ser clientes de otros bancos, el BBV y Banesto captan a un 7% de los mismos y el Central y Banesto al 3%, respectivamente. Los clientes de las Cajas son en escasa medida clientes de alguno de los grandes bancos, aunque con quien más comparten sus clientes son con el BBV y con otros bancos. Los clientes de los bancos Santander, Banesto e Hispano son los que cuentan con mayor proporción de clientes que también lo son de las Cajas de Ahorros.

En el Cuadro 3.6.3.4. se puede comparar mejor el perfil socioeconómico de la clientela de los seis Bancos entre sí, pero especialmente con el perfil de la clientela total de instituciones financieras, de Cajas de Ahorros con el perfil de la muestra en su conjunto. En este caso, y dado el considerable peso de la submuestra de población que dice tener cuenta corriente o libreta en las Cajas de Ahorros, podemos diseñar el perfil de los usuarios de estas entidades, con el fin de compararlo más adelante con el de la clientela de los Bancos. Así, en el perfil de la clientela de las Cajas de Ahorros hay que resaltar la gran semejanza con el perfil de la población muestral, aunque se detecta una leve sobre- representación de varones, de las personas que tienen entre 30 y 49 años, así como de los segmentos de la población de posición social alta y muy alta, de status medio y trabajadores del sector público y privado por cuenta ajena y de los individuos que dicen ser de clase social media, que ahorran y que habitan en zonas rurales. De todos modos, el perfil se asemeja bastante, una vez más, al de la población de la muestra y al obtenido en meses pasados.

De los siete grandes Bancos, el B.B.V. ocupa el primer puesto, si consideramos la importancia de su clientela. Así, y para comparar las características de su clientela con el perfil de la clientela de otros Bancos, podemos observar el perfil de los clientes de esta institución. La clientela de este banco tiene en su mayoría entre 30 y 49 años. Se registra asimismo una leve sobrerrepresentación de varones y de individuos de posición social alta y muy alta, de status ocupacional alto y medio y de trabajadores del sector público y del privado por cuenta propia y ajena, de clase alta y media, de personas que ahorran, y de individuos que residen en núcleos metropolitanos.

De todos modos, hay que tener presente el reducido tamaño de las submuestras que resultan al clasificar por institución a la clientela de Bancos y Cajas, lo que hace que los datos fluctúen bastante de un mes a otro al descender hasta este nivel de especificación demasiado pormenorizado. Al agregarse estos datos se llegará a conclusiones más firmes y fiables, como ya se ha hecho y se hará en los informes trimestrales.

En lo que se refiere a la clientela del Central, por el momento, y a título meramente indicativo, podemos apuntar que este mes las mujeres, las personas que tienen entre 30 y 49 años, y los individuos de posición social media y alta están especialmente "sobre- representados" en la

clientela de este Banco, y algo semejante se observa respecto a otros indicadores de naturaleza socioeconómica (clase social subjetiva, status ocupacional y sector económico) donde los segmentos de mayor nivel socioeconómico (alto y/o medio) registran un claro sobrepeso. Además entre los clientes del Central hay un sobrepeso de ahorradores y de residentes en zonas metropolitanas.

Entre los clientes del Banesto, existe un claro sobrepeso de varones, de personas que tienen más de 30 años y menos de 65, de individuos de posición social alta y muy baja, de status medio, bajo y amas de casa, de personas de clase alta y media y de individuos que ahorran. El sobrepeso de los clientes de este banco recae en las áreas rurales.

La clientela del Banco Hispano es especialmente importante entre los varones, los de edad joven o intermedia, los de posición social media y alta, los de status alto, medio y amas de casa, los de clase media, los trabajadores del sector privado por cuenta propia y los que residen en zonas urbanas.

Entre los clientes del Banco Popular se registra un sobrepeso de mujeres, de personas de edad joven o avanzada, de posición social baja y muy baja, de status alto y bajo y amas de casa, de trabajadores no activos y del sector público y de habitantes de zonas urbanas.

Por último, los clientes del Banco de Santander son básicamente varones, personas de edad joven o intermedia, de posición social media, de status medio y parados, y trabajadores activos en el sector privado por cuenta propia; la mayoría suelen ahorrar, son de clase media o alta y hay también un sobrepeso de habitantes de zonas urbanas.

Las afirmaciones precedentes son similares a las que ya se pusieron de manifiesto en los anteriores sondeos, lo que corrobora la validez de las mismas a pesar del reducido tamaño de la submuestra sobre la que se perfilan.

La semejanza de estos datos con los obtenidos en anteriores sondeos es muy notable (y por tanto fiable), por lo que respecta al número de instituciones en que tienen cuenta corriente o libreta de ahorros los entrevistados. En efecto, según los datos del Cuadro 3.6.3.5., el 64% de los clientes de alguna institución financiera son clientes de una sola institución, y esta proporción es mayor entre las mujeres, las personas de menor nivel ocupacional y de mayor edad. En general, y según se especifica en el Cuadro 3.6.3.6., la proporción de individuos que son clientes de dos instituciones (23%) es mayor entre los varones, los individuos que tienen menos de 49 años y los de status ocupacional alto y medio. Los clientes de instituciones financieras que tienen más de dos cuentas o libretas (8%) son sobre todo varones, personas jóvenes o de edad intermedia y de status ocupacional alto. Estas relaciones son, todas ellas, casi idénticas a las mencionadas en los Informes precedentes, lo que las hace bastante fiables.

Por último alrededor del 40% de los clientes de los grandes bancos privados tienen una sola cuenta corriente o libreta -salvo para el Hispano donde esta proporción es del 27%- , mientras que para las Cajas este porcentaje asciende al 62%. Más o menos un 30% tienen dos cuentas, un 10% tres y otro 10% más de tres. En el Cuadro 3.6.3.6. se puede consultar para cada banco el número de cuentas o libretas que dicen tener sus clientes respectivos.

De todos modos, todos estos datos serán analizados con más detalle en el informe con datos agregados - trimestral- en el que dispondremos de muestras de mayor tamaño.

Cuadro 3.6.3.1.

Clientela de las Instituciones Financieras
(En Porcentajes)

| | Tiene c/c o libreta en Banco o Caja | | | | | | | | | |
|---------------------------|-------------------------------------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
| Total | 84 | 86 | 85 | 84 | 85 | 82 | 84 | 87 | 84 | 81 |
| Sexo | | | | | | | | | | |
| Varones | 86 | 91 | 89 | 85 | 89 | 87 | 86 | 90 | 85 | 84 |
| Mujeres | 82 | 82 | 81 | 83 | 82 | 78 | 82 | 84 | 83 | 79 |
| Edad | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 78 | 83 | 80 | 80 | 81 | 76 | 80 | 82 | 79 | 79 |
| 30 a 49 años | 93 | 90 | 93 | 89 | 92 | 90 | 89 | 93 | 89 | 88 |
| 50 a 64 años | 85 | 88 | 83 | 83 | 83 | 82 | 84 | 88 | 83 | 81 |
| 65 y más años | 75 | 82 | 77 | 80 | 82 | 74 | 80 | 81 | 82 | 72 |
| Posición Social | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 58 | 70 | 72 | 72 | 73 | 74 | 82 | 77 | 87 | 58 |
| Baja | 79 | 80 | 79 | 81 | 81 | 74 | 75 | 84 | 79 | 76 |
| Media | 87 | 89 | 87 | 84 | 85 | 85 | 86 | 86 | 85 | 84 |
| Alta | 95 | 97 | 93 | 93 | 98 | 96 | 96 | 96 | 93 | 92 |
| Muy Alta | 100 | 94 | 100 | 90 | 100 | 100 | 93 | 100 | 100 | 96 |
| Status Ocupacional | | | | | | | | | | |
| Alto | 98 | 97 | 96 | 96 | 98 | 93 | 94 | 97 | 94 | 98 |
| Medio | 92 | 96 | 91 | 90 | 94 | 92 | 93 | 93 | 87 | 89 |
| Bajo | 84 | 83 | 89 | 79 | 84 | 85 | 84 | 84 | 87 | 84 |
| En Paro | 63 | 73 | 78 | 76 | 69 | 64 | 67 | 80 | 73 | 67 |
| Amas de Casa | 85 | 85 | 82 | 85 | 82 | 79 | 83 | 88 | 86 | 82 |
| Jubilados | 79 | 84 | 83 | 82 | 84 | 79 | 80 | 84 | 82 | 74 |
| Sector Económico | | | | | | | | | | |
| No Activo | 81 | 83 | 80 | 94 | 81 | 78 | 81 | 84 | 82 | 77 |
| En paro | 63 | 73 | 78 | 100 | 69 | 64 | 67 | 80 | 73 | 67 |
| Público | 94 | 97 | 97 | 89 | 68 | 95 | 89 | 97 | 94 | 97 |
| Privado c.ajena | 90 | 92 | 90 | 92 | 91 | 89 | 92 | 90 | 89 | 87 |
| Privado c.propia | 95 | 95 | 92 | 94 | 97 | 94 | 94 | 95 | 89 | 88 |

| | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Clase Soc. Subjetiva | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 80 | 92 | 84 | 84 | 93 | 82 | 96 | 91 | 89 | 86 |
| Media | 88 | 88 | 88 | 86 | 88 | 85 | 85 | 90 | 86 | 84 |
| Baja | 75 | 78 | 73 | 74 | 76 | 73 | 76 | 74 | 74 | 70 |
| Hábitat | | | | | | | | | | |
| Rural | 83 | 84 | 86 | 81 | 85 | 82 | 83 | 87 | 85 | 76 |
| Urbano | 86 | 86 | 86 | 87 | 85 | 82 | 83 | 87 | 82 | 84 |
| Metropolitano | 84 | 88 | 83 | 80 | 86 | 83 | 87 | 87 | 87 | 82 |
| Actitud ante el ahorro | | | | | | | | | | |
| Endeudados | - | - | - | 94 | 83 | 75 | 80 | 78 | 75 | 80 |
| Viven al día | - | - | - | 95 | 84 | 80 | 82 | 86 | 84 | 79 |
| Ahorran | - | - | - | 90 | 93 | 92 | 93 | 94 | 90 | 90 |

Cuadro 3.6.3.2.

Clientela de las Instituciones Financieras, por Institución

| INSTITUCION FINANCIERA | % que Tienen c/c o Libreta en Bancos y Cajas de Ahorro | | | | | | | | | |
|---------------------------|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|
| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
| Santander | 4,5% | 4,5% | 3,7% | 3,5% | 3,5% | 3,7% | 2,5% | 2,3% | 3,0% | 3,3% |
| Popular | 2,2 | 2,8 | 2,1 | 2,1 | 1,8 | 2,3 | 1,8 | 2,0 | 1,1 | 1,7 |
| Central | 5,6 | 3,6 | 6,5 | 5,0 | 4,7 | 4,5 | 3,9 | 4,8 | 4,4 | 4,6 |
| Banesto | 5,2 | 4,7 | 4,6 | 5,0 | 4,7 | 5,3 | 3,7 | 5,3 | 4,9 | 4,0 |
| Bilbao-Vizcaya* | 5,5 | 7,6 | 6,6 | 9,4 | 7,0 | 11,0 | 9,1 | 8,3 | 10,7 | 10,2 |
| Hispano-Americ. | 4,1 | 4,1 | 3,1 | 3,8 | 3,8 | 5,4 | 4,1 | 4,3 | 4,0 | 3,2 |
| Vizcaya | 3,7 | 2,9 | 3,6 | - | - | - | - | - | - | - |
| Otros Bancos | 9,4 | 11,5 | 11,2 | 10,3 | 10,0 | 8,3 | 9,3 | 9,5 | 12,3 | 10,5 |
| Cajas de Ahorro | 81,1 | 78,5 | 79,5 | 71,2 | 74,8 | 69,6 | 75,2 | 74,0 | 73,6 | 71,0 |
| Total | (1.021) | (1.063) | (1.023) | (1.010) | (1.047) | (1.001) | (1.020) | (1.052) | (1.011) | (979) |

* En los datos de antes del sondeo de octubre de 1.988 se incluía el Banco de Bilbao separado del Vizcaya y a partir de esa fecha forman un sólo banco.

Cuadro 3.6.3.3.

Clientela de las Instituciones Financieras, por Institución
y Características de los Entrevistados

ABRIL 1989

| Tienen c/c o libreta en Bancos y Cajas de Ahorro | Santander | Popular | Central | Banesto | BBV | Hispano Americano | Otros | Cajas de Ahorro |
|---|-----------|---------|---------|---------|------|----------------------|-------|--------------------|
| Total | 3,3% | 1,7 | 4,6 | 4,0 | 10,2 | 3,2 | 10,5 | 71,0 |
| Sexo | | | | | | | | |
| Varones | 4% | 1 | 4 | 5 | 11 | 4 | 11 | 72 |
| Mujeres | 3% | 2 | 5 | 3 | 10 | 3 | 10 | 70 |
| Edad | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 5% | 2 | 4 | 3 | 10 | 5 | 13 | 74 |
| 30 a 49 años | 3% | 2 | 6 | 4 | 13 | 4 | 11 | 68 |
| 50 a 64 años | 2% | 1 | 4 | 4 | 8 | 2 | 9 | 71 |
| 65 y más años | 2% | 2 | 5 | 4 | 5 | 1 | 7 | 74 |
| Posición Social | | | | | | | | |
| Muy Baja | —% | 9 | 6 | 8 | 5 | — | 3 | 75 |
| Baja | 3% | 2 | 3 | 4 | 6 | 2 | 9 | 74 |
| Media | 4% | 2 | 5 | 4 | 10 | 4 | 12 | 67 |
| Alta | 3% | 1 | 6 | 4 | 17 | 5 | 11 | 74 |
| Muy Alta | —% | — | 4 | — | 24 | — | 16 | 84 |
| Status Ocupacional | | | | | | | | |
| Alto | 2% | 4 | 2 | 2 | 27 | 6 | 16 | 66 |
| Medio | 3% | 1 | 5 | 4 | 13 | 4 | 12 | 74 |
| Bajo | 1% | 2 | 5 | 6 | 5 | 1 | 14 | 67 |
| En Paro | 8% | — | — | 7 | 13 | 2 | 12 | 78 |
| Amas de Casa | 3% | 2 | 6 | 5 | 9 | 4 | 9 | 67 |
| Jubilados | 2% | 2 | 4 | 2 | 6 | 1 | 7 | 73 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | |
| Endeudados | 3% | 2 | 6 | 2 | 7 | 1 | 14 | 68 |
| Al día | 3% | 1 | 3 | 4 | 10 | 3 | 9 | 72 |
| Ahorran | 4% | 2 | 7 | 5 | 13 | 4 | 13 | 72 |

Clase Soc. Subjetiva

| | | | | | | | | |
|------------------|----|---|---|---|----|---|----|----|
| Alta, media alta | 4% | 8 | 4 | 4 | 22 | - | 27 | 56 |
| Media | 3% | 2 | 4 | 4 | 11 | 4 | 10 | 71 |
| Baja | 3% | 1 | 4 | 3 | 4 | - | 12 | 73 |

Hábitat

| | | | | | | | | |
|---------------|----|---|---|---|----|---|----|----|
| Rural | 3% | 2 | 4 | 9 | 5 | 1 | 7 | 77 |
| Urbano | 4% | 2 | 4 | 4 | 10 | 5 | 12 | 70 |
| Metropolitano | 3% | 1 | 6 | 1 | 14 | 3 | 11 | 69 |

Cuentacorrentistas de:

| | | | | | | | | |
|-----------|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Santander | 100% | 3 | 3 | 13 | 10 | - | 4 | 46 |
| Popular | 6% | 100 | - | 6 | 5 | - | - | 37 |
| Central | 2% | - | 100 | 2 | 5 | 5 | 7 | 39 |
| Banesto | 11% | 3 | 3 | 100 | 6 | 3 | 8 | 49 |
| BBV | 3% | 1 | 2 | 2 | 100 | 2 | 8 | 42 |
| Hispano | -% | - | 7 | 3 | 6 | 100 | - | 60 |
| Otro | 1% | - | 3 | 3 | 7 | - | 100 | 26 |
| Cajas | 1% | 1 | 2 | 3 | 6 | 3 | 4 | 100 |

Cuadro 3.6.3.4.

**Perfil Socioeconómico de la Clientela de Instituciones
Financieras**

Tienen c/c ó libreta en:

| ABRIL 1989 | Total Muestra | Tienen c/c ó libreta | Tienen c/c ó libreta en: | | | | | | | Otros | Cajas de Ahorro |
|---------------------------|------------------|-------------------------|--------------------------|---------|---------|---------|--------|----------------------|-------|-------|--------------------|
| | | | Santander | Popular | Central | Banesto | B.B.V. | Hispano Americano | | | |
| Total | (1.205) | (979) | (33) | (17) | (45) | (39) | (100) | (31) | (103) | (695) | |
| Sexo | | | | | | | | | | | |
| Varones | 48% | 50% | 56% | 38% | 44% | 61% | 52% | 58% | 51% | 50% | |
| Mujeres | 52 | 50 | 44 | 62 | 56 | 39 | 48 | 42 | 49 | 50 | |
| Edad | | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 26% | 25% | 39% | 35% | 20% | 21% | 25% | 39% | 31% | 26% | |
| 30 a 49 años | 35 | 38 | 37 | 38 | 47 | 40 | 50 | 42 | 38 | 37 | |
| 50 a 64 años | 23 | 23 | 16 | 6 | 18 | 24 | 19 | 17 | 20 | 23 | |
| 65 y más años | 16 | 14 | 8 | 20 | 15 | 15 | 7 | 3 | 10 | 15 | |
| Posición Social | | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 4% | 3% | -% | 16% | 4% | 6% | 2% | -% | 1% | 3% | |
| Baja | 35 | 33 | 32 | 39 | 20 | 35 | 21 | 19 | 29 | 34 | |
| Media | 43 | 45 | 54 | 38 | 53 | 42 | 43 | 56 | 49 | 42 | |
| Alta | 14 | 16 | 14 | 6 | 20 | 17 | 28 | 25 | 17 | 17 | |
| Muy Alta | 2 | 3 | - | - | 3 | - | 7 | - | 4 | 4 | |
| Status Ocupacional | | | | | | | | | | | |
| Alto | 4% | 6% | 4% | 13% | 3% | 3% | 14% | 11% | 9% | 5% | |
| Medio | 28 | 31 | 30 | 13 | 35 | 34 | 38 | 38 | 34 | 32 | |
| Bajo | 9 | 9 | 3 | 12 | 9 | 14 | 4 | 3 | 12 | 9 | |
| En Paro | 6 | 5 | 12 | - | - | 8 | 6 | 3 | 6 | 5 | |
| Amas de Casa | 28 | 28 | 25 | 35 | 35 | 32 | 25 | 38 | 23 | 26 | |
| Jubilados | 19 | 17 | 11 | 15 | 16 | 9 | 10 | 3 | 12 | 18 | |
| Sector Económico | | | | | | | | | | | |
| No activos | 52% | 49% | 51% | 62% | 54% | 41% | 37% | 44% | 39% | 48% | |
| En Paro | 6 | 5 | 12 | - | - | 8 | 6 | 3 | 6 | 5 | |
| Público | 6 | 8 | 3 | 13 | 7 | 14 | 10 | 3 | 4 | 8 | |
| Privado c.ajena | 28 | 30 | 20 | 13 | 34 | 19 | 33 | 28 | 39 | 30 | |
| Privado c.propia | 8 | 18 | 14 | 13 | 5 | 18 | 13 | 21 | 12 | 8 | |

| | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | | | |
| Endeudados | 14% | 14% | 12% | 17% | 17% | 8% | 9% | 3% | 18% | 13% |
| Viven al día | 60 | 59 | 55 | 46 | 43 | 61 | 57 | 62 | 49 | 59 |
| Ahorran | 23 | 25 | 29 | 36 | 40 | 31 | 32 | 31 | 31 | 25 |
| Clase Soc. Subjetiva | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 2% | 2% | 3% | 12% | 2% | 3% | 5% | -% | 6% | 2% |
| Media | 79 | 82 | 85 | 78 | 78 | 82 | 89 | 100 | 76 | 82 |
| Baja | 15 | 12 | 12 | 10 | 11 | 10 | 5 | - | 14 | 13 |
| Hábitat | | | | | | | | | | |
| Rural | 24% | 23% | 19% | 22% | 22% | 50% | 11% | 7% | 15% | 25% |
| Urbano | 47 | 48 | 53 | 54 | 36 | 42 | 48 | 70 | 53 | 47 |
| Metropolitano | 29 | 29 | 28 | 24 | 41 | 8 | 41 | 24 | 32 | 28 |

Cuadro 3.6.3.5.

**Proporción de Entrevistados que Tiene C/c o Libreta
En Bancos o Cajas, según el Número de C/c o Libretas
que tienen.**

| N° de C/c o Libretas: | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Tienen C/c o Libreta: | (84%) | (86%) | (85%) | (84%) | (85%) | (82%) | (84%) | (87%) | (84%) | (81%) |
| N° de C/c o Libretas que poseen: | | | | | | | | | | |
| 1 | 62% | 63% | 61% | 65% | 68% | 66% | 64% | 65% | 66% | 64% |
| 2 | 25 | 25 | 25 | 26 | 22 | 20 | 24 | 21 | 21 | 23 |
| 3 | 6 | 5 | 6 | 6 | 6 | 5 | 5 | 6 | 7 | 6 |
| 4 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 5 ó más | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| NC | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 7 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| Total | (1.021) | (1.063) | (1.023) | (1.010) | (1.047) | (1.001) | (1.020) | (1.052) | (1.011) | (979) |

Cuadro 3.6.3.6.

**Clientela de Instituciones Financieras, por número de
C/c o Libretas que poseen**

ABRIL 1989

| Tienen c/c o libreta en Banco o Caja: | Número de C/c o Libretas: | | | | | |
|--|----------------------------------|----------|----------|----------|----------------|-----------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 ó más | NC |
| Total | 64% | 23 | 6 | 1 | 1 | 5 |
| Sexo | | | | | | |
| Varones | 62% | 24 | 8 | 2 | 1 | 4 |
| Mujeres | 67% | 22 | 4 | 1 | * | 5 |
| Edad | | | | | | |
| Menos de 30 años | 63% | 27 | 8 | 1 | - | 2 |
| 30 a 49 años | 56% | 29 | 7 | 3 | 1 | 5 |
| 50 a 64 años | 69% | 15 | 5 | - | 2 | 9 |
| 65 y más años | 82% | 13 | 1 | 1 | - | 2 |
| Status Ocupacional | | | | | | |
| Alto | 28% | 43 | 17 | 4 | 4 | 4 |
| Medio | 56% | 27 | 10 | 3 | * | 4 |
| Bajo | 73% | 19 | 3 | - | 1 | 3 |
| En Paro | 69% | 24 | 6 | - | 2 | - |
| Amas de Casa | 64% | 24 | 4 | * | * | 7 |
| Jubilados | 82% | 11 | 2 | * | - | 4 |
| Hábitat | | | | | | |
| Rural | 69% | 17 | 7 | 1 | * | 6 |
| Urbano | 64% | 25 | 5 | 1 | 1 | 5 |
| Metropolitano | 62% | 25 | 7 | 2 | 1 | 4 |
| Tienen c/c en: | | | | | | |
| Santander | 41% | 36 | 16 | 4 | 3 | - |
| Popular | 58% | 24 | 6 | 5 | 6 | - |
| Central | 41% | 37 | 17 | 2 | - | 3 |
| Banesto | 40% | 35 | 17 | 3 | 5 | - |
| B.B.V. | 41% | 35 | 16 | 5 | 1 | 2 |
| Hispano | 27% | 57 | 13 | - | - | 3 |
| Otro | 55% | 27 | 10 | 3 | 2 | 3 |
| Cajas | 62% | 27 | 6 | 1 | 1 | 3 |

3.6.4. Situación de la Bolsa en España

Tras el descenso de la bolsa que se produjo en octubre de 1.987, se ha incluido en todos los sondeos ASEP una serie de preguntas para tratar de conocer el perfil de los accionistas y la actitud de los mismos, y del conjunto de la población ante el futuro de la bolsa.

Entre la población española mayor de 18 años, tan sólo un 4% de los entrevistados este mes tienen acciones en bolsa -Cuadro 3.6.4.1.-, estimación que es similar a la que se pudo deducir de los sondeos precedentes, lo que confirma la validez de esta magnitud. Lógicamente, la mayoría de los accionistas pertenecen a los sectores más privilegiados de la sociedad. Así, el perfil de los accionistas españoles podría resumirse así según los datos de este mes (Cuadro 3.6.4.2.): estos son sobre todo varones e individuos que tienen entre 30 y 50 años. Además, entre los accionistas se detecta un claro sobrepeso de personas de posición social muy alta y sobre todo alta, estando muy infrarrepresentados entre éstos los de posición social muy baja y baja; en lo que se refiere al status socioeconómico también se detecta un claro sobrepeso, en relación a la población muestral, entre las personas de status alto y medio, y parece que los accionistas suelen ser sobre todo personas activas del sector público y privado por cuenta ajena y propia. La mayoría de los accionistas españoles residen en centros metropolitanos y están muy infrarrepresentados en los centros rurales. Además podemos decir que casi todos los accionistas son clientes de bancos o de Cajas de Ahorro, y suelen tener más de dos cuentas corrientes o libretas, lo que corrobora su alto nivel socioeconómico.

Al basarse estos datos en una submuestra de reducido tamaño (49 casos) el perfil diseñado puede variar bastante de un mes a otro, pero suele coincidir con el que ha resultado de otras investigaciones sobre Bolsa y con el que se dedujo de los sondeos ASEP precedentes (Cuadro 3.6.4.2.). Al haberse repetido esta pregunta en sucesivos sondeos se podrán acumular los datos como ya se ha hecho en los informes trimestrales, y diseñar un perfil que se apoyará en una base más amplia, lo que dará más rigor a los datos analizados.

A los accionistas se les formularon otras preguntas para intentar averiguar el sentido de las próximas oscilaciones bursátiles, pero dado el escaso número de los mismos, los datos siguientes sólo pueden interpretarse a título indicativo, ya que únicamente muestran tendencias globales.

Según las previsiones del reducido segmento de accionistas, un 6% tienen intención de comprar acciones en el mes de mayo, un 2% piensan comprar y vender y un 6% está dispuesto a vender sus acciones o parte de las mismas. Además, existe un 64% de los mismos que no piensan ni comprar ni vender y un 21% prefieren no opinar al respecto. En comparación con los datos del pasado mes de marzo se aprecia un incremento de compradores de acciones y un descenso de vendedores.

A partir de estos datos se han diseñado dos índices. El primero es el Índice de Estabilidad, que no es sino la proporción de accionistas que no piensan ni comprar ni vender (64% como hemos visto) y el segundo es el Índice de Evolución que tiene un valor de 100 puntos y que resulta de restar el porcentaje de quienes piensan comprar, o comprar y vender acciones, a quienes piensan comprar y vender, o solo vender, sumando 100 para estandarizar el valor del índice. Así, un índice inferior a 100 puntos demuestra que existe cierta mayor tendencia a vender acciones, y un índice superior a 100 demuestra que existe cierta tendencia a la compra, y ésta es mayor cuanto más se aproxima a 200 el resultado. Por lo tanto un I.E.B. de 100 puntos, como el encontrado este mes, demuestra que existe cierto equilibrio entre ventas y compras, de lo que se deduce cierta estabilidad de la bolsa para el próximo mes. (Cuadro 3.6.4.3.).

En el Cuadro 3.6.4.4. se han reflejado estos datos diferenciando a los accionistas según sus características sociológicas. Los resultados del citado cuadro han de tomarse con suma cautela, ya que se exponen sólo a título indicativo, por basarse en una submuestra de tamaño muy reducido. Los datos sin duda serán más fiables al añadir los resultados de varios estudios.

Así, se observa en el citado cuadro que quienes dicen tener intención de comprar acciones, son sobre todo varones, personas mayores, de posición social muy alta, de status alto, trabajadores del sector privado por cuenta propia y habitantes de centros metropolitanos. Las personas que en mayor medida dicen que piensan vender sus acciones son los varones, los de edades avanzadas o jóvenes, los de baja o media posición social y status medio, los no activos y los residentes en zonas rurales sobre todo.

Pero la mayoría de los accionistas no tienen intención ni de comprar ni de vender, y dicha actitud prima entre las personas de edad intermedia, entre los de media y más alta posición social y menor status, entre los trabajadores del sector privado por cuenta ajena, y entre las personas que viven en zonas metropolitanas. Estas mismas características se deducen del índice expuesto en el cuadro 3.6.4.5. donde también se compara la evolución del mismo en los últimos meses. En el cuadro 3.6.4.6. se expone el Índice de Evolución de la Bolsa diferenciando a la población por segmentos. Así, según los valores de dicho índice vemos que quienes optan por una bolsa estable entre las compras y las ventas son las mujeres, los de más edad, los de status inferior, y los parados y trabajadores del sector público y privado por cuenta ajena. En los demás segmentos la tendencia parece ser vendedora, y solo entre los varones, los de edad intermedia, los de posición social baja y muy alta, los de status alto, los trabajadores del sector privado por cuenta propia y los habitantes de zonas metropolitanas se aprecia una actitud tenue hacia la compra.

Una vez más hay que resaltar que estos datos se expresan sólo a título indicativo pues se basan en una submuestra de 49 casos, sobre lo que cualquier especificación por variables explicativas está sujeta a un nivel de error estadístico considerable. Sin embargo, destaca una situación más bien estable para la bolsa en el próximo mes.

Por último a las personas que declararon no tener acciones en bolsa se les preguntó si iban a comprar acciones durante el mes próximo. El 1% de los no accionistas declararon tener intención de comprar acciones, el 96% ni se lo plantea, y un 2% prefirieron no contestar a ésta pregunta. En este caso el índice creado, Índice de Incremento de la Bolsa, no es sino el porcentaje de quienes piensan comprar acciones. Dicho índice se ha plasmado en el Cuadro 3.6.4.8. diferenciando a la población por segmentos. Así observamos que quienes en mayor medida -muy relativa- piensan comprar acciones, entre los que en la actualidad no las tienen, son los varones, los de edades jóvenes o avanzadas, los de posición social superior y status alto, los trabajadores del sector privado por cuenta propia y los residentes en zonas metropolitanas. En cualquier caso sólo un 1% de la población tiene intención de comprar acciones, lo que es mínimo y está sujeto a un alto nivel de error muestral, pero el hecho de que sean las capas altas de la sociedad las que tienen mayores intenciones de comprar acciones, puede permitir prever un incremento de contratación el mes próximo.

Durante el mes de mayo parece que se puede prever una estabilización de la bolsa, con una leve tendencia a la compra, vistas las intenciones de los accionistas, y de los no accionistas ante la misma.

Cuadro 3.6.4.1.

Proporción de Accionistas en la Población Española

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|----------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Accionistas | 5% | 5% | 6% | 5% | 6% | 4% | 4% | 5% | 6% | 4% |
| No Accionistas | 93 | 91 | 91 | 94 | 93 | 94 | 94 | 94 | 93 | 94 |
| NS/NC | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

Cuadro 3.6.4.2.

Perfil Sociológico de los Accionistas Españoles

| IV-89 | | |
|---------------------------|------------------|-----------------------|
| | Total Muestra | Sí tienen acciones |
| Total | (1.205) | (49) |
| Sexo | | |
| Varón | 48% | 64% |
| Mujer | 52 | 36 |
| Edad | | |
| - 30 años | 26% | 20% |
| 30-49 años | 35 | 60 |
| 50-64 años | 23 | 17 |
| 65 y más años | 16 | 3 |
| Posición Social | | |
| Muy Baja | 4% | 2% |
| Baja | 35 | 14 |
| Media | 43 | 32 |
| Alta | 14 | 39 |
| Muy Alta | 2 | 14 |
| Status Socioec. | | |
| Alto, Medio Alto | 13% | 34% |
| Medio | 52 | 56 |
| Medio Bajo | 27 | 8 |
| Bajo | 8 | 2 |
| Sector ocupacional | | |
| No activo | 52% | 22% |
| En paro | 6 | 4 |
| Sector público | 6 | 11 |
| Sector privado ajena | 28 | 41 |
| Sector privado propia | 8 | 23 |
| Hábitat | | |
| Rural | 24% | 17% |
| Urbano | 47 | 41 |
| Metropolitano | 29 | 42 |
| Cuentacorrentista | | |
| Tienen c/c | 81% | 98% |
| Nº de C/C | | |
| Una | 53% | 23% |
| Dos | 19 | 33 |
| Tres | 5 | 22 |
| Cuatro | 1 | 13 |
| Cinco | * | 4 |
| Seis o más | * | - |

Cuadro 3.6.4.3.

**Evolución de la Bolsa según las Previsiones
de los Accionistas**

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------------------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Total | (61) | (72) | (55) | (52) | (61) | (66) | (49) |
| - Comprar | 5% | 3% | 2% | -% | 8% | 5% | 6% |
| - Comprar y Vender | 5 | 6 | - | 4 | 1 | 2 | 2 |
| - Vender | 9 | 4 | 9 | 6 | 5 | 12 | 6 |
| - Ni Comprar ni Vender | 65 | 6 | 72 | 72 | 72 | 63 | 64 |
| - NS/NC | 16 | 19 | 17 | 17 | 13 | 18 | 21 |
| I. Estabilidad de la Bolsa | 65% | 67% | 72 | 72 | 72 | 63 | 64 |
| I. Evolución | 96 | 99 | 93 | 94 | 103 | 93 | 100 |

Cuadro 3.6.4.4.

**Evolución de la Bolsa según las Previsiones de los
Accionistas, por Características Socioeconómicas de los mismos**

| ABRIL 1989 | Comprar | Comprar y Vender | Vender | Ni Comprar Ni Vender | NS/NC |
|---------------------------|---------|---------------------|--------|-------------------------|-------|
| Total | 6% | 2 | 6 | 64 | 21 |
| Sexo | | | | | |
| Varón | 7% | - | 7 | 72 | 14 |
| Mujer | 5% | 6 | 5 | 51 | 33 |
| Edad | | | | | |
| - 30 años | -% | - | 11 | 50 | 39 |
| 30-49 años | 8% | 4 | - | 74 | 15 |
| 50-64 años | -% | - | 13 | 62 | 25 |
| 65 y más años | 50% | - | 50 | - | - |
| Posición Social | | | | | |
| Muy Baja | -% | - | 100 | - | - |
| Baja | 12% | - | - | 58 | 20 |
| Media | -% | - | 14 | 61 | 25 |
| Alta | 6% | 5 | - | 65 | 23 |
| Muy Alta | 17% | - | - | 83 | - |
| Status Socioec. | | | | | |
| Alto, Medio Alto | 7% | - | - | 67 | 26 |
| Medio | 7% | 4 | 11 | 64 | 15 |
| Medio Bajo | -% | - | - | 50 | 50 |
| Bajo | -% | - | - | 100 | - |
| Sector ocupacional | | | | | |
| No activo | 7% | - | 18 | 56 | 18 |
| En paro | -% | - | - | 50 | 50 |
| Sector público | -% | - | - | 60 | 40 |
| Sec.privado c.ajena | -% | 5 | - | 80 | 15 |
| Sec.privado propia | 21% | - | 10 | 50 | 20 |
| Hábitat | | | | | |
| Rural | -% | - | 22 | 65 | 13 |
| Urbano | 4% | - | 5 | 59 | 32 |
| Metropolitano | 11% | 5 | - | 70 | 14 |
| Cuenta Correntista | | | | | |
| Tienen c/c | 6% | 2 | 6 | 66 | 20 |
| N° de C/C | | | | | |
| Una | 7% | - | - | 73 | 20 |
| Dos | 14% | - | 6 | 54 | 25 |
| Tres | -% | - | 10 | 81 | 10 |
| Cuatro | -% | 17 | 13 | 70 | - |
| Cinco | -% | - | - | 52 | 48 |
| Seis o más | -% | - | - | - | - |

Cuadro 3.6.4.5.

**Índices de Estabilización de la Bolsa,
por Características Socioeconómicas**

| | Índice Estabilización Bolsa | | | | | | |
|---------------------------|--------------------------------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
| Total | 65% | 67% | 72% | 72% | 72% | 63% | 64% |
| Sexo | | | | | | | |
| Varón | 65% | 69% | 74% | 65% | 67% | 64% | 72% |
| Mujer | 64% | 66% | 69% | 82% | 79% | 63% | 51% |
| Edad | | | | | | | |
| - 30 años | 79% | 69% | 75% | 63% | 86% | 61% | 50% |
| 30-49 años | 48% | 66% | 72% | 76% | 59% | 54% | 74% |
| 50-64 años | 69% | 69% | 61% | 64% | 85% | 62% | 62% |
| 65 y más años | 88% | 65% | 80% | 79% | 75% | 92% | -% |
| Posición Social | | | | | | | |
| Muy Baja | - | 67% | - | 100% | -% | -% | -% |
| Baja | 79% | 72% | 75% | 65% | 92% | 68% | 58% |
| Media | 67% | 68% | 72% | 78% | 69% | 75% | 61% |
| Alta | 52% | 68% | 58% | 74% | 66% | 47% | 65% |
| Muy Alta | 50% | 57% | 100% | 50% | 100% | 100% | 83% |
| Status Socioec. | | | | | | | |
| Alto, Medio Alto | 60% | 48% | 48% | 68% | 71% | 53% | 67% |
| Medio | 66% | 76% | 87% | 73% | 74% | 64% | 64% |
| Medio Bajo | 69% | 70% | 61% | 74% | 83% | 100% | 50% |
| Bajo | - | 100% | - | 100% | -% | 100% | 100% |
| Sector ocupacional | | | | | | | |
| No activo | 76% | 72% | 71% | 76% | 80% | 70% | 56% |
| En paro | - | 78% | 100% | -% | 51% | -% | 50% |
| Sector público | 82% | 46% | 71% | 100% | 60% | 83% | 60% |
| Sec.privado c.ajena | 39% | 78% | 60% | 74% | 64% | 55% | 80% |
| Sec.privado propia | 100% | 28% | 100% | 35% | 83% | 56% | 50% |
| Hábitat | | | | | | | |
| Rural | 77% | 70% | 74% | 100% | 76% | 67% | 65% |
| Urbano | 70% | 59% | 73% | 82% | 69% | 55% | 59% |
| Metropolitano | 49% | 72% | 64% | 58% | 75% | 72% | 70% |
| Cuenta Correntista | | | | | | | |
| Tienen c/c | 64% | 67% | 76% | 72% | 72% | 63% | 66% |

Cuadro 3.6.4.6.

**Índices de Evolución de la Bolsa, por
Características Socioeconómicas**

| | Índice | | | | | | |
|---------------------------|--------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
| Total | 96 | 99 | 93 | 94 | 103 | 93 | 100 |
| Sexo | | | | | | | |
| Varón | 96 | 100 | 96 | 96 | 102 | 88 | 101 |
| Mujer | 96 | 97 | 90 | 91 | 103 | 101 | 100 |
| Edad | | | | | | | |
| - 30 años | 100 | 100 | 92 | 87 | 107 | 101 | 89 |
| 30-49 años | 91 | 100 | 95 | 95 | 100 | 86 | 108 |
| 50-64 años | 100 | 96 | 100 | 90 | 100 | 93 | 87 |
| 65 y más años | 101 | 100 | 80 | 100 | 111 | 100 | 100 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Muy Baja | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | - |
| Baja | 93 | 94 | 85 | 87 | 108 | 100 | 112 |
| Media | 99 | 104 | 100 | 95 | 99 | 100 | 86 |
| Alta | 93 | 100 | 86 | 100 | 106 | 84 | 106 |
| Muy Alta | 100 | 85 | 100 | 75 | 100 | 100 | 117 |
| Status Socioec. | | | | | | | |
| Alto, Medio Alto | 88 | 107 | 92 | 88 | 103 | 92 | 107 |
| Medio | 99 | 97 | 97 | 96 | 104 | 93 | 97 |
| Medio Bajo | 102 | 94 | 84 | 100 | 117 | 100 | 100 |
| Bajo | 100 | 100 | 100 | 100 | - | 100 | 100 |
| Sector ocupacional | | | | | | | |
| No activo | 100 | 100 | 91 | 92 | 110 | 100 | 90 |
| En paro | 100 | 78 | 100 | 100 | 51 | 100 | 100 |
| Sector público | 100 | 72 | 100 | 100 | 91 | 83 | 100 |
| Sec.privado c.ajena | 90 | 106 | 92 | 93 | 108 | 93 | 100 |
| Sec.privado propia | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 78 | 111 |
| Hábitat | | | | | | | |
| Rural | 100 | 102 | 92 | 100 | 112 | 80 | 78 |
| Urbano | 100 | 100 | 97 | 100 | 94 | 92 | 99 |
| Metropolitano | 88 | 96 | 81 | 87 | 109 | 97 | 111 |
| Cuenta Correntista | | | | | | | |
| Tienen c/c | 96 | 99 | 94 | 94 | 103 | 93 | 100 |

Cuadro 3.6.4.7.

**Evolución de la Bolsa según las Previsiones
de los No Accionistas**

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Total No accionistas | (1.144) | (1.139) | (1.141) | (1.138) | (1.132) | (1.120) | (1.133) |
| Piensen Comprar | 1% | *% | *% | *% | *% | *% | 1% |
| No Piensen Comprar | 95 | 94 | 95 | 97 | 96 | 96 | 96 |
| NS/NC | 4 | 6 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| Índice Incremento de la Bolsa | 1% | *% | 1% | *% | -% | *% | 1% |

Cuadro 3.6.4.8.

**Índice de Incremento de la Bolsa, según los No Accionistas,
por Características Socioeconómicas**

| | Índice Incremento de la Bolsa | | | | | | |
|---------------------------|----------------------------------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
| Total | 1% | *% | *% | *% | -% | -% | 1% |
| Sexo | | | | | | | |
| Varón | 2% | 1% | 1% | 1% | -% | *% | 2% |
| Mujer | 1% | -% | 1% | *% | -% | -% | *% |
| Edad | | | | | | | |
| - 30 años | 1% | *% | 1% | 1% | -% | -% | 2% |
| 30-49 años | 2% | *% | *% | *% | *% | -% | 1% |
| 50-64 años | 2% | -% | 1% | *% | 1% | -% | 2% |
| 65 y más años | 2% | *% | -% | -% | -% | 1% | -% |
| Posición Social | | | | | | | |
| Muy Baja | -% | -% | -% | -% | -% | -% | -% |
| Baja | 1% | *% | *% | *% | *% | -% | *% |
| Media | 2% | *% | 1% | 1% | -% | *% | 1% |
| Alta | 2% | 1% | -% | -% | -% | -% | 4% |
| Muy Alta | -% | -% | -% | -% | -% | -% | 10% |
| Status Socioec. | | | | | | | |
| Alto, Medio Alto | 4% | 1% | 1% | 1% | -% | -% | 6% |
| Medio | 1% | *% | 1% | 1% | *% | *% | 1% |
| Medio Bajo | 2% | *% | *% | *% | -% | *% | *% |
| Bajo | 1% | -% | *% | *% | 1% | -% | 2% |
| Sector ocupacional | | | | | | | |
| No activo | 1% | *% | *% | *% | -% | 1% | 1% |
| En paro | 1% | -% | 1% | -% | 1% | -% | -% |
| Sector público | -% | -% | 2% | -% | -% | 2% | 2% |
| Sec.privado c.ajena | 2% | 1% | *% | 1% | 1% | -% | 2% |
| Sec.privado propia | 2% | -% | -% | 1% | -% | -% | 3% |
| Hábitat | | | | | | | |
| Rural | -% | *% | *% | 1% | 1% | -% | 1% |
| Urbano | 2% | *% | 1% | *% | -% | -% | 1% |
| Metropolitano | 2% | *% | -% | *% | -% | 1% | 3% |
| Cuenta Correntista | | | | | | | |
| Tienen c/c | 1% | *% | 1% | *% | -% | *% | 2% |



4. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLITICOS

4. Actitudes y Comportamientos Políticos

4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS

La experiencia obtenida en diversas investigaciones realizadas en España y otros países ha aconsejado referirse a algunas actitudes básicas que pueden ayudar a comprender mejor las actitudes y comportamientos políticos específicos de los españoles.

Así, se ha comprobado que el autopercepción que los propios entrevistados hacen de sí mismos en la escala de ideología constituye una de las variables explicativas más útiles para describir e interpretar las diferencias de actitudes y comportamientos políticos. Su relación con la intención de voto es tan grande, que utilizar las dos como variables explicativo-predictivas es incluso redundante.

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, en España y en otros países, han demostrado que la autocalificación que el propio individuo hace de su práctica religiosa (como también suele suceder respecto a la identificación con una determinada clase social), es más útil como variable explicativo-predictiva que cualquier otro indicador objetivo, especialmente respecto a todos los indicadores de actitudes y comportamientos políticos. La religiosidad había sido abandonada por muchos sociólogos como variable explicativa por creer que el proceso de secularización de las sociedades industriales había relegado a la religiosidad a un lugar menos importante. Sin embargo, todos los datos sugieren que la dimensión religiosa continúa teniendo importancia, a efectos explicativos, sobre las actitudes políticas de los individuos.

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

También, se ha considerado oportuno incluir un cuarto indicador ideológico, el comportamiento electoral en las últimas elecciones legislativas de 1986, tal y como los entrevistados lo recuerdan o dicen recordar. Diversas investigaciones han puesto de manifiesto, como por otra parte era lógico esperar, 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.

Finalmente, ASEP ha estado probando desde octubre de 1987, en todos sus sondeos mensuales, el indicador de orientación materialista/post-materialista que desde hace años ha estado utilizando el profesor Ronald Inglehart para estudiar el sistema (cambiante) de valores en las sociedades occidentales. Ahora, suficientemente convencidos de la validez y fiabilidad de este índice, se utiliza habitualmente en los informes ASEP.

4.1.1. Autoposicionamiento Ideológico

Se ha utilizado una escala de auto-posicionamiento ideológico de siete puntos, en la que el 1 corresponde a la extrema izquierda y el 7 a la extrema derecha, con posiciones intermedias de izquierda (2), centro- izquierda (3), centro (4), centro-derecha (5) y derecha (6).

La distribución que se muestra en el Cuadro 4.1.1.1. es semejante a la obtenida por diferentes investigaciones en estos últimos años, que evidencian un claro auto- posicionamiento de los españoles en la izquierda y el centro izquierda.

La distribución global entre izquierda, centro y derecha, demuestra que la proporción que se autoposiciona en la izquierda (34 por ciento) es más del doble de la que se sitúa en la derecha (14 por ciento), y es también superior a la suma del centro y la derecha (29 por ciento).

Debe señalarse, además, que los datos de este mes de abril son los que proporcionan el porcentaje más alto del NS/NC (37 por ciento) en los últimos doce meses, lo que sugiere cierto desconcierto entre los entrevistados.

Las principales conclusiones pueden resumirse así:

1. Los españoles se auto-posicionan preferentemente en la izquierda, de manera que la proporción que se sitúa en las tres posiciones de izquierda tiene este mes un peso semejante al de meses anteriores, y sigue siendo superior al doble que las tres posiciones de derecha. A lo largo de estos últimos doce meses su peso ha variado entre el 34 y el 40 por ciento.
2. Después del relativo equiparamiento entre la izquierda por un lado y el centro y la derecha por otro, en el sondeo de abril de 1987, y más recientemente en marzo de 1988, los datos de este mes vuelven a poner de manifiesto un peso relativo significativamente mayor de la izquierda, aunque constituye el valor más bajo de los últimos doce meses, debido al incremento de los que NS/NC.
3. La derecha ha fluctuado durante estos doce meses entre un 13 y un 18 por ciento.
4. Y el centro ha variado entre un 14 y un 16 por ciento.

Los datos del Cuadro 4.1.1.1. ponen de manifiesto que sigue predominando la izquierda sobre el centro izquierda. De otra parte, también se observa un equilibrio creciente entre el centro izquierda y el centro.

En el cuadro 4.1.1.2. se presentan los datos sobre autoposicionamiento ideológico (sumando en una las tres posiciones de izquierda y en otra las tres de derecha), según diversas características del electorado.

Las tendencias más sobresalientes se repiten en los estudios realizados desde octubre de 1986, y pueden resumirse así:

1. La proporción de entrevistados que se autoposicionan en la izquierda es mayoritaria (en términos relativos) en todos los segmentos de la población, excepto entre los de posición social muy baja, los de práctica religiosa alta y los votantes del PP (en los que predomina la proporción que se autocalifica de derecha), y entre los votantes del CDS, (en los que predomina la proporción que se autoposiciona en el centro).

2. La proporción que se sitúa en la izquierda es incluso superior a la suma de quienes lo hacen en el centro y la derecha, en todos los segmentos de la población excepto entre las mujeres, los de 50 a 64 años, los de educación baja, los de posición social muy baja, los de alta y media práctica religiosa, los materialistas, los votantes del PP, del CDS ,y de partidos nacionalistas de centro y derecha, los que no saben o no contestan lo que votarán y los residentes en áreas rurales.
3. El "izquierdismo" parece estar negativamente relacionado con la edad, y la práctica religiosa, pero está positivamente relacionado con el nivel educativo, la posición social, el sentimiento nacionalista, el postmaterialismo y el tamaño del hábitat de residencia.
4. Teniendo en cuenta la importancia de la relación entre intención de voto e ideología, parece necesario referirse a esta relación en mayor detalle. Así, los votantes del PP parecen autopoicionarse fundamentalmente en la derecha.

Los votantes del CDS se concentran mayoritariamente en la posición de "centro".

Los votantes de partidos nacionalistas de derecha y centro (CIU, PNV, CG, PAR, PA, UPN, ACI y UV) se posicionan este mes preferentemente en la izquierda, pero se observan fluctuaciones muestrales de un mes a otro a causa del reducido número de entrevistas.

Los votantes del PSOE se posicionan mayoritariamente en la izquierda, hasta el punto de que produce cierta sorpresa ver la escasa proporción que se posiciona en el centro, sobre todo cuando se tiene en cuenta el discurso político-ideológico de sus dirigentes actuales.

Y los votantes de IU, de partidos nacionalistas de izquierda, y los de "otros" partidos se posicionan casi exclusivamente en la izquierda.

Los que dicen que no-votarán, no saben o no contestan, muestran pautas menos definidas, entre otras cosas porque una proporción importante tampoco contesta su ubicación ideológica. Sin embargo, y de manera muy general, puede afirmarse que son preferentemente de izquierda, aunque el centro y la derecha (conjuntamente) suele tener en estos segmentos un peso más próximo al de la izquierda.

5. Mención aparte merece la relación entre posición social e ideología. Si se tienen en cuenta no solo los porcentajes, sino la razón entre porcentajes izquierda/derecha, comparada con la que se observa en el conjunto de la muestra (2,4), se observa claramente como los de posición social baja se posicionan relativamente menos en la izquierda, mientras que, cuanto más alta es la posición social, mayor es la tendencia relativa a posicionarse en la izquierda. En otras palabras, las minorías sociales que constituyen el "centro social" prefieren considerarse preferentemente "de izquierdas", o lo que es igual, ser de "izquierdas" está de moda.

Por ello, también, el "izquierdismo" es muy superior entre los que manifiestan una orientación post- materialista.

En todo caso, mientras los de posición social más alta se autopoicionen preferentemente en la izquierda, será difícil que "ser de derechas" vuelva a adquirir una importante "legitimidad social".

Cuadro 4.1.1.1.

Autoposicionamiento Ideológico

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Extrema Izquierda | 2% | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | 2% | 1% |
| Izquierda | 20 | 20 | 20 | 20 | 19 | 19 | 21 | 21 | 19 | 18 |
| Centro Izquierda | 17 | 17 | 16 | 15 | 17 | 17 | 18 | 14 | 15 | 15 |
| Centro | 14 | 14 | 15 | 15 | 16 | 15 | 15 | 14 | 15 | 15 |
| Centro Derecha | 7 | 7 | 8 | 8 | 7 | 6 | 7 | 8 | 7 | 6 |
| Derecha | 8 | 9 | 9 | 6 | 8 | 7 | 8 | 7 | 6 | 8 |
| Extrema Derecha | 1 | 1 | 1 | - | 1 | * | 1 | - | 1 | 1 |
| NS/NC | 32 | 30 | 31 | 35 | 31 | 35 | 29 | 35 | 35 | 37 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

Cuadro 4.1.1.2.

Autoposicionamiento Ideológico, por Características de los Entrevistados

| ABRIL 1989 | Izq. | Cent. | Dcha. | | Izq. | Cent. | Dcha. |
|---------------------------------|-------------|--------------|--------------|-------------------------|-------------|--------------|--------------|
| Total | 34% | 15 | 14 | Total | 34% | 15 | 14 |
| Sexo: | | | | Intención Voto: | | | |
| Varones | 41% | 14 | 14 | PP | 7% | 9 | 77 |
| Mujeres | 28% | 16 | 14 | CDS | 21% | 51 | 14 |
| Edad: | | | | PSOE | 62% | 8 | 2 |
| -30 años | 40% | 12 | 11 | IU | 81% | 7 | 2 |
| 30-49 años | 41% | 19 | 11 | Nacionalistas Derecha | 31% | 29 | 20 |
| 50-64 años | 25% | 14 | 18 | Nacionalistas Izquierda | 85% | 8 | - |
| 65 y más años | 23% | 11 | 20 | Otros | 75% | 13 | - |
| Educación: | | | | No Votará | 26% | 7 | 8 |
| Baja | 27% | 15 | 14 | NS | 19% | 14 | 10 |
| Media | 48% | 13 | 14 | NC | 11% | 10 | 8 |
| Alta | 44% | 16 | 17 | Hábitat | | | |
| Posición Social: | | | | Rural | 24% | 12 | 18 |
| Muy Baja | 20% | 10 | 21 | Urbano | 36% | 15 | 11 |
| Baja | 27% | 12 | 13 | Metropolitano | 40% | 17 | 16 |
| Media | 33% | 17 | 15 | | | | |
| Alta | 51% | 18 | 12 | | | | |
| Muy Alta | 81% | 11 | 4 | | | | |
| Práctica Religiosa: | | | | | | | |
| Alta | 17% | 16 | 27 | | | | |
| Media | 25% | 18 | 15 | | | | |
| Baja | 45% | 15 | 8 | | | | |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | |
| Más nac. que español | 39% | 11 | 13 | | | | |
| Tan nac. como español | 36% | 15 | 15 | | | | |
| Más español que nacion. | 30% | 15 | 14 | | | | |
| Post-materialismo | | | | | | | |
| Materialistas | 28% | 16 | 16 | | | | |
| Postmaterialistas | 55% | 10 | 7 | | | | |

4.1.2. Práctica Religiosa

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 por ciento de los entrevistados se define habitualmente como católico, ha sido necesario buscar otro indicador, de práctica religiosa, que sirva para diferenciar a los entrevistados en este rasgo, sean o no católicos. Se observa así que, aunque un 27% afirman tener una alta práctica religiosa, un 50% dice que la suya es baja, resultado que es muy similar al de meses anteriores.

En el Cuadro 4.1.2.2. se observa que este grupo de baja práctica religiosa es especialmente importante entre los varones, los jóvenes de 18 a 29 años, los de educación media y alta, los de posición social muy alta y alta, los postmaterialistas, los que se autoubican en la izquierda y centro izquierda, y los votantes de IU, de partidos nacionalistas de izquierda, y los que no votarán.

A juzgar por la clara relación negativa entre posición social y religiosidad, se concluiría que la religión ha dejado de interesar a los que ocupan el "centro social", y que, por tanto, la religión se convertirá cada vez más en una cuestión que interesará a la "periferia social".

A la inversa, la proporción de práctica religiosa alta es muy superior entre las mujeres, los de 50 y más años, los de bajo nivel educativo, los de posición social muy baja y baja, los materialistas, es mayor cuanto más hacia la derecha se autoposiciona el entrevistado y varía desde un 33 por ciento entre los votantes del PP hasta un 5 por ciento entre los votantes de IU y partidos nacionalistas de izquierda, y es mayor también entre los residentes en áreas rurales.

En realidad, puede afirmarse, al observar los datos de referencia, que este indicador tiene una gran capacidad de discriminación respecto a los grupos socio-demográficos tradicionalmente utilizados. Por ello resulta especialmente útil como variable explicativa de actitudes, opiniones y comportamientos que tienen una base ideológica, entre otras razones porque los resultados son extraordinariamente estables de un mes a otro.

Cuadro 4.1.2.1.

Práctica Religiosa

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Práctica Religiosa: | | | | | | | |
| Alta | 26% | 29% | 27% | 27% | 25% | 25% | 27% |
| Media | 22 | 19 | 20 | 17 | 20 | 23 | 18 |
| Baja | 46 | 48 | 48 | 52 | 50 | 46 | 50 |
| Tota | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

* Este índice ha variado en su elaboración a partir de octubre de 1.988, por lo que los datos no son comparables con los anteriores a esa fecha.

Cuadro 4.1.2.2.

Práctica Religiosa, por Características de los Entrevistados

| ABRIL 1989 | Alta | Media | Baja | | Alta | Media | Baja |
|---------------------------|-------------|--------------|-------------|---------------------------|-------------|--------------|-------------|
| Total | 27% | 18 | 50 | Total | 27% | 18 | 50 |
| Sexo | | | | Ideología: | | | |
| Varones | 15% | 15 | 63 | Izquierda | 14% | 11 | 66 |
| Mujeres | 38% | 22 | 38 | Centro Izquierda | 14% | 16 | 66 |
| Edad | | | | Centro | 30% | 23 | 45 |
| -30 años | 14% | 15 | 62 | Centro Derecha | 36% | 23 | 41 |
| 30-49 años | 23% | 17 | 55 | Derecha | 62% | 17 | 21 |
| 50-64 años | 32% | 24 | 41 | Intención de Voto: | | | |
| 65 y más años | 50% | 18 | 31 | PP | 53% | 21 | 26 |
| Educación: | | | | CDS | 26% | 23 | 49 |
| Baja | 32% | 21 | 44 | PSOE | 25% | 19 | 53 |
| Media | 14% | 14 | 60 | IU | 5% | 9 | 72 |
| Alta | 23% | 9 | 62 | Nacionalistas Derecha | 30% | 12 | 52 |
| Posición Social: | | | | Nacionalistas Izquierda | 6% | 30 | 57 |
| Muy Baja | 54% | 24 | 21 | Otros | 24% | 24 | 40 |
| Baja | 36% | 22 | 38 | No Votará | 22% | 15 | 57 |
| Media | 20% | 18 | 55 | NS | 27% | 21 | 46 |
| Alta | 17% | 10 | 68 | NC | 27% | 10 | 48 |
| Muy Alta | 12% | 4 | 73 | Hábitat | | | |
| Post-materialismo: | | | | Rural | 34% | 23 | 40 |
| Materialistas | 31% | 20 | 47 | Urbano | 25% | 18 | 52 |
| Post-Materialistas | 14% | 12 | 63 | Metropolitano | 24% | 14 | 54 |

4.1.3. Españolismo y Nacionalismo

La identificación con alguna subcultura regional ha tenido siempre importancia en España, especialmente en el País Vasco, Cataluña, y en menor medida en Galicia, Andalucía, Canarias, etc.; en algunas otras regiones (Castilla-León, Castilla-Mancha, Extremadura) el sentimiento nacionalista ha sido prácticamente inexistente.

El proceso autonómico que ha acompañado a la transición democrática, sin embargo, ha hecho que todos los españoles tomen conciencia, en mayor o menor medida, de su identidad regional/nacionalista.

En el Cuadro 4.1.3.1. se comprueba que, mientras hay un 6 por ciento de entrevistados que se sienten sólo identificados con su región (que se sienten sólo vascos, o andaluces, o gallegos, etc.), un 28 por ciento se sienten sólo españoles. Tomando sin embargo en consideración a quienes se sienten más "nacionalistas" o más "españoles", se observa que las dos proporciones suelen ser semejantes (alrededor de una cuarta parte de los entrevistados cada una), aunque cada mes es más visible un creciente predominio de quienes se consideran más españoles. Pero casi la mitad de los españoles mayores de 18 años afirman considerarse tan vascos, gallegos, etc. como españoles, y este dato suele repetirse en todos los estudios.

Los datos del Cuadro 4.1.3.2. demuestran que existen diferencias socio-económicas y políticas importantes entre quienes se consideran más "nacionalistas" o más "españoles", lo que demuestra que este indicador, como el de autopostricionamiento ideológico o el de religiosidad, tiene gran poder discriminador y, por consiguiente, debería tener asimismo gran poder explicativo-predictivo.

El sentimiento "nacionalista" suele ser mayor cuanto más a la izquierda se autopostriciona ideológicamente el entrevistado, y suele también ser mayor, en términos relativos, entre los menores de 30 años, y en el medio rural. Su relación con la educación y con la orientación materialista/post-materialista, sin embargo, suele ser menos clara, aunque parece que los post-materialistas son algo más "nacionalistas".

Pero hay tres relaciones que merecen mención especial. En primer término, la relación entre posición social y "nacionalismo" demuestra que ésta es una cuestión que interesa más a los de posición social baja, pero no preocupa a los de posición social más alta, lo que sugeriría que se trata de una cuestión que tenderá a perder fuerza o presencia social. No obstante, los datos de este mes muestran cierto equilibrio ante españolismo y nacionalismo entre los de posición social muy alta.

Una segunda cuestión que merece un comentario es la de la relación con la ideología. Resulta cuando menos sorprendente que los de centro derecha y derecha se consideren sobre todo "españoles", siendo así que es en la derecha donde hay más partidos "nacionalistas"; por el contrario, entre los de "izquierda" casi predominan las actitudes "nacionalistas", pero los partidos "nacionalistas" de izquierda pueden considerarse residuales al compararse con la presencia hegemónica del PSOE. Ello podría significar que el PSOE ha logrado asumir, al menos hasta el momento, los sentimientos nacionalistas en mayor medida que los partidos nacionales de centro y derecha.

La relación con la intención de voto pone igualmente de relieve que el "nacionalismo" es especialmente importante entre los votantes a partidos nacionalistas, de izquierda o de derecha.

La distribución del sentimiento nacionalista/español por Comunidades Autónomas se examina sólo en los informes trimestrales de ASEP, puesto que lo reducido de las submuestras autonómicas en los sondeos mensuales no permite formular afirmaciones muy fiables.

Cuadro 4.1.3.1.

Sentimiento Nacionalista-Español

| | IV-88 | V-88 | V-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-----------------------|--------------|-------------|-------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Solo Nacionalista | 10% | 8% | 6% | 8% | 7% | 7% | 8% | 6% | 8% | 6% |
| Más Nacio. que espa. | 19 | 14 | 17 | 16 | 15 | 15 | 16 | 15 | 16 | 13 |
| Tan Nacio. como espa. | 39 | 46 | 47 | 45 | 48 | 48 | 40 | 45 | 46 | 41 |
| Más espa. que Nacion. | 11 | 9 | 9 | 10 | 12 | 11 | 11 | 11 | 8 | 8 |
| Solo se siente espa. | 16 | 20 | 19 | 18 | 15 | 16 | 19 | 20 | 18 | 28 |
| NS/NC | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 6 | 3 | 4 | 4 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

Cuadro 4.1.3.2.

**Sentimiento Nacionalista-Español
por Características de los Entrevistados**

| ABRIL 1989 | Más Nacion. | Igual | Más Español | | Más Nacion. | Igual | Más Español |
|---------------------------|------------------------|--------------|------------------------|---------------------------|------------------------|--------------|------------------------|
| Total | 19% | 41 | 36 | Total | 19% | 41 | 36 |
| Sexo | | | | Ideología: | | | |
| Varones | 20% | 42 | 34 | Izquierda | 28% | 37 | 32 |
| Mujeres | 19% | 40 | 38 | Centro Izquierda | 14% | 52 | 31 |
| | | | | Centro | 14% | 42 | 42 |
| Edad | | | | Centro Derecha | 20% | 41 | 39 |
| -30 años | 26% | 36 | 34 | Derecha | 16% | 46 | 36 |
| 30-49 años | 17% | 38 | 40 | | | | |
| 50-64 años | 16% | 47 | 34 | Intención de Voto: | | | |
| 65 y más años | 18% | 46 | 33 | PP | 12% | 43 | 44 |
| | | | | CDS | 6% | 44 | 49 |
| Educación: | | | | PSOE | 16% | 47 | 36 |
| Baja | 17% | 42 | 38 | IU | 30% | 37 | 30 |
| Media | 26% | 36 | 32 | Nacionalistas Derecha | 47% | 34 | 19 |
| Alta | 19% | 44 | 29 | Nacionalistas Izquierda | 48% | 30 | 16 |
| | | | | Otros | 36% | 52 | 12 |
| Posición Social: | | | | No Votará | 20% | 31 | 40 |
| Muy Baja | 30% | 48 | 21 | NS | 17% | 47 | 30 |
| Baja | 18% | 47 | 33 | NC | 23% | 21 | 40 |
| Media | 18% | 37 | 41 | | | | |
| Alta | 21% | 38 | 36 | | | | |
| Muy Alta | 27% | 35 | 31 | | | | |
| | | | | | | | |
| Post-materialismo: | | | | | | | |
| Materialistas | 16% | 44 | 37 | | | | |
| Post-Materialistas | 28% | 31 | 34 | | | | |
| | | | | | | | |
| Hábitat: | | | | | | | |
| Rural | 25% | 51 | 22 | | | | |
| Urbano | 17% | 41 | 39 | | | | |
| Metropolitano | 18% | 33 | 44 | | | | |

4.1.4. Comportamientos Electorales Pasados.

Los datos sobre "recuerdo de voto" en las elecciones de 1986 confirman los resultados de todas las investigaciones sobre sociología electoral realizadas en España. En efecto, se observa un recuerdo muy "deficiente", es decir, inferior a los resultados obtenidos en 1986, entre los que dicen haber votado a CP, y "otros" partidos, partidos que salieron de las elecciones de 1986 con una imagen social deteriorada (de perdedores).

En el Cuadro 4.1.4.2. se ofrece, para cada partido, la diferencia (en puntos porcentuales y en porcentaje) entre los resultados reales de 1986 y el voto ahora recordado.

La importancia de este indicador de "recuerdo de voto" radica en que puede estar señalando las actuales orientaciones hacia los diferentes partidos políticos. Debe resaltarse, en este sentido, la gran semejanza de resultados de un estudio a otro, lo que parece demostrar que este indicador es muy estable, y que las diferencias respecto a los resultados reales no son en general producto de error muestral, sino de "errores" intencionados, por parte de los entrevistados al contestar.

En todo caso, es importante señalar que el recuerdo de voto hacia CP, y hacia partidos nacionalistas de izquierda y "otros" partidos está infraestimado en un 48 y un 76 por ciento respecto a su resultado real en 1986. El "recuerdo de voto" a partidos nacionalistas de centro y derecha está también subestimado, mientras que el del PSOE está sobrestimado en un 17 por ciento. El recuerdo de voto al CDS está este mes infraestimado en un 14 por ciento, y el de IU en un 16 por ciento.

El recuerdo de la abstención en 1986 está como siempre muy infraestimado, pero es lógico, ya que está "mal visto" no votar, y por tanto se oculta esa falta de participación cívica.

Y, finalmente, debe señalarse el hecho de que un 23 por ciento de los entrevistados no contestaron lo que votaron en 1986, lo que hace suponer que entre ellos están los que faltan como votantes de CP, "otros" y no votantes, principalmente.

Como resumen, puede observarse que el índice de discrepancia entre el recuerdo de voto y el resultado real de 1986 ha sido del 27,9 por ciento. La mayor parte de la discrepancia, como puede comprobarse, se debe a la proporción que no sabe o no contesta lo que votó en 1986, (un 81 por ciento de la discrepancia total). Lo importante de este indicador de "recuerdo" de voto es la información que, de manera indirecta, está proporcionando sobre las intenciones de voto en el futuro o, al menos, sobre la "imagen social" de cada partido.

Cuadro 4.1.4.1.

Partido Votado en las Elecciones Generales de 1986 (Recuerdo de Voto)

| | Resultados Reales de 1986 | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---------------------------|--|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Coalición Popular | 18,1% | 10,8% | 11,7% | 10,2% | 8,7% | 8,9% | 9,0% | 9,0% | 9,2% | 8,2% | 9,5% |
| CDS | 6,4 | 5,4 | 5,1 | 6,2 | 5,4 | 5,0 | 6,6 | 6,1 | 5,0 | 6,7 | 5,5 |
| PSOE | 30,7 | 34,5 | 34,6 | 32,1 | 33,6 | 33,0 | 36,2 | 38,6 | 35,0 | 33,4 | 36,0 |
| IU | 3,2 | 2,9 | 3,9 | 4,2 | 3,1 | 3,7 | 3,9 | 2,9 | 3,6 | 4,2 | 2,7 |
| Nacionalistas Dcha. | 5,6 | 5,4 | 4,2 | 5,8 | 4,6 | 5,0 | 3,8 | 3,9 | 5,5 | 3,7 | 3,8 |
| Nacionalistas Izq.y Otros | 6,8 | 2,8 | 2,9 | 2,2 | 2,5 | 2,2 | 1,6 | 1,5 | 2,3 | 1,6 | 1,6 |
| No Votó | 29,2 | 16,5 | 15,4 | 17,8 | 18,2 | 22,2 | 19,0 | 16,9 | 14,8 | 18,2 | 18,3 |
| NS/NC | - | 21,7 | 22,2 | 21,5 | 23,9 | 20,0 | 19,9 | 21,1 | 24,6 | 24,0 | 22,6 |
| | (28.975.743) | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

Cuadro 4.1.4.2.

**Diferencias entre el Recuerdo de Voto y
los Resultados Electorales de 1986**

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|
| Diferencias en puntos | | | | | | | | | | |
| Porcentuales: | | | | | | | | | | |
| CP | - 7,3 | - 6,4 | - 7,9 | - 9,4 | - 9,2 | - 9,1 | - 9,1 | - 8,9 | - 9,9 | -8,6 |
| CDS | - 1,0 | - 1,3 | - 0,2 | - 1,0 | - 1,4 | + 0,2 | - 0,3 | - 1,4 | + 0,3 | -0,9 |
| PSOE | + 3,8 | + 3,9 | + 1,4 | + 2,9 | + 2,3 | + 5,5 | + 7,9 | + 4,3 | + 2,7 | +5,3 |
| IU | + 0,9 | - 0,3 | + 0,7 | + 1,0 | - 0,1 | + 0,7 | - 0,3 | + 0,4 | + 1,0 | -0,5 |
| Nacionalistas Dcha. | - 0,2 | - 1,4 | + 0,2 | - 1,0 | - 0,6 | - 1,8 | - 1,7 | - 0,1 | - 1,9 | -1,8 |
| Nacionalistas Izq. y Otr | - 4,0 | - 3,9 | - 4,6 | - 4,3 | - 4,6 | - 5,2 | - 5,3 | - 4,5 | - 5,2 | -5,2 |
| No Votó | -12,7 | -13,8 | -11,4 | -11,0 | - 7,0 | -10,2 | -12,3 | -14,4 | -11,0 | -10,9 |
| NS/NC | +21,7 | +22,2 | +21,5 | +23,9 | +20,0 | +19,9 | +21,1 | +24,6 | +24,0 | +22,6 |
| Índice de Discrepancia | 25,5 | 26,8 | 24,1 | 26,8 | 22,8 | 26,3 | 29,0 | 29,3 | 28,0 | 27,9 |
| Diferenc. en porcentajes respecto a 1986: | | | | | | | | | | |
| CP | -40 | -35 | -44 | -52 | -51 | -50 | -50 | -49 | -55 | -48 |
| CDS | -16 | -20 | - 3 | -16 | -22 | + 3 | - 5 | -22 | + 5 | -14 |
| PSOE | +12 | +13 | + 5 | + 9 | + 7 | +18 | +26 | +14 | + 9 | +17 |
| IU | - 9 | +22 | +31 | - 3 | +16 | +22 | - 9 | +12 | +31 | -16 |
| Nacionalistas Dcha. | - 4 | -25 | + 4 | -18 | -11 | -32 | -30 | - 2 | -34 | -32 |
| Nacionalistas Izq. y Otr | -59 | -57 | -68 | -63 | -68 | -76 | -78 | -66 | -76 | -76 |
| No Votó | +43 | -47 | -39 | -38 | -24 | -35 | -42 | -49 | -38 | -37 |

4.1.5. Post-materialismo.

Desde hace meses, ASEP ha estado utilizando diferentes versiones de una escala para medir una dimensión actitudinal "latente", el post-materialismo, siguiendo la definición acuñada desde hace años 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 caracterizarán por un predominio de actitudes más materialistas o más post-materialistas, según su grado de desarrollo.

Una vez validada la escala de materialismo/post-materialismo, se ha dividido en dos listas de ítems, que se presentan en los Cuadro 4.1.5.1. y 4.1.5.2., en donde los ítems postmaterialistas han sido señalados con *. La pregunta estaba formulada en el sentido de pedir a los entrevistados que seleccionaran cuál de cuatro (y luego ocho) objetivos era el más importante para que España se esforzase en conseguirlo en los próximos diez años.

Como puede comprobarse, de la primera lista, los dos objetivos más mencionados en primer lugar, y también cuando se toman en cuenta conjuntamente las dos primeras menciones del entrevistado, son los de luchar contra la subida de precios y mantener el orden en la nación. Ambos ítems, por comparación con los otros dos, pueden ser considerados como indicadores de materialismo.

Pero, en la segunda lista, los ítems más mencionados como deseables son los de luchar contra la delincuencia, y mantener una economía estable. No obstante, por primera vez, la proporción que menciona la protección del medio ambiente entre los tres temas más prioritarios es igual que la proporción que menciona el mantenimiento de un alto nivel de crecimiento económico, lo que implica un fuerte crecimiento de la conciencia ecológica que puede estar motivado por la creciente información relativa a cuestiones medio-ambientales que se observa en los medios de comunicación. No obstante, los dos objetivos más deseables forman parte de los cuatro que serían indicadores de materialismo; solo la potenciación de las Fuerzas Armadas parece no deseable como objetivo prioritario, e incluso es el objetivo más rechazado.

En el Cuadro 4.1.5.3. se han resumido las valoraciones asignadas a cada ítem en valores promedio (de 1 a 4 en la primera lista, y de 1 a 6 en la segunda), de manera que cuanto más alto es el índice de evaluación mayor es la valoración asignada por el conjunto de entrevistados a cada ítem. Se comprueba así que los españoles conceden, por tanto, la máxima prioridad al mantenimiento del orden en la nación y a la lucha contra la subida de precios, y por otra, a la lucha contra la delincuencia, la estabilidad, el crecimiento económico y la protección del medio ambiente.

Todos los datos corroboran los ya observados en meses anteriores, excepto la creciente importancia atribuida a la protección del medio ambiente.

En base a estas respuestas se ha clasificado a los entrevistados en materialistas o post-materialistas, lo que ha permitido encontrar que solo uno de cada cinco españoles aproximadamente puede ser considerado como post-materialista, mientras que tres de cada cuatro, posiblemente a causa de no tener suficientemente garantizadas todavía su seguridad personal y económica, pueden ser considerados como de orientación predominantemente materialista.

Al analizar el Sistema de Indicadores Sociales ASEP ya se pudo comprobar la gran relación entre el Índice de Post-materialismo y todos los demás, lo que auguraba su gran utilidad, no solo como variable descriptiva, sino también como variable explicativo-predictiva, razón por la que ha parecido conveniente incluirla entre las dimensiones ideológicas básicas.

En el Cuadro 4.1.5.4. se puede comprobar que esta variable está relacionada con otras, en el sentido esperado de acuerdo con la teoría elaborada por Inglehart. Así, la proporción de postmaterialistas es algo mayor entre los varones que entre las mujeres. Es mayor entre los jóvenes (más abiertos a las nuevas ideas), y disminuye significativamente cuanto más alta es la edad. La proporción de post-materialistas es mayor cuanto más alto es el nivel educativo, la posición social, la exposición a medios de comunicación y el tamaño del hábitat de residencia, pero es menor cuanto más alta es la práctica religiosa y cuanto más a la derecha se posiciona el entrevistado.

En realidad, este indicador parece tener una gran capacidad discriminadora, y puede ser considerado como un buen indicador de "progresismo" o "vanguardismo" en el ámbito de las actitudes.

Cuadro 4.1.5.1.

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

| 1ª Lista de Objetivos | 1ª Mención | 2ª Mención | 1ª y 2ª Mención | Última Mención |
|--|-----------------------|-----------------------|----------------------------|---------------------------|
| - Mantener el orden en la nación..... | 46% | 18% | 65% | 10% |
| * - Dar a la gente más posi- bilidades para que parti- cipe en las decisiones importantes gubernamenta- les o políticas..... | 13 | 16 | 29 | 19 |
| - Luchar contra la subida de los precios..... | 26 | 40 | 66 | 12 |
| * - Proteger la libertad de expresión..... | 10 | 18 | 29 | 20 |
| - Ninguno..... | * | 1 | 1 | 20 |
| - NS/NC..... | 4 | 6 | 4 | 20 |
| Total | (1.205) | (1.205) | (1.205) | (1.205) |

Cuadro 4.1.5.2.

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

| 2ª Lista de Objetivos | 1ª Mención | 2ª Mención | 3ª Mención | 1ª, 2ª y 3ª Mención | Penúltima Mención | Última Mención | Penúltima o Última Mención |
|--|---------------|---------------|---------------|------------------------|----------------------|-------------------|-------------------------------|
| - Mantener un alto nivel de crecimiento económico..... | 22% | 7% | 8% | 37% | 7% | 6% | 13% |
| - Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España..... | 4 | 5 | 4 | 14 | 7 | 22 | 29 |
| *- 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..... | 12 | 9 | 9 | 30 | 6 | 6 | 12 |
| *- Proteger el medio ambiente.. | 8 | 16 | 15 | 38 | 4 | 5 | 9 |
| - Mantener una economía estable..... | 18 | 20 | 15 | 53 | 4 | 5 | 9 |
| - Luchar contra la delincuencia..... | 24 | 23 | 16 | 64 | 5 | 6 | 11 |
| *- Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más -- humana..... | 6 | 8 | 12 | 26 | 8 | 7 | 15 |
| *- Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el -- dinero..... | 2 | 4 | 7 | 13 | 11 | 6 | 17 |
| - Ninguno..... | * | * | 1 | 1 | 22 | 18 | 23 |
| - NS/NC..... | 4 | 7 | 12 | 4 | 24 | 20 | 19 |
| Total | (1.205) | (1.205) | (1.205) | (1.205) | (1.205) | (1.205) | (1.205) |

Cuadro 4.1.5.3.

**Índice de Evaluación sobre la Importancia de Diferentes
Objetivos que España Debería Esforzarse por Conseguir en
los Próximos Diez Años**

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|--|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| 1ª Lista | | | | | | | |
| - Mantener el orden en la Nación..... | 1,9 | 2,0 | 2,0 | 1,9 | 2,0 | 2,0 | 2,0 |
| - Dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas..... | 1,3 | 1,2 | 1,3 | 1,3 | 1,2 | 1,2 | 1,2 |
| - Luchar contra la subida de los precios..... | 1,8 | 1,8 | 1,9 | 1,8 | 1,9 | 1,9 | 1,8 |
| - Proteger la libertad de expresión..... | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,1 | 1,2 | 1,2 |
| 2ª Lista | | | | | | | |
| - Mantener un alto nivel de crecimiento económico..... | 2,9 | 2,7 | 2,8 | 2,8 | 2,7 | 2,7 | 2,7 |
| - Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España..... | 1,7 | 1,6 | 1,7 | 1,7 | 1,7 | 1,8 | 1,8 |
| - Dar a la gente mayores facilidades para que participe en las decisiones importantes que tengan que ver con su trabajo o la comunidad en que viven..... | 2,4 | 2,4 | 2,5 | 2,6 | 2,4 | 2,4 | 2,5 |
| - Proteger el medio ambiente. | 2,4 | 2,5 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,6 |
| - Mantener una economía estable..... | 2,8 | 2,8 | 2,9 | 2,8 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| - Luchar contra la delincuencia..... | 3,1 | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,2 |
| - Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana..... | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,3 | 2,2 | 2,2 |
| - Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero..... | 2,1 | 2,1 | 2,1 | 2,1 | 2,0 | 2,0 | 2,0 |

Cuadro 4.1.5.4.

Porcentaje de Post-Materialistas, según Características Socioeconómicas

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|----------------------------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 29 | 25 | 26 | 25 | 23 | 22 | 24 |
| Sexo | | | | | | | |
| Varones | 34 | 27 | 29 | 30 | 29 | 27 | 27 |
| Mujeres | 24 | 23 | 22 | 20 | 18 | 18 | 21 |
| Edad | | | | | | | |
| 18 a 29 años | 48 | 40 | 41 | 44 | 40 | 41 | 42 |
| 30 a 49 años | 31 | 28 | 29 | 27 | 24 | 22 | 29 |
| 50 a 64 años | 19 | 12 | 14 | 12 | 15 | 13 | 8 |
| 65 y más años | 11 | 13 | 8 | 8 | 8 | 7 | 5 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Muy Baja | 7 | 9 | 9 | 11 | 7 | 13 | 10 |
| Baja | 21 | 19 | 18 | 16 | 14 | 12 | 14 |
| Media | 31 | 25 | 28 | 29 | 26 | 27 | 27 |
| Alta | 45 | 40 | 42 | 38 | 37 | 34 | 36 |
| Muy Alta | 67 | 48 | 31 | 47 | 61 | 45 | 50 |
| Nivel de Estudios | | | | | | | |
| Bajo | 18 | 16 | 16 | 15 | 16 | 14 | 14 |
| Medio | 38 | 39 | 46 | 44 | 35 | 38 | 41 |
| Alto | 61 | 43 | 40 | 42 | 43 | 46 | 45 |
| Hábitat | | | | | | | |
| Rural | 23 | 18 | 17 | 18 | 18 | 18 | 14 |
| Urbano | 28 | 26 | 28 | 25 | 22 | 22 | 24 |
| Metropolitano | 36 | 30 | 30 | 32 | 30 | 27 | 32 |
| Exposición a Medios | | | | | | | |
| Alta | 42 | 37 | 30 | 35 | 36 | 37 | 34 |
| Media Alta | 36 | 32 | 35 | 30 | 30 | 28 | 31 |
| Media Baja | 26 | 22 | 26 | 25 | 22 | 16 | 23 |
| Baja | 20 | 16 | 15 | 17 | 12 | 16 | 14 |
| Ideología | | | | | | | |
| Izquierda | 48 | 41 | 47 | 44 | 41 | 41 | 43 |
| C. Izquierda | 31 | 34 | 29 | 28 | 25 | 21 | 32 |
| Centro | 27 | 20 | 21 | 19 | 20 | 19 | 17 |
| C. Derecha | 22 | 10 | 10 | 16 | 17 | 17 | 16 |
| Derecha | 20 | 10 | 8 | 11 | 14 | 12 | 9 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | |
| Alta | 18 | 16 | 17 | 13 | 15 | 15 | 12 |
| Media | 22 | 17 | 19 | 18 | 17 | 14 | 15 |
| Baja | 36 | 31 | 30 | 32 | 27 | 29 | 30 |

4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES

4.2.1. Imagen de Instituciones

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".

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

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

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

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

En este sondeo de abril se ha preguntado por siete instituciones o grupos sociales: Congreso de los Diputados, Fuerzas Armadas, Bancos, la Iglesia, Gobierno de la Nación, y La Corona.

En los Cuadros 4.2.1.1. a 4.2.1.3. se ofrecen los datos para estas siete instituciones en los tres indicadores de imagen, junto con los datos de éstas y otras instituciones en meses anteriores, para poder comprobar su estabilidad (y por tanto su fiabilidad), ya que se pueden comparar los datos de varias instituciones en diferentes meses. En base a estos resultados pueden hacerse las siguientes consideraciones:

1. El grado de conocimiento es en general bastante alto, superior al 70 por ciento en casi todos los casos, lo cual es un buen indicador de integración política e identificación con el sistema, ya que significa que más de tres cuartas partes de los españoles se sienten

suficientemente capacitados e interesados como para opinar sobre las instituciones y grupos políticos y sociales fundamentales. Solo el Tribunal Constitucional, la CEOE, el Banco de España, la O.N.U., la UNESCO, el Consejo del Poder Judicial y el Comité Olímpico Español son instituciones sobre las que opinan menos del 70 por ciento de los entrevistados (aunque más del 50 por ciento). En todos los casos en que existe un referente anterior, se comprueba que la proporción de los que opinan es, este mes de abril, algo más baja.

2. La valoración de las instituciones citadas es también, en general, bastante aceptable, puesto que, si se utiliza 6,0 puntos como límite diferenciador entre una valoración alta o media, y 4,5 como límite entre una valoración media y baja, se comprueba que sólo La Justicia, los Tribunales de Justicia, los Partidos Políticos, la CEOE, la OTAN y, muy especialmente, ETA tienen una valoración realmente baja, inferior a 4,5 puntos. Por el contrario, La Corona suele recibir una valoración promedio muy por encima de todas las demás, (solo superada hasta ahora por la Cruz Roja y la Universidad).

En conjunto, y siempre que hay referente anterior, se observa que las valoraciones de abril son iguales o algo inferiores, (excepto las el Gobierno de la Nación, que reciben una valoración algo más alta que en febrero y marzo).

Pero debe resaltarse que el Gobierno de la Nación recibe este mes una valoración algo superior a la de los Bancos, aunque inferior, como es habitual, a la de las Fuerzas Armadas y a la de la Corona.

3. En cuanto a la diversidad opinática, y tomando el 65 por ciento de desviación respecto a la valoración media como límite entre un grado de controversia alto o medio, y 50 por ciento como límite entre un grado de controversia medio y bajo, resulta que pocas instituciones tiene una imagen realmente controvertida. En efecto, sólo la OTAN, los Partidos Políticos, y sobre todo ETA, obtienen también un grado de controversia del 65% o superior. La Corona, es la institución con una imagen menos controvertida este mes de abril, pero todas las demás instituciones y grupos tienen también un grado de controversia inferior a 65.
4. 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 4.2.1.4. a 4.2.1.6. se han clasificado las instituciones tomando las dimensiones de dos en dos, lo que permite obtener las siguientes conclusiones:
 - a. Tres instituciones o grupos sociales tienen un alto grado de conocimiento y de valoración: La Corona, la Cruz Roja y la Guardia Civil, aunque la Corona destaca en general por su mayor valoración.
 - b. Otras seis instituciones, el Gobierno de la Nación, la Seguridad Social, TVE, la Policía Nacional, la Prensa y la Iglesia son también muy conocidas, pero sólo están medianamente valoradas.
 - c. Y sólo ETA y la Justicia son muy conocidas pero muy mal valoradas.
 - d. Tres instituciones son medianamente conocidas y muy valoradas: la Universidad, la CEE y el Defensor del Pueblo.

- e. Otras nueve instituciones o grupos sociales son medianamente conocidas y valoradas: Fuerzas Armadas, Bancos, CCOO, Congreso de los Diputados, Empresarios, UGT, Cortes Españolas, Sindicatos y Tribunales de Justicia.
 - f. Y sólo los Partidos Políticos y la OTAN son medianamente conocidos y mal valorados.
 - g. Finalmente, siete instituciones son poco conocidas, y de ellas, la O.N.U, el Tribunal Constitucional, la UNESCO y el Banco de España son muy valorados, mientras que el Consejo General del Poder Judicial y el Comité Olímpico Español, son medianamente valoradas, y sólo la CEOE es muy poco valorada.
 - h. De manera semejante puede comprobarse que sólo cinco instituciones (La Corona, la Policía Nacional, la Cruz Roja, la Guardia Civil y la Prensa), son muy conocidas y poco controvertidas, y ETA es la más conocida y controvertida.
 - i. Y, finalmente, diez instituciones o grupos sociales, (La Corona, la Universidad, la CEE, la O.N.U., la Guardia Civil, la Cruz Roja, el Tribunal Constitucional, el Defensor del Pueblo, la UNESCO y el Banco de España), son muy bien valoradas y tienen una imagen muy poco controvertida, mientras que la OTAN, los Partidos Políticos y ETA, además de ser muy poco valoradas, tienen una imagen muy controvertida.
5. En cuanto a las diferencias de valoración asignadas a las instituciones y grupos sociales incluidas en este Informe-ASEP de abril, por los diferentes segmentos de la población, se ofrecen en el Cuadro 4.2.1.7. Aunque los datos son suficientemente expresivos, puede ser interesante resaltar al menos los siguientes aspectos:

- a. En primer lugar, ya se ha señalado la alta valoración de La Corona, lo que supone una aceptación y respaldo social fuera de toda duda. Es la institución más valorada por todos los segmentos, este mes de abril.

Es igualmente importante resaltar que las Fuerzas Armadas, siguen siendo valoradas por encima del Gobierno de la Nación, que a su vez es solo mejor valorado este mes que los Bancos y los Tribunales de Justicia. En realidad, puede destacarse la muy alta valoración de la Corona, y en menor medida las Fuerzas Armadas, y la Iglesia, seguidas del Congreso de los Diputados, el Gobierno de la Nación, los Bancos y los Tribunales de Justicia.

Pero tan interesante o más que estas comparaciones entre las valoraciones promedio es el comparar las valoraciones que conceden a cada institución o grupo social los diferentes segmentos de la población. Se han tomado las variables que, de acuerdo con el análisis previo, parecen tener mayor capacidad discriminatoria, y que, además, mejor representan a otras posibles variables socioeconómicas, ideológico- políticas o de utilización de medios de comunicación. Las principales conclusiones que se derivan del análisis según las variables explicativas pueden resumirse así:

- b. Las mujeres valoran a todas las instituciones, igual o más alto que los varones, lo cual es un hecho ya habitualmente observado.
- c. La edad tiene cierta relación con la valoración de instituciones y grupos, aunque esa relación no es siempre igual. En efecto, se observa que cuanto más alta es la edad mayor es la valoración promedio asignada a todas las instituciones, aunque en algunos casos

puedan observarse ligeras fluctuaciones. Así, los jóvenes valoran más bajo que ningún otro grupo de edad a casi todas las instituciones, y los mayores de 65 años suelen ser quienes asignan la valoración más alta.

- d. La posición social también parece constituir un buen instrumento explicativo predictivo. En efecto, se observa una pauta bastante regular en el sentido de que la valoración suele ser más baja cuanto más alta es la posición social, (aunque a veces se observen algunas distorsiones).

En general, por tanto, el "centro social" es más crítico que la "periferia" respecto a la valoración de instituciones y grupos sociales, aunque se observen algunas excepciones.

- e. El índice de materialismo/post-materialismo discrimina asimismo muy bien la valoración de instituciones, de manera que los post-materialistas (más en la vanguardia de los nuevos valores sociales), son más críticos, concediendo en general valoraciones más bajas a cualquier institución que los materialistas.
- f. La ideología ofrece pautas muy dispares para las diferentes instituciones, lo que significa que esta variable, al ser más ideológica, lleva a los entrevistados a discriminar más minuciosamente entre institución e institución.

Así, se observa que la valoración de la Iglesia, las Fuerzas Armadas y los Bancos, es en general más alta cuanto más a la derecha se autoposiciona el entrevistado. Pero el Gobierno de la Nación y el Congreso de los Diputados reciben su valoración más alta entre los de centro izquierda, y no entre los de izquierda (lo cual es lógico cuando se recuerda que los de centro izquierda son sobre todo votantes del PSOE), disminuyendo ésta entre los de izquierda y cuanto más a la derecha se posiciona el entrevistado, y, los Tribunales de Justicia y la Corona recibe una valoración algo más alta entre los de centro.

- g. El hábitat sí presenta una pauta totalmente clara de relación con la valoración de instituciones, en el sentido de que las valoraciones más altas proceden casi siempre de los residentes en el medio rural, y las más bajas de los residentes en el medio metropolitano.
- h. Finalmente, ha parecido conveniente conocer la relación entre la exposición a medios de comunicación y las diferentes valoraciones, pero ni en éste ni en anteriores sondeos, logra descubrirse una pauta uniforme de variación en las valoraciones, a pesar de que este índice parece tener una buena capacidad explicativo-predictiva en otras cuestiones. No obstante, generalmente se observa que la valoración tiende a ser más alta cuanto más baja es la exposición a medios, (aunque existan pocas diferencias y frecuentes excepciones).

Cuadro 4.2.1.1.

**Imagen de Instituciones y Grupos Sociales
(Conocimiento %)**

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|----------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Fuerzas Armadas | 84 | 87 | 88 | 84 | 86 | 79 | 86 | 84 | 90 | 83 |
| Bancos | 86 | 85 | 87 | 86 | 82 | 80 | 82 | 81 | 86 | 80 |
| Gobierno de la Nación | 86 | 87 | 93 | 87 | 89 | 86 | 88 | 87 | 92 | 86 |
| La Corona | 89 | 89 | 93 | 89 | 90 | 87 | 89 | 88 | 93 | 88 |
| Seguridad Social | - | - | 97 | - | - | - | - | - | - | - |
| Tribunal Constitucional | - | 64 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Universidad | 78 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Policía Nacional | - | - | - | 89 | - | - | - | - | - | - |
| Televisión Española | - | - | 97 | - | - | - | - | - | - | - |
| Guardia Civil | - | - | - | - | - | - | - | - | 92 | - |
| ETA | - | - | - | - | - | - | - | - | 93 | - |
| CEE | 71 | - | - | - | 76 | - | 75 | - | - | - |
| OTAN | 68 | - | - | - | 75 | - | - | - | - | - |
| La Justicia | - | - | 90 | 87 | - | - | - | - | - | - |
| U.G.T. | - | - | - | - | - | 71 | - | - | - | - |
| C.E.O.E. | - | - | - | - | - | 60 | - | - | - | - |
| C.C.O.O. | - | - | - | - | - | 72 | - | - | - | - |
| Congreso de Diputados | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 73 |
| Los Empresarios | - | - | - | - | - | - | 83 | - | - | - |
| O.N.U. | - | - | - | - | 69 | - | - | - | - | - |
| Iglesia | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 87 |
| Cruz Roja | 90 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Defensor del Pueblo | - | 76 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Partidos Políticos | - | 83 | - | 80 | - | - | - | 78 | - | - |
| Poder Judicial | - | 60 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Prensa | - | - | 87 | - | - | - | - | - | - | - |
| Comité Olímpico Español | - | - | - | 62 | - | - | - | - | - | - |
| La Unesco | - | - | - | - | 62 | - | - | - | - | - |
| Las Cortes Españolas | - | - | - | - | - | 71 | - | - | - | - |
| Los Sindicatos | - | - | - | - | - | - | 82 | 80 | 84 | - |
| El Banco de España | - | - | - | - | - | - | - | 69 | - | - |
| Los Tribunales de Justicia | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 78 |

*En su Comunidad Autónoma

Cuadro 4.2.1.2.

**Imagen de Instituciones y Grupos Sociales
(Valoración, x)**

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Fuerzas Armadas | 5,8 | 5,8 | 5,3 | 5,2 | 5,0 | 5,4 | 5,4 | 5,6 | 6,3 | 5,4 |
| Bancos | 5,6 | 5,4 | 5,3 | 5,1 | 4,8 | 4,4 | 5,0 | 5,1 | 5,0 | 4,7 |
| Gobierno de la Nación | 5,4 | 5,1 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 4,7 | 5,1 | 4,8 | 4,8 | 5,0 |
| La Corona | 7,2 | 7,3 | 6,9 | 7,1 | 7,2 | 7,2 | 7,6 | 7,7 | 7,6 | 7,2 |
| Seguridad Social | - | - | 4,9 | - | - | - | - | - | - | - |
| Tribunal Constitucional | - | 6,4 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Universidad | 7,4 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Policía Nacional | - | - | - | 5,9 | - | - | - | - | - | - |
| Televisión Española | - | - | 4,8 | - | - | - | - | - | - | - |
| Guardia Civil | - | - | - | - | - | - | - | - | 6,8 | - |
| ETA | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,3 | - |
| CEE | 6,0 | - | - | - | 6,6 | - | 6,7 | - | - | - |
| OTAN | 3,6 | - | - | - | 3,1 | - | - | - | - | - |
| La Justicia | - | - | 4,2 | 4,2 | - | - | - | - | - | - |
| U.G.T. | - | - | - | - | - | 5,3 | - | - | - | - |
| C.E.O.E. | - | - | - | - | - | 4,4 | - | - | - | - |
| C.C.O.O. | - | - | - | - | - | 5,0 | - | - | - | - |
| Congreso de los Diputados | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 5,1 |
| Los empresarios | - | - | - | - | - | - | 4,8 | - | - | - |
| O.N.U. | - | - | - | - | 6,6 | - | - | - | - | - |
| Iglesia | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 5,3 |
| Cruz Roja | 8,3 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Defensor del Pueblo | - | 6,7 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Partidos Políticos | - | 4,0 | - | 3,7 | - | - | - | 4,1 | - | - |
| Poder Judicial | - | 5,3 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Prensa | - | - | 5,8 | - | - | - | - | - | - | - |
| Comité Olímpico Español | - | - | - | 5,9 | - | - | - | - | - | - |
| La Unesco | - | - | - | - | 6,4 | - | - | - | - | - |
| Las Cortes Españolas | - | - | - | - | - | 5,5 | - | - | - | - |
| Los Sindicatos | - | - | - | - | - | - | 5,9 | 6,1 | 5,9 | - |
| Banco de España | - | - | - | - | - | - | - | 6,4 | - | - |
| Tribunales de Justicia | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 4,2 |

*En su Comunidad Autónoma

Cuadro 4.2.1.3.

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

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Fuerzas Armadas | 54 | 52 | 54 | 57 | 65 | 57 | 56 | 54 | 46 | 54 |
| Bancos | 42 | 48 | 43 | 48 | 54 | 55 | 50 | 48 | 52 | 54 |
| Gobierno de la Nación | 52 | 58 | 56 | 56 | 56 | 57 | 54 | 58 | 54 | 54 |
| La Corona | 41 | 40 | 39 | 40 | 39 | 38 | 35 | 34 | 36 | 38 |
| Seguridad Social | - | - | 58 | - | - | - | - | - | - | - |
| Tribunal Constitucional | - | 39 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Universidad | 30 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Policía Nacional | - | - | - | 45 | - | - | - | - | - | - |
| Televisión Española | - | - | 53 | - | - | - | - | - | - | - |
| Guardia Civil | - | - | - | - | - | - | - | - | 42 | - |
| ETA | - | - | - | - | - | - | - | - | 368 | - |
| CEE | 41 | - | - | - | 36 | - | 36 | - | - | - |
| OTAN | 85 | - | - | - | 93 | - | - | - | - | - |
| La Justicia | - | - | 61 | 63 | - | - | - | - | - | - |
| U.G.T. | - | - | - | - | - | 49 | - | - | - | - |
| C.E.O.E. | - | - | - | - | - | 58 | - | - | - | - |
| C.C.O.O. | - | - | - | - | - | 55 | - | - | - | - |
| Congreso de los Diputa | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 50 |
| Los empresarios | - | - | - | - | - | - | 56 | - | - | - |
| O.N.U. | - | - | - | - | 40 | - | - | - | - | - |
| Iglesia | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 58 |
| Cruz Roja | 25 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Defensor del Pueblo | - | 39 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Partidos Políticos | - | 72 | - | 71 | - | - | - | 63 | - | - |
| Poder Judicial | - | 53 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Prensa | - | - | 38 | - | - | - | - | - | - | - |
| Comité Olímpico Español | - | - | - | 45 | - | - | - | - | - | - |
| La Unesco | - | - | - | - | 39 | - | - | - | - | - |
| Las Cortes Españolas | - | - | - | - | - | 45 | - | - | - | - |
| Los Sindicatos | - | - | - | - | - | - | 46 | 43 | 45 | - |
| Banco de España | - | - | - | - | - | - | - | 38 | - | - |
| Tribunales de Justicia | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 62 |

* En su Comunidad Autónoma

Cuadro 4.2.1.4.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

ABRIL 1989

| | | VALORACION | | |
|---------------------|---|---|--|----------------------------|
| | | Alta (+6,0) | Media (4,5-6,0) | Baja (-4,5) |
| CONOCIMIENTO | | | | |
| | Alto (+85%) | Corona Guardia Civil Cruz Roja | Gobierno Nación Seguridad Social Televisión Española Policía Nacional Prensa Iglesia | ETA Justicia |
| | Medio (70-85%) | Universidad CEE Defensor del Pueblo | Fuerzas Armadas Bancos CCOO Congreso de los Diputados Los Empresarios UGT Cortes Españolas Los Sindicatos Tribunales de Justicia | Partidos Políticos OTAN |
| Bajo (-70%) | O.N.U. Tribunal Constitucional La Unesco Banco de España | Poder Judicial Comité Olímpico Español | CEOE | |

Cuadro 4.2.1.5.

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

ABRIL 1989

| | | IMAGEN CONTROVERTIDA | | |
|---------------------|-------------------|-----------------------------|--|--|
| | | Alta (+65%) | Media (50-65%) | Baja (-50%) |
| CONOCIMIENTO | | | | |
| | Alto (+85%) | ETA | Gobierno Nación Seguridad Social Televisión Española La Justicia Iglesia | Corona Policía Nacional Guardia Civil Cruz Roja Prensa |
| | Medio (70-85%) | Partidos Políticos OTAN | Fuerzas Armadas CCOO Congreso Diputados Empresarios INEM Tribunales de Justicia | Bancos Universidad CEE Defensor del Pueblo UGT Cortes Españolas Los Sindicatos |
| Bajo (-70%) | | C.E.O.E. Poder Judicial | Tribunal Constitucional O.N.U. Comité Olímpico La Unesco El Banco de España | |

Cuadro 4.2.1.6.

Valoración e Imagen Controvertida de
Instituciones y Grupos Sociales

ABRIL 1989

| VALORACION | IMAGEN CONTROVERTIDA | | |
|--------------------|-----------------------------------|---|--|
| | Alta (+65%) | Media (50-65%) | Baja (-50%) |
| Alto (+6,0) | | | Corona Universidad CEE O.N.U. Guardia Civil Cruz Roja Tribunal Constitucional Defensor del Pueblo UNESCO El Banco de España |
| Medio (4,5-6,0) | | Fuerzas Armadas Gobierno Nación Seguridad Social Televisión Española C.C.O.O. Congreso Diputados Los Empresarios Iglesia Poder Judicial | Bancos Prensa Política Nacional Comité Olímpico UGT Cortes Españolas Los Sindicatos |
| Bajo (-4,5) | ETA OTAN Partidos Políticos | La Justicia CEOE Tribunales de Justicia | C.E.O.E. |

Cuadro 4.2.1.7.

Valoración (x) de Instituciones y Grupos Sociales, por
Características de los Entrevistados.

| ABRIL 1989 | Congreso Diputados | Tribunales de Justicia | FAS | Bancos | Iglesia | Gobierno Nación | Corona |
|---------------------------|-----------------------|---------------------------|-----|--------|---------|--------------------|--------|
| Total | 5,1 | 4,2 | 5,4 | 4,7 | 5,3 | 5,0 | 7,2 |
| Sexo: | | | | | | | |
| Varones | 5,0 | 4,0 | 5,2 | 4,5 | 4,4 | 4,8 | 6,9 |
| Mujeres | 5,2 | 4,4 | 5,7 | 5,0 | 6,0 | 5,1 | 7,6 |
| Edad: | | | | | | | |
| - 30 años | 5,0 | 4,2 | 4,4 | 5,0 | 4,3 | 4,4 | 6,6 |
| 30-49 años | 5,2 | 4,0 | 5,3 | 4,4 | 4,7 | 4,8 | 7,1 |
| 50-64 años | 5,1 | 4,4 | 6,3 | 4,9 | 6,1 | 5,5 | 7,8 |
| 65 y más años | 5,5 | 4,6 | 6,8 | 4,9 | 7,1 | 5,8 | 8,0 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Muy Baja | 6,5 | 5,9 | 6,9 | 5,6 | 7,7 | 5,8 | 8,6 |
| Baja | 5,1 | 4,5 | 6,0 | 4,9 | 6,2 | 5,6 | 7,7 |
| Media | 4,9 | 4,1 | 5,2 | 4,7 | 4,9 | 4,7 | 7,0 |
| Alta | 5,5 | 3,9 | 4,9 | 4,5 | 4,3 | 4,7 | 6,9 |
| Muy Alta | 4,8 | 4,3 | 4,7 | 3,6 | 2,9 | 3,8 | 6,0 |
| Post-materialismo: | | | | | | | |
| Materialistas | 5,2 | 4,4 | 6,0 | 4,9 | 5,8 | 5,2 | 7,6 |
| Post-materialistas | 4,9 | 3,8 | 4,0 | 4,2 | 3,7 | 4,3 | 6,2 |
| Ideología: | | | | | | | |
| Izquierda | 5,1 | 4,0 | 4,3 | 4,1 | 3,7 | 4,9 | 6,5 |
| Centro Izquierda | 5,7 | 4,4 | 5,3 | 4,8 | 4,6 | 5,8 | 7,2 |
| Centro | 5,3 | 4,6 | 6,4 | 5,2 | 5,8 | 5,3 | 7,9 |
| Centro Derecha | 5,1 | 3,9 | 6,4 | 5,9 | 6,2 | 4,4 | 7,8 |
| Derecha | 4,6 | 3,9 | 6,6 | 5,0 | 7,3 | 3,8 | 7,8 |

Hábitat:

| | | | | | | | |
|---------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Rural | 5,4 | 4,8 | 6,1 | 5,2 | 6,0 | 5,6 | 7,6 |
| Urbano | 5,0 | 4,1 | 5,2 | 4,7 | 5,2 | 5,0 | 7,2 |
| Metropolitano | 5,1 | 4,0 | 5,3 | 4,5 | 4,8 | 4,4 | 7,1 |

Exposición a Medios:

| | | | | | | | |
|------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Alta | 5,4 | 4,4 | 5,2 | 4,7 | 5,3 | 4,5 | 7,2 |
| Media Alta | 5,3 | 4,0 | 5,0 | 4,6 | 4,4 | 4,7 | 6,7 |
| Media Baja | 4,9 | 4,0 | 5,5 | 4,7 | 5,4 | 5,1 | 7,3 |
| Baja | 5,0 | 4,5 | 5,8 | 4,9 | 5,7 | 5,4 | 7,6 |

4.2.2. Ranking de Instituciones y Grupos Sociales

En el Cuadro 4.2.2.1. se han ordenado las instituciones y grupos sociales por los que se ha preguntado desde abril de 1988, en cada una de las tres dimensiones de la imagen, de mayor a menor grado de conocimiento, 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 obtiene un ranking acumulado de diez sondeos, lo que permite tener una visión más amplia de la imagen que los españoles tienen de las diferentes instituciones y grupos sociales a lo largo de un año. Los rankings no parecen requerir mayor explicación, pero cabe resaltar que la Cruz Roja, la Universidad y la Corona, son las Instituciones más valoradas de las treinta y dos incluidas, y que la OTAN, y sobre todo, ETA, ocupan los últimos lugares.

El Gobierno de la Nación ocupa el lugar 23, de 32, en el ranking de valoración.

Cuadro 4.2.2.1.

Ranking de Conocimiento de Instituciones y Grupos Sociales

ABRIL 1989

| | % que conocen |
|-----------------------------|---------------|
| 1. Televisión Española | 97 |
| 2. Seguridad Social | 97 |
| 3. Guardia Civil | 92 |
| 4. Cruz Roja | 90 |
| 5. La Corona | 90 |
| 6. Policía Nacional | 89 |
| 7. ETA | 89 |
| 8. La Justicia | 88 |
| 9. Gobierno de la Nación | 88 |
| 10. Prensa | 87 |
| 11. Iglesia | 87 |
| 12. Fuerzas Armadas | 85 |
| 13. Bancos | 84 |
| 14. Los Sindicatos | 82 |
| 15. Partidos Políticos | 80 |
| 16. Tribunales de Justicia | 78 |
| 17. Universidad | 78 |
| 18. Defensor del Pueblo | 76 |
| 19. Empresarios | 76 |
| 20. CEE | 74 |
| 21. Congreso de Diputados | 73 |
| 22. OTAN | 72 |
| 23. CCOO | 72 |
| 24. UGT | 71 |
| 25. Las Cortes Españolas | 71 |
| 26. O.N.U. | 69 |
| 27. El Banco de España | 69 |
| 28. Tribunal Constitucional | 64 |
| 29. Comité Olímpico Español | 62 |
| 30. La Unesco | 62 |
| 31. Poder Judicial | 60 |
| 32. CEOE | 60 |

Cuadro 4.2.2.2.

Ranking de Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

ABRIL 1989

| | Valoración media (x) |
|-----------------------------|-------------------------|
| 1. Cruz Roja | 8,3 |
| 2. Universidad | 7,4 |
| 3. La Corona | 7,3 |
| 4. Guardia Civil | 6,8 |
| 5. Defensor del Pueblo | 6,7 |
| 6. O.N.U. | 6,6 |
| 7. Tribunal Constitucional | 6,4 |
| 8. La Unesco | 6,4 |
| 9. CEE | 6,4 |
| 10. Banco de España | 6,4 |
| 11. Los Sindicatos | 5,9 |
| 12. Policía Nacional | 5,9 |
| 13. Comité Olímpico Español | 5,9 |
| 14. Prensa | 5,8 |
| 15. Fuerzas Armadas | 5,5 |
| 16. Las Cortes Españolas | 5,5 |
| 17. Iglesia | 5,3 |
| 18. UGT | 5,3 |
| 19. Poder Judicial | 5,3 |
| 20. Congreso Diputados | 5,1 |
| 21. Bancos | 5,0 |
| 22. CCOO | 5,0 |
| 23. Gobierno Nación | 4,9 |
| 24. Seguridad Social | 4,9 |
| 25. Televisión Española | 4,8 |
| 26. Los Empresarios | 4,8 |
| 27. CEOE | 4,4 |
| 28. La Justicia | 4,2 |
| 29. Tribunales de Justicia | 4,2 |
| 30. Partidos Políticos | 3,9 |
| 31. OTAN | 3,4 |
| 32. ETA | 0,4 |

Cuadro 4.2.2.3.

Ranking de Dispersión Opinática y Grupos Sociales

ABRIL 1989

Dispersión Opinática
(s/x)100

| | |
|-----------------------------|-----|
| 1. Cruz Roja | 25 |
| 2. Universidad | 30 |
| 3. Prensa | 38 |
| 4. CEE | 38 |
| 5. La Corona | 38 |
| 6. Banco de España | 38 |
| 7. La Unesco | 39 |
| 8. Tribunal Constitucional | 39 |
| 9. Defensor del Pueblo | 39 |
| 10. O.N.U. | 40 |
| 11. Guardia Civil | 42 |
| 12. Los Sindicatos | 45 |
| 13. Comité Olímpico Español | 45 |
| 14. Las Cortes Españolas | 45 |
| 15. Policía Nacional | 45 |
| 16. Bancos | 49 |
| 17. UGT | 49 |
| 18. Congreso Diputados | 50 |
| 19. Poder Judicial | 53 |
| 20. Televisión Española | 53 |
| 21. CCOO | 55 |
| 22. Fuerzas Armadas | 55 |
| 23. Gobierno Nación | 56 |
| 24. Iglesia | 58 |
| 25. Empresarios | 58 |
| 26. Seguridad Social | 58 |
| 27. CEOE | 58 |
| 28. Tribunales de Justicia | 62 |
| 29. La Justicia | 62 |
| 30. Partidos Políticos | 69 |
| 31. OTAN | 89 |
| 32. ETA | 368 |

4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS

4.3.1. Imagen de Personajes Públicos

Metodológicamente ha parecido conveniente medir la imagen de los personajes públicos en base a las tres mismas dimensiones que ya se han utilizado antes para medir la imagen de instituciones y grupos sociales. Estas tres dimensiones son: 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). El grado de conocimiento del líder se mide aquí por el porcentaje de entrevistados que opinan sobre él (sobrentendiendo que quienes no le valoran es que, o no le conocen en absoluto, o no le conocen lo suficiente como para opinar sobre él). La valoración se mide mediante la media aritmética (x) de puntuaciones, entre 0 y 10 (siendo 0 la peor calificación y 10 la mejor), asignadas por los entrevistados; y la diversidad opinática (o grado de controversia respecto a su imagen) se mide por la desviación standard (s) respecto a la media aritmética; para facilitar la interpretación de la desviación standard, se ofrece en los cuadros correspondientes como porcentaje sobre la media aritmética, de forma que el lector del Informe no tenga que proceder a este cálculo por sí mismo.

Este mes se ha preguntado por Rodolfo Martín Villa, Eduardo Punset, Felipe González, Julio Anguita, Adolfo Suárez, Fernando Morán, Manuel Fraga, José Luis Corcuera y Marcelino Oreja.

De los datos que se presentan en los Cuadros 4.3.1.1. a 4.3.1.3., en donde se incluyen todos los líderes por los que se ha preguntado desde abril de 1988, se pueden deducir las siguientes conclusiones:

- a. El grado de conocimiento de los líderes es, en general, inferior al de las instituciones o grupos sociales.
- b. Sólo tres personajes públicos en este sondeo son conocidos por más de un 80 por ciento del electorado, Felipe González, Fraga y Suárez, pero ningún otro sobrepasa el límite del 70 por ciento, que parece diferenciar a los personajes públicos realmente conocidos de los menos conocidos. Oreja, Morán y Anguita son conocidos por más del 60 por ciento de los entrevistados. Martín Villa y Corcuera son conocidos por alrededor del 50 por ciento, y sólo Eduardo Punset es conocido por un 31 por ciento de los entrevistados. Además, debe señalarse que todos los líderes por los que ya se había preguntado en alguno de los diez sondeos anteriores son conocidos por proporciones iguales o inferiores este mes, (excepto Oreja y Anguita, algo más mencionados este mes).
- c. De los líderes por los que se había ya preguntado en alguno de los últimos diez sondeos, todos reciben una valoración algo superior o igual a la última, excepto Adolfo Suárez, que reduce algo su valoración respecto a marzo.

Felipe González, Fernando Morán y Adolfo Suárez son los únicos que este mes superan los 5 puntos. Estos tres líderes están seguidos de Anguita (4,7), Oreja y Punset (4,5), Corcuera (4,2), Martín Villa (4,1) y Fraga (4,0).

La valoración de los líderes políticos tiene gran relación con los resultados electorales obtenidos por los partidos a los que pertenecen, lo que significa que también pueden tenerla respecto a futuras elecciones.

- 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 baja respecto a Morán, Suárez y F. González, y alta respecto a Fraga. En conjunto, puede afirmarse que los personajes públicos tienen una imagen más controvertida que las instituciones y grupos sociales.

Un análisis algo más preciso de la imagen de los personajes públicos, combinando las tres dimensiones de dos en dos, tal y como se muestra en los Cuadros 4.3.1.4. a 4.3.1.6., permite hacer las siguientes afirmaciones:

- a. La Reina D^a Sofía, El Príncipe Felipe, y Felipe González son los únicos personajes públicos con un grado de conocimiento y valoración realmente altos.
- b. Suárez, Fraga y Nicolás Redondo son también muy conocidos, pero con una valoración media.
- c. Carrillo, Guerra, Hernández Mancha, Boyer, Pilar Miró y Carlos Solchaga son también muy conocidos pero poco valorados y muy controvertidos.
- d. Oreja, Luis Solana, Martín Villa, Anguita, Matutes, Cháves y Antonio Gutiérrez son medianamente conocidos y valorados, mientras que Blas Piñar, Rupérez y Tamames, que tienen un grado de conocimiento semejante, son poco valorados, y además son muy controvertidos. Pero Samaranch, y Morán que son medianamente conocidos, tienen una alta valoración.
- e. Y , Punset, Hernández Gil, Mayor Zaragoza, Borrell, Ferrer Salat, Aznar, Matilde Fernández, Miguel Herrero, Rosa Conde y Corcuera son poco conocidos y todos tienen una valoración media..

Finalmente, en el Cuadro 4.3.1.7. se especifican 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. Los resultados más notables pueden resumirse así:

- a. Las mujeres valoran más que los varones todos los líderes excepto a Julio Anguita, como es habitual.
- b. No parece existir una clara relación entre la edad y la valoración de personajes públicos en general, y en la mayoría de los casos tampoco existe una pauta específica, aunque es frecuente que la valoración sea mayor cuanto más alta es la edad. Más bien, cada personaje parece ser más o menos valorado por algún grupo específico. Líderes como Anguita (en mayo y en los sondeos desde octubre a marzo), Carrillo (en mayo), Pilar Miró (en junio), y Tamames (en marzo), reciben una valoración más alta entre los jóvenes, valoración que es más baja cuanto más alta es la edad de los entrevistados.
- c. La posición social no presenta en general una pauta definida de valoración, lo que indica que cada líder es más o menos preferido por los de una u otra posición social, aunque se observa cierta tendencia a que cuanto más alta sea la posición social, más baja sea la valoración asignada, de manera que los de posición social más alta suelen ser los más críticos. La excepción más importante este mes, como es ya habitual, es la de Anguita, que

recibe mejores valoraciones precisamente entre los de posición social más alta, (es decir, los líderes de opinión, con mayor capacidad de influir sobre los demás), pero la pauta es poco clara respecto a Corcuera.

- d. Al igual que ya se observó respecto a las instituciones, los post-materialistas valoran a los personajes públicos más bajo que los materialistas, con la excepción de Julio Anguita, como en otras ocasiones.
- e. La ideología, sin embargo, es la variable que parece explicar mejor, y más coherentemente, las diferentes pautas de valoración. En efecto, Martín Villa, Fraga y Oreja, reciben una valoración más alta cuanto más a la derecha se posiciona el entrevistado. Felipe González y Morán reciben sus máximas valoraciones entre los de centro izquierda, y ésta disminuye sistemáticamente a derecha e izquierda. Suárez y Punset logran su máxima valoración entre los de centro, y ésta es menor a derecha e izquierda. Y sólo Anguita, recibe una valoración más alta cuanto más a la izquierda se posicionan los entrevistados. El caso de Corcuera es más difícil de explicar, ya que su valoración es mayor cuanto más a la derecha se posiciona el entrevistado, aunque los de derecha le asignan la peor valoración.
- f. Los residentes en el medio rural suelen valorar en general a todos los personajes más alto que los urbanos o metropolitanos, aunque existen frecuentes excepciones atribuibles a la intervención de otras variables.
- g. Y, finalmente, no parece existir una pauta definida con respecto al índice de exposición a medios de comunicación.

Cuadro 4.3.1.1.

**Imagen de Personajes Públicos
(Conocimiento, %)**

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Felipe González | 84 | 90 | 91 | 88 | 92 | 84 | 86 | 86 | 88 | 87 |
| Adolfo Suárez | 81 | 88 | 88 | 85 | 89 | 81 | 84 | 83 | 84 | 81 |
| Nicolás Redondo | - | - | - | - | - | 71 | 76 | 73 | - | - |
| Manuel Fraga | 81 | 87 | 88 | 85 | 89 | 82 | 84 | 83 | 83 | 82 |
| Abel Matutes | - | - | 48 | - | - | 51 | - | - | - | 69 |
| Marcelino Oreja | 62 | - | - | - | 72 | - | 72 | 70 | 67 | - |
| Alfonso Guerra | 79 | - | - | 83 | - | - | - | - | - | - |
| Pilar Miró | - | - | 82 | - | - | - | - | - | - | - |
| A. Hernández Mancha | 71 | 76 | 78 | 75 | 79 | 76 | 78 | - | - | - |
| Príncipe Felipe | - | - | - | - | 89 | - | - | - | - | 31 |
| Eduardo Punset | - | 37 | - | - | - | - | - | - | - | 65 |
| Fernando Morán | - | 72 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Reina D ^a Sofía | 84 | - | - | 86 | - | - | - | - | - | - |
| Santiago Carrillo | - | 85 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| A. Hernández Gil | - | - | 48 | - | - | - | - | - | - | - |
| F. Mayor Zaragoza | - | - | - | - | 42 | - | - | - | - | - |
| Antonio Gutiérrez | - | - | - | - | - | 49 | 60 | 57 | - | - |
| Blas Piñar | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Julio Anguita | 60 | 66 | 67 | 65 | 68 | 66 | 70 | 64 | 63 | 64 |
| Javier Rupérez | 51 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Miguel Boyer | - | 80 | - | - | - | - | - | 77 | - | - |
| José Borrell | - | - | 39 | - | - | - | - | - | - | - |
| Carlos Ferrer Salat | - | - | - | 47 | - | - | - | - | - | - |
| J. María Aznar | - | - | - | 43 | - | - | - | - | - | - |
| José A. Samaranch | - | - | - | - | 61 | - | - | - | - | - |
| Manuel Châves | - | - | - | - | - | 51 | - | - | - | - |
| Carlos Solchaga | - | - | - | - | - | - | 71 | - | - | - |
| Luis Solana | - | - | - | - | - | - | - | 54 | - | - |
| Matilde Fernández | - | - | - | - | - | - | - | - | 21 | - |
| Miguel Herrero y R. de Miñón | - | - | - | - | - | - | - | - | 46 | - |
| Rosa Conde | - | - | - | - | - | - | - | - | 49 | - |
| Ramón Tamames | - | - | - | - | - | - | - | - | 53 | - |
| Rodolfo Martín Villa | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 51 |
| José Luis Corcuera | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 46 |

Cuadro 4.3.1.2.

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

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Felipe González | 5,6 | 5,5 | 5,4 | 5,6 | 5,5 | 5,4 | 5,4 | 5,3 | 5,4 | 5,5 |
| Adolfo Suárez | 5,1 | 5,0 | 5,1 | 4,9 | 4,9 | 5,2 | 5,2 | 4,9 | 5,1 | 5,0 |
| Nicolás Redondo | - | - | - | - | - | 4,9 | 5,4 | 5,8 | - | - |
| Manuel Fraga | 4,0 | 4,0 | 4,2 | 4,4 | 4,2 | 4,1 | 4,2 | 4,0 | 3,9 | 4,0 |
| Abel Matutes | - | - | 4,1 | - | - | 4,1 | - | - | - | - |
| Marcelino Oreja | 4,2 | - | - | - | 4,3 | - | 4,5 | 4,3 | 4,2 | 4,5 |
| Alfonso Guerra | 3,7 | - | - | 4,0 | - | - | - | - | - | - |
| Pilar Miró | - | - | 3,9 | - | - | - | - | - | - | - |
| A. Hernández Mancha | 3,7 | 3,6 | 3,6 | 3,5 | 3,2 | 3,4 | 3,5 | - | - | - |
| Príncipe Felipe | - | - | - | - | 7,4 | - | - | - | - | - |
| Eduardo Punset | - | 3,9 | - | - | - | - | - | - | - | 4,5 |
| Fernando Morán | - | 5,5 | - | - | - | - | - | - | - | 5,5 |
| Reina D ^a Sofía | 7,4 | - | - | 7,4 | - | - | - | - | - | - |
| Santiago Carrillo | - | 3,3 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| A. Hernández Gil | - | - | 4,5 | - | - | - | - | - | - | - |
| F. Mayor Zaragoza | - | - | - | - | 5,0 | - | - | - | - | - |
| Antonio Gutiérrez | - | - | - | - | - | 4,6 | 5,0 | 5,1 | - | - |
| Blas Piñar | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Julio Anguita | 4,7 | 4,8 | 5,0 | 4,6 | 4,6 | 4,6 | 4,6 | 4,8 | 4,6 | 4,7 |
| Javier Rupérez | 3,9 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Miguel Boyer | - | 3,4 | - | - | - | - | - | 3,9 | - | - |
| José Borrell | - | - | 4,0 | - | - | - | - | - | - | - |
| Carlos Ferrer Salat | - | - | - | 4,3 | - | - | - | - | - | - |
| José María Aznar | - | - | - | 4,4 | - | - | - | - | - | - |
| José A. Samaranch | - | - | - | - | 6,6 | - | - | - | - | - |
| Manuel Châves | - | - | - | - | - | 4,0 | - | - | - | - |
| Carlos Solchaga | - | - | - | - | - | - | 3,8 | - | - | - |
| Luis Solana | - | - | - | - | - | - | - | 4,6 | - | - |
| Matilde Fernández | - | - | - | - | - | - | - | - | 4,7 | - |
| Miguel Herrero y R. de Miñón | - | - | - | - | - | - | - | - | 4,5 | - |
| Rosa Conde | - | - | - | - | - | - | - | - | 4,4 | - |
| Ramón Tamames | - | - | - | - | - | - | - | - | 3,8 | - |
| Rodolfo Martín Villa | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 4,1 |
| José Luis Corcuera | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 4,2 |

Cuadro 4.3.1.3.

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

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-----------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Felipe González | 52 | 54 | 56 | 51 | 52 | 51 | 52 | 52 | 51 | 49 |
| Adolfo Suárez | 52 | 52 | 47 | 54 | 56 | 48 | 47 | 52 | 51 | 50 |
| Nicolás Redondo | - | - | - | - | - | 53 | 50 | 45 | - | - |
| Manuel Fraga | 78 | 80 | 41 | 74 | 78 | 72 | 72 | 74 | 78 | 70 |
| Abel Matutes | - | - | 63 | - | - | 63 | - | - | - | - |
| Marcelino Oreja | 62 | - | - | - | 66 | - | 59 | 63 | 66 | 58 |
| Alfonso Guerra | 79 | - | - | 69 | - | - | - | - | - | - |
| Pilar Miró | - | - | 67 | - | - | - | - | - | - | - |
| A. Hernández Mancha | 77 | 82 | 75 | 77 | 80 | 74 | 72 | - | - | - |
| Príncipe Felipe | - | - | - | - | 37 | - | - | - | - | - |
| Eduardo Punset | - | 64 | - | - | - | - | - | - | - | 55 |
| Fernando Morán | - | 51 | - | - | - | - | - | - | - | 46 |
| Reina D ^a Sofía | 38 | - | - | 36 | - | - | - | - | - | - |
| Santiago Carrillo | - | 84 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| A. Hernández Gil | - | - | 54 | - | - | - | - | - | - | - |
| F. Mayor Zaragoza | - | - | - | - | 56 | - | - | - | - | - |
| Antonio Gutiérrez | - | - | - | - | - | 57 | 52 | 52 | - | - |
| Blas Piñar | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Julio Anguita | 59 | 60 | 52 | 59 | 59 | 56 | 57 | 54 | 57 | 54 |
| Javier Rupérez | 67 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Miguel Boyer | - | 81 | - | - | - | - | - | 70 | - | - |
| José Borrell | - | - | 65 | - | - | - | - | - | - | - |
| Carlos Ferrer Salat | - | - | - | 62 | - | - | - | - | - | - |
| José María Aznar | - | - | - | 60 | - | - | - | - | - | - |
| José A. Samaranch | - | - | - | - | 41 | - | - | - | - | - |
| Manuel Châves | - | - | - | - | - | 60 | - | - | - | - |
| Carlos Solchaga | - | - | - | - | - | - | 68 | - | - | - |
| Luis Solana | - | - | - | - | - | - | - | 53 | - | - |
| Matilde Fernández | - | - | - | - | - | - | - | - | 54 | - |
| Miguel Herrero y R. de Mión | - | - | - | - | - | - | - | - | 61 | - |
| Rosa Conde | - | - | - | - | - | - | - | - | 60 | - |
| Ramón Tamames | - | - | - | - | - | - | - | - | 68 | - |
| Rodolfo Martín Villa | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 60 |
| José Luis Corcuera | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 58 |

Cuadro 4.3.1.4.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

ABRIL 1989

| | | VALORACION | | |
|---------------------|-------------------|--|---|---|
| | | Alta (+5,5) | Media (4,0-5,5) | Baja (-4,0) |
| CONOCIMIENTO | Alto (+70%) | Reina D ^a Sofía Príncipe Felipe Felipe González | Adolfo Suárez Manuel Fraga Nicolás Redondo | Santiago Carrillo Alfonso Guerra A. Hernández Mancha Miguel Boyer Pilar Miró Carlos Solchaga |
| | Medio (50-70%) | José A. Samaranch Fernando Morán | R. Martín Villa Luis Solana Marcelino Oreja Julio Anguita Abel Matutes Manuel Cháves Antonio Gutiérrez | Blas Piñar Javier Rupérez Ramón Tamames |
| | Bajo (-50%) | | E. Punset A. Hernández Gil F. Mayor Zaragoza José Borrell Carlos Ferrer Salat José María Aznar Matilde Fernández Miguel Herrero y R. Miñón Rosa Conde José Luis Corcuera | |

Cuadro 4.3.1.5.

**Conocimiento e Imagen Controvertida de
Personajes Públicos**

ABRIL 1989

| | | IMAGEN CONTROVERTIDA | | |
|---------------------|-------------------|---|--|--|
| | | Alta (+65%) | Media (50-65%) | Baja (-50%) |
| CONOCIMIENTO | Alto (+70%) | Santiago Carrillo Manuel Fraga Alfonso Guerra A. Hernández Mancha Miguel Boyer Pilar Miró Carlos Solchaga | Felipe González Adolfo Suárez | Reina D ^a Sofía Príncipe Felipe Nicolás Redondo |
| | Medio (50-70%) | Blas Piñar Javier Rupérez Ramón Tamames | R. Martín Villa Marcelino Oreja Julio Anguita Carlos Ferrer Salat José M ^a Arnar Abel Matutes Manuel Cháves Antonio Gutiérrez Luis Solana | José A. Samaranch F. Morán |
| | Bajo (-50%) | José Borrell | J.L. Corcuera Eduardo Punset A. Hernández Gil F. Mayor Zaragoza Carlos Ferrer Salat J. María Aznar Matilde Fernández Miguel Herrero y R. de Miñón Rosa Conde | |

Cuadro 4.3.1.6.

Valoración e Imagen Controvertida de
Personajes Públicos

ABRIL 1989

| | | IMAGEN CONTROVERTIDA | | |
|-------------------|--------------------|--|---|--|
| | | Alta (+65%) | Media (50-65%) | Baja (-50%) |
| VALORACION | Alta (+5,5) | | Felipe González Fernando Morán | Reina D ^a Sofía Príncipe Felipe José A. Samaranch |
| | Media (4,0-5,5) | Manuel Fraga José Borrell | R. Martín Villa F. Mayor Zaragoza Adolfo Suárez A. Hernández Gil Antonio Gutiérrez Marcelino Oreja Julio Anguita Carlos Ferrer Salat José María Aznar Abel Matutes Manuel Cháves Luis Solana Matilde Fernández Miguel Herrero y R. de Miñón Rosa Conde Eduardo Punset J.L. Corcuera | Nicolás Redondo |
| | (-4,0) | Alfonso Guerra A. Hernández Mancha Santiago Carrillo Blas Piñar Javier Rupérez Miguel Boyer Pilar Miró Carlos Solchaga Ramón Tamames | | |

Cuadro 4.3.1.7.

**Valoración (x) de Personajes Públicos, por
Características de los Entrevistados.**

| ABRIL 1989 | Rodolfo M. Villa | Eduardo Punset | Felipe González | Julio Anguita | Adolfo Suárez | Fernando Morán | Manuel Fraga | José L. Corcuera | Marcelino Oreja |
|---------------------------|-------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|---------------------|-------------------------|------------------------|
| Total | 4,1 | 4,5 | 5,5 | 4,7 | 5,0 | 5,5 | 4,0 | 4,2 | 4,5 |
| Sexo: | | | | | | | | | |
| Varones | 3,8 | 4,2 | 5,3 | 4,8 | 4,7 | 5,5 | 4,0 | 4,2 | 4,4 |
| Mujeres | 4,4 | 4,9 | 5,6 | 4,6 | 5,2 | 5,6 | 4,1 | 4,4 | 4,5 |
| Edad: | | | | | | | | | |
| - 30 años | 3,7 | 4,1 | 4,9 | 4,8 | 4,5 | 5,2 | 3,6 | 4,0 | 4,0 |
| 30-49 años | 3,9 | 4,6 | 5,3 | 4,8 | 5,2 | 5,5 | 4,0 | 4,1 | 4,4 |
| 50-64 años | 4,4 | 4,6 | 5,9 | 4,9 | 5,1 | 5,8 | 4,4 | 4,7 | 4,9 |
| 65 y más años | 5,2 | 5,2 | 6,3 | 4,1 | 5,1 | 5,9 | 4,5 | 4,8 | 5,1 |
| Posición Social | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 4,5 | 4,9 | 6,2 | 3,6 | 6,0 | 5,8 | 4,8 | 3,3 | 5,2 |
| Baja | 4,3 | 4,5 | 6,1 | 4,8 | 5,3 | 5,6 | 4,0 | 4,8 | 4,6 |
| Media | 4,0 | 4,3 | 5,1 | 4,6 | 4,7 | 5,3 | 4,0 | 4,2 | 4,3 |
| Alta | 4,1 | 4,5 | 5,3 | 4,9 | 5,1 | 5,7 | 4,3 | 3,9 | 4,8 |
| Muy Alta | 3,4 | 5,0 | 4,6 | 5,1 | 4,6 | 5,6 | 3,5 | 4,2 | 3,9 |
| Post-materialismo: | | | | | | | | | |
| Materialistas | 4,4 | 4,7 | 5,7 | 4,6 | 5,2 | 5,6 | 4,3 | 4,5 | 4,8 |
| Post-materialistas | 3,2 | 4,0 | 4,8 | 5,0 | 4,4 | 5,3 | 3,3 | 3,7 | 3,7 |
| Ideología: | | | | | | | | | |
| Izquierda | 3,1 | 3,8 | 5,8 | 5,6 | 4,3 | 5,8 | 2,7 | 4,1 | 3,3 |
| Centro Izquierda | 3,9 | 4,8 | 6,3 | 5,3 | 4,9 | 6,0 | 3,6 | 4,4 | 4,5 |
| Centro | 4,8 | 5,2 | 5,5 | 4,5 | 6,3 | 5,0 | 4,8 | 4,7 | 5,4 |
| Centro Derecha | 5,4 | 5,1 | 4,9 | 4,3 | 5,2 | 5,1 | 6,0 | 5,0 | 5,9 |
| Derecha | 5,5 | 4,2 | 4,3 | 3,1 | 4,8 | 4,4 | 6,7 | 3,8 | 6,0 |

Hábitat:

| | | | | | | | | | |
|---------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Rural | 4,0 | 4,5 | 5,9 | 4,7 | 5,3 | 5,6 | 4,3 | 4,4 | 4,9 |
| Urbano | 4,1 | 4,3 | 5,6 | 4,8 | 4,9 | 5,4 | 3,8 | 4,2 | 4,4 |
| Metropolitano | 4,1 | 4,6 | 5,0 | 4,7 | 4,8 | 5,7 | 4,2 | 4,2 | 4,4 |

Exposición a Medios:

| | | | | | | | | | |
|------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Alta | 4,0 | 4,8 | 4,9 | 4,5 | 4,9 | 5,5 | 4,5 | 4,0 | 4,8 |
| Media Alta | 4,0 | 4,7 | 5,4 | 4,9 | 5,0 | 5,8 | 4,3 | 4,5 | 4,4 |
| Media Baja | 4,2 | 4,1 | 5,6 | 4,7 | 5,0 | 5,3 | 3,7 | 4,5 | 4,4 |
| Baja | 4,1 | 4,0 | 5,7 | 4,6 | 4,9 | 5,4 | 3,9 | 3,9 | 4,4 |

4.3.2. Ranking de Personajes Públicos

En los Cuadros 4.3.2.1. a 4.3.2.3. se han ordenado los personajes públicos, según los tres indicadores de imagen utilizados (conocimiento, valoración y dispersión opinática), incluyendo todos los líderes por los que se ha preguntado en los diez últimos sondeos, siguiendo el mismo procedimiento ya explicado para las instituciones.

Debe resaltarse la gran diferencia de valoración entre la Reina D^a Sofía y el Príncipe Felipe con respecto a todos los demás personajes públicos.

Como puede comprobarse, trece de los treinta y cuatro personajes públicos son conocidos por un 70 por ciento o más de los entrevistados, mientras que Rosa Conde, Hernández Gil, Ferrer Salat, Corcuera, Herrero de Miñón Aznar, Mayor Zaragoza, Borrell, Punset y Matilde Fernández son conocidos por menos del 50 por ciento.

Ocho de los 34 personajes son valorados por encima de los 5 puntos, pero sólo Hernández Mancha, Carrillo, y Blas Piñar reciben una valoración de 3,5 puntos o inferior.

Y, aunque solo la Reina Sofía y el Príncipe Felipe tienen una dispersión opinática inferior al 40 por ciento, Carrillo, y Blas Piñar superan el 80 por ciento.

Cuadro 4.3.2.1.

Ranking de Conocimiento de Personajes Públicos

| ABRIL 1989 | % que Conocen |
|----------------------------------|---------------|
| 1. Príncipe Felipe | 89 |
| 2. Felipe González | 88 |
| 3. Santiago Carrillo | 85 |
| 4. Reina D ^a Sofía | 85 |
| 5. Adolfo Suarez | 84 |
| 6. Manuel Fraga | 84 |
| 7. Pilar Miró | 82 |
| 8. Alfonso Guerra | 81 |
| 9. Miguel Boyer | 78 |
| 10. A. Hernández Mancha | 76 |
| 11. Nicolás Redondo | 73 |
| 12. Carlos Solchaga | 71 |
| 13. Fernando Morán | 70 |
| 14. Marcelino Oreja | 69 |
| 15. Blas Piñar | 66 |
| 16. Julio Anguita | 65 |
| 17. J.M. Samaranch | 61 |
| 18. A. Gutiérrez | 55 |
| 19. Luis Solana | 54 |
| 20. Ramón Tamames | 53 |
| 21. Javier Rupérez | 51 |
| 22. Manuel Cháves | 51 |
| 23. Rodolfo Martín Villa | 51 |
| 24. Abel Matutes | 50 |
| 25. Rosa Conde | 49 |
| 26. A. Hernández Gil | 48 |
| 27. Carlos Ferrer Salat | 47 |
| 28. José Luis Corcuera | 46 |
| 29. Miguel Herrero y R. de Miñón | 46 |
| 30. José María Aznar | 43 |
| 31. F. Mayor Zaragoza | 42 |
| 32. José Borrell | 39 |
| 33. Eduardo Punset | 34 |
| 34. Matilde Fernández | 21 |

Cuadro 4.3.2.2.

Ranking de Valoración de Personajes Públicos

ABRIL 1989

Valoración Media (x)

| | |
|-----------------------------|-----|
| 1. Reina Da.Sofía | 7,4 |
| 2. Príncipe Felipe | 7,4 |
| 3. J. A. Samaranch | 6,6 |
| 4. Felipe González | 5,5 |
| 5. Fernando Morán | 5,5 |
| 6. Nicolás Redondo | 5,4 |
| 7. Adolfo Suárez | 5,0 |
| 8. F. Mayor Zaragoza | 5,0 |
| 9. A. Gutiérrez | 4,9 |
| 10. Matilde Fernández | 4,7 |
| 11. Luis Solana | 4,6 |
| 12. A. Hernández Gil | 4,5 |
| 13. Miguel H. y R. de Miñón | 4,5 |
| 14. Rosa Conde | 4,4 |
| 15. José María Aznar | 4,4 |
| 16. Carlos Ferrer Salat | 4,3 |
| 17. Marcelino Oreja | 4,3 |
| 18. Julio Anguita | 4,2 |
| 19. Eduardo Punset | 4,2 |
| 20. José Luis Corcuera | 4,2 |
| 21. Abel Matutes | 4,1 |
| 22. Rodolfo Martín Villa | 4,1 |
| 23. M. Fraga | 4,1 |
| 24. Manuel Chaves | 4,0 |
| 25. José Borrell | 4,0 |
| 26. Pilar Miró | 3,9 |
| 27. Javier Rupérez | 3,9 |
| 28. Alfonso Guerra | 3,8 |
| 29. Ramón Tamames | 3,8 |
| 30. Carlos Solchaga | 3,8 |
| 31. Miguel Boyer | 3,6 |
| 32. A. Hernández Mancha | 3,5 |
| 33. Santiago Carrillo | 3,3 |
| 34. Blas Piñar | 1,4 |

Cuadro 4.3.2.3.

Ranking de Dispersión Opinática de Personajes Públicos

ABRIL 1989

Dispersión Opinática
(s/x)100

| | |
|------------------------------|-----|
| 1. Reina Da. Sofía | 37 |
| 2. Príncipe Felipe | 37 |
| 3. J.A. Samaranch | 41 |
| 4. Fernando Morán | 48 |
| 5. Nicolás Redondo | 49 |
| 6. Adolfo Suárez | 51 |
| 7. Felipe González | 52 |
| 8. Luis Solana | 53 |
| 9. A. Hernández Gil | 54 |
| 10. Antonio Gutiérrez | 54 |
| 11. Matilde Fernández | 54 |
| 12. F. Mayor Zaragoza | 56 |
| 13. Julio Anguita | 57 |
| 14. J. L. Corcuera | 58 |
| 15. Rodolfo Martín Villa | 60 |
| 16. José María Aznar | 60 |
| 17. Manuel Cháves | 60 |
| 18. Rosa Conde | 60 |
| 19. Eduardo Punset | 60 |
| 20. M. Herrero y R. de Miñón | 61 |
| 21. Carlos Ferrer Salat | 62 |
| 22. Marcelino Oreja | 63 |
| 23. Abel Matutes | 63 |
| 24. José Borrel | 65 |
| 25. Pilar Miró | 67 |
| 26. Javier Rupérez | 67 |
| 27. Carlos Solchaga | 68 |
| 28. Ramón Tamames | 68 |
| 29. Alfonso Guerra | 74 |
| 30. Manuel Fraga | 76 |
| 31. Miguel Boyer | 76 |
| 32. A. Hernández Mancha | 77 |
| 33. Santiago Carrillo | 84 |
| 34. Blas Piñar | 169 |

4.4. EVALUACION DE LA COYUNTURA POLITICA Y SOCIAL

4.4.1. Evaluación de la Sociedad Española

En cada Informe A.S.E.P. se incluye un conjunto de frases que pretenden acercarse a lo que son los problemas y preocupaciones de la gente, a los temas de conversación con la familia o los compañeros de trabajo, con el fin de que los entrevistados digan si están de acuerdo o en desacuerdo con cada una de ellas.

Es evidente que, en general, las opiniones no son tan radicales, pues al ofrecer la alternativa acuerdo- desacuerdo se está forzando al entrevistado a definirse, evitando la ambigua posición del "depende". En todo caso, el entrevistado que insiste en no aceptar la dicotomía acuerdo-desacuerdo es incluido entre los NS/NC.

Las frases pretenden reflejar, a veces casi literalmente, lo que se oye por la calle y en los términos en que la gente suele utilizarlos, para evitar confundir al entrevistado con un lenguaje excesivamente academicista.

En el Cuadro 4.4.1.1. pueden contemplarse las frases incluidas en este Informe. El primer dato a destacar es la gran proporción de entrevistados que habitualmente contestan, lo que no es frecuente en otras preguntas. No obstante, dos cuestiones han provocado este mes una proporción de NS/NC superior al 30 por ciento, (la relativa a si "los vascos tienen o no razón al reclamar la incorporación de Navarra al País Vasco", y la que afirmaba que "tal y como están las cosas lo mejor sería un Gobierno de coalición entre el PSOE y el Partido Popular").

Para cada frase se ha construido un Índice de Acuerdo- Desacuerdo, que no es sino la diferencia entre ambas proporciones. Partiendo del nivel de respuesta, que puede tomarse como indicador del grado de saliencia de cada frase, es decir, del grado en que interesa, o preocupa o constituye una cuestión para el entrevistado, y del valor del Índice de Acuerdo-Desacuerdo, se han clasificado las cinco frases en el Cuadro 4.4.1.2.

De las tres frases con alto grado de saliencia, (han opinado sobre ellas un 70 por ciento o más de los entrevistados), una ha logrado un alto grado de acuerdo, otra un notable grado de desacuerdo o rechazo, y la tercera es controvertida.

Así, la opinión pública se muestra unánime y muy intensamente de acuerdo con la afirmación de que "Puesto que ETA ha anunciado su vuelta a la lucha armada, el Gobierno tiene la obligación de utilizar todos los medios a su alcance para acabar con el terrorismo". Como puede comprobarse, solo un 13 por ciento de los entrevistados dejó de opinar sobre esta cuestión, y tres de cada cuatro se mostraron de acuerdo o muy de acuerdo con ella. Además, todos los segmentos de la población se mostraron con una similar intensidad de acuerdo, sin excepción.

Por otra parte, la opinión pública se muestra globalmente en desacuerdo con la afirmación de que "el Gobierno debía haber cedido ante el ultimátum de ETA, para acabar con el terrorismo y lograr la paz". Pero, en este caso, aunque la mayoría de los segmentos de la población se muestran claramente en desacuerdo con que el Gobierno debiera haber cedido ante el ultimátum de ETA, en algunos segmentos las opiniones son más controvertidas, aunque siempre con tendencia al rechazo. Concretamente, se observa mayor controversia de opiniones entre los mayores de 65 años, los de posición social muy baja y baja, los de derecha, los residentes en áreas rurales, y los de baja exposición a medios de comunicación.

En cuanto a la tercera cuestión, que como se ha señalado es controvertida, se refería a que "El mejor sucesor de Felipe González como Presidente del Gobierno sería Adolfo Suárez". El único segmento claramente de acuerdo con esta afirmación es de quienes se autoposicionan ideológicamente en el centro, pero los menores de 30 años, los de posición social alta y muy alta, los de izquierda, centro izquierda y centro derecha y los post- materialistas, se muestran claramente en desacuerdo con la afirmación. Y los demás segmentos, aunque parecen exhibir una opinión más controvertida, tienden a estar en desacuerdo.

Las dos cuestiones restantes son algo menos salientes, como se ha dicho, pues opinan sobre ellas algo menos del 70 por ciento de los entrevistados. De ellas, una suscita una reacción de desacuerdo bastante generalizado, la de que "Tal y como están las cosas, lo mejor sería un Gobierno de coalición entre el PSOE y el Partido Popular". El resultado ha sido prácticamente idéntico al obtenido el mes pasado. Ningún segmento se muestra ni siquiera ligeramente de acuerdo con esta afirmación, aunque se observa cierta mayor controversia de opiniones, con tendencia al desacuerdo, entre las mujeres, los mayores de 50 años, los de posición social baja y muy baja, los de centro, centro derecha y derecha, los residentes en áreas rurales, y los de baja exposición a medios de comunicación. En conclusión, se sigue rechazando la conveniencia de un Gobierno de coalición entre el PSOE y el PP, pero con menor intensidad que en el mes de marzo.

Por último, la otra cuestión poco saliente es además controvertida, y se refiere a que "Los vascos tienen razón al reclamar la incorporación de Navarra al País Vasco". Debe aclararse, sin embargo, que aunque la cuestión es controvertida, muestra una fuerte tendencia a ser rechazada. En efecto, el desacuerdo es claramente visible entre los varones, los de 30 a 64 años, los de posición social alta y muy alta, los de centro izquierda, centro, centro derecha y derecha, los residentes en áreas metropolitanas, los materialistas, los satisfechos con el funcionamiento de la democracia, los insatisfechos con el Gobierno, y los de exposición alta, media alta y media baja a medios de comunicación. Pero, en los restantes segmentos, la opinión es controvertida, aunque, por supuesto, con tendencia al desacuerdo.

Cuadro 4.4.1.1.

Grado de Acuerdo-Desacuerdo con respecto a ciertas frases sobre la Sociedad Española

| ABRIL 1989 | Muy de Acuerdo | De Acuerdo | Indiferente | En Desacuerdo | Muy en Desacuerdo | NS/NC | Índice A/D |
|---|-----------------------|-------------------|--------------------|----------------------|--------------------------|--------------|-------------------|
| (1) Los vascos tienen razón al reclamar la incorporación de Navarra al País Vasco.... | 4% | 12 | 17 | 21 | 14 | 32 | -18 |
| (2) El mejor sucesor de Felipe González como Presidente de Gobierno sería Adolfo Suarez..... | 6% | 21 | 10 | 25 | 12 | 26 | -10 |
| (3) El Gobierno debía haber cedido ante el ultimátum de ETA para acabar con el terrorismo y lograr la paz..... | 6% | 17 | 3 | 32 | 20 | 22 | -30 |
| (4) Tal y como están las cosas lo mejor sería un Gobierno de coalición entre el PSOE y el Partido Popular..... | 2% | 15 | 8 | 27 | 16 | 32 | -26 |
| (5) Puesto que ETA ha anunciado su vuelta a la lucha armada el Gobierno tiene, la obligación de utilizar los medios a su alcance para acabar con el terrorismo..... | 32% | 42 | 2 | 6 | 4 | 13 | +64 |

Cuadro 4.4.1.2.

Grado de Acuerdo-Desacuerdo con respecto a ciertas frases sobre la Sociedad Española, por Grado de Saliencia

ABRIL 1.989

| | SALIENCIA | |
|---|--|--|
| Grado de A/D | Alta (NS/NC <30%) | Baja (NS/NC >30%) |
| Acuerdo IA/D = +20 a +100 | - Obligación del Gobierno de utilizar los medios a su alcance para acabar con el terrorismo. | |
| | | |
| Controvertida IA/D = -20 a +20 | - El mejor sucesor de Felipe González como Presidente del Gobierno sería Adolfo Suárez. | - Los vascos tienen razón al reclamar la incorporación de Navarra al País Vasco. |
| | | |
| Desacuerdo IA/D -20 a -100 | - El Gobierno debería haber cedido ante el ultimatum de ETA. | - Tal y como están las cosas lo mejor sería un Gobierno de coalición PSOE y P.P. |
| | | |

Cuadro 4.4.1.3.

**Índice de Acuerdo-Desacuerdo con respecto a ciertas frases
sobre la Sociedad Española, por Características de los
Entrevistados.**

| | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
|-------------------------------|---|--|-------------------------------|------------------------------------|---|
| ABRIL 1.989 | Incorporación de Navarra al País Vasco | Suárez el me- jor sucesor de González | Ceder ante ETA | Gobierno PSOE/ P.P. | Utilizar medios para acabar con terrorismo |
| Total | -18 | -10 | -30 | -26 | +64 |
| Sexo: | | | | | |
| Varones | -21 | -17 | -41 | -33 | +67 |
| Mujeres | -15 | - 4 | -20 | -19 | +60 |
| Edad: | | | | | |
| - 30 años | -12 | -21 | -35 | -35 | +56 |
| 30-49 años | -22 | - 7 | -39 | -32 | +65 |
| 50-64 años | -21 | - 5 | -29 | -17 | +66 |
| 65 y más años | -15 | - 7 | - 6 | -11 | +69 |
| Posición Social | | | | | |
| Muy Baja | -10 | - 4 | + 6 | -10 | +63 |
| Baja | -12 | - 1 | -17 | -15 | +65 |
| Media | -19 | -12 | -34 | -28 | +63 |
| Alta | -28 | -26 | -56 | -42 | +62 |
| Muy Alta | -50 | -27 | -73 | -81 | +62 |
| Ideología: | | | | | |
| Izquierda | - 9 | -29 | -34 | -52 | +62 |
| Centro Izquierda | -25 | -22 | -43 | -51 | +72 |
| Centro | -21 | +27 | -40 | - 5 | +74 |
| Centro Derecha | -39 | -23 | -48 | -13 | +64 |
| Derecha | -22 | -11 | -18 | - 6 | +76 |
| Hábitat: | | | | | |
| Rural | -13 | - 8 | -19 | -16 | +74 |
| Urbano | -16 | - 7 | -30 | -24 | +59 |
| Metropolitano | -25 | -17 | -40 | -38 | +62 |
| Post-Materialismo: | | | | | |
| Materialistas | -21 | - 6 | -29 | -20 | +68 |
| Post-Materialistas | -10 | -24 | -36 | -45 | +48 |
| Satisf.con Democracia: | | | | | |
| Satisfechos | -21 | - 7 | -29 | -27 | +67 |
| Indiferentes | -10 | -10 | -10 | - 9 | +52 |
| Insatisfechos | -18 | -16 | -41 | -33 | +63 |
| Satisf.con Gobierno: | | | | | |
| Satisfechos | -18 | - 7 | -28 | -28 | +69 |
| Indiferentes | -13 | - 2 | -15 | - 3 | +63 |
| Insatisfechos | -20 | -16 | -38 | -31 | +60 |
| Exposición a Medios: | | | | | |
| Alta | -24 | -18 | -52 | -35 | +54 |
| Media alta | -20 | -11 | -39 | -40 | +60 |
| Media baja | -22 | - 7 | -32 | -25 | +67 |
| Baja | -12 | - 8 | -13 | -13 | +68 |

4.4.2. Evaluación de la Labor del Gobierno de la Nación

Mediante una técnica similar, de evaluación como bien o mal, se ha intentado indagar la opinión que los españoles tienen de algunas medidas o actuaciones recientes del Gobierno. En este caso no se trata de mostrar el acuerdo o desacuerdo con una frase, sino de decir si les parece bien o mal lo que el Gobierno ha dicho o hecho en algún sector concreto.

En los Cuadros 4.4.2.1. a 4.4.2.3. se pueden ver los datos respecto a las medidas por las que se ha preguntado en abril.

El primer hecho a destacar es, en éste caso, que solo una de las cinco medidas o actuaciones es poco saliente ante la opinión pública española, en el sentido de que opinan sobre ella menos del 70 por ciento de los entrevistados: la relativa a la autorización para crear Universidades privadas.

Utilizando otra vez el grado de saliencia, por una parte, y la evaluación de las medidas o actuaciones gubernamentales en cuestión, se comprueba que las cinco medidas son controvertidas.

No obstante, de las cinco medidas, dos muestran cierta tendencia a ser aprobadas por la opinión pública: las declaraciones de Felipe González asegurando que no convocarán elecciones hasta 1.990, y la autorización para crear universidades privadas.

Así, a la mayor parte de los segmentos de la población les parece bien que Felipe González no piense convocar elecciones hasta 1.990, pero en algunos segmentos se observa cierta controversia, aunque con tendencia a que les parezca bien: mujeres, menores de 30 años, posición social muy baja, media y muy alta, los de centro, centro derecha y derecha, residentes en áreas metropolitanas, post-materialistas, insatisfechos con el Gobierno o con el funcionamiento de la democracia y alta exposición a medios.

De manera semejante, y aunque existe controversia de opiniones, se observa cierta tendencia a que a los entrevistados les parezca bien la autorización para crear universidades privadas, y esta tendencia es visible en la mayor parte de los segmentos, y claramente manifiesta entre los varones, los de 50 a 64 años, los de posición social muy baja y alta, los de centro derecha, los residentes en áreas rurales, los materialistas y los satisfechos con el Gobierno y con el funcionamiento de la democracia.

Las otras medidas o actuaciones del Gobierno son mucho más controvertidas. Así, por ejemplo, la política que se sigue para frenar el aumento en el precio de las viviendas es controvertida en todos los segmentos de la población, excepto entre los satisfechos con el Gobierno, a quienes más claramente parece bien, y los de posición social muy alta, a quienes claramente parece mal.

La opinión pública se muestra también muy dividida respecto a la política para proteger el medio ambiente, pero ésta parece claramente bien a los de posición social muy baja y baja, y a los satisfechos con el Gobierno, pero parece claramente mal a los de posición social alta y muy alta, a los post-materialistas y a los insatisfechos con el Gobierno y con el funcionamiento de la democracia.

Y en cuanto a las medidas aprobadas para fomentar el empleo, existe una opinión controvertida en la mayor parte de los segmentos de la población, pero se muestran claramente descontentos con ellas los de posición social muy alta, los de centro derecha, los post-materialistas, los

insatisfechos con el Gobierno y con el funcionamiento de la democracia, así como los de alta exposición a medios, y solo se muestran claramente satisfechos con ellas los que están satisfechos con el Gobierno.

Cuadro 4.4.2.1.

Evaluación de ciertas Medidas y Actuaciones del Gobierno

| ABRIL 1.989 | | Muy Bien | Bien | Indife- rente | Mal | Muy Mal | NS/Índice NC | B-M |
|--------------------|--|---------------------|-------------|--------------------------|------------|--------------------|-------------------------|------------|
| (1) | La política para proteger el medio ambiente..... | 3% | 34 | 6 | 29 | 6 | 22 | +13 |
| (2) | Las declaraciones de F. González asegurando que no convocará elecciones hasta 1.990..... | 3% | 34 | 16 | 15 | 3 | 29 | +19 |
| (3) | Las medidas aprobadas para fomentar el empleo..... | 3% | 33 | 4 | 30 | 8 | 23 | - 2 |
| (4) | La autorización para crear Universidades Privadas..... | 8% | 36 | 7 | 18 | 5 | 31 | +15 |
| (5) | La política que se sigue para frenar el aumento en el precio de las viviendas..... | 3% | 34 | 4 | 22 | 9 | 28 | + 5 |

Cuadro 4.4.2.2.

Evaluación de ciertas Medidas y Actuaciones del Gobierno, por Grado de Saliencia

ABRIL 1.989

| Evaluación Bien/Mal | SALIENCIA | |
|--|---|--|
| | Alta (NS/NC <30%) | Baja (NS/NC >30%) |
| Bien IB/M = +20 a +100 | | |
| <hr/> Controversia IA/D = -20 a +20 | <ul style="list-style-type: none">- La política para proteger el medio ambiente.- Las medidas aprobadas para fomentar el empleo- La política que se sigue para frenar el aumento en el precio de las viviendas- Las declaraciones de Felipe González asegurando que no convocará elecciones hasta 1.990. | <ul style="list-style-type: none">- La autorización para crear Universidades Privadas. |
| <hr/> Mal IB/M -20 a -100 | | |
| <hr/> | | |

Cuadro 4.4.2.3.

Evaluación de ciertas Medidas y Actuaciones del Gobierno,
por Características de los Entrevistados.

| ABRIL 1.989 | (1) Política Medio Ambiente | (2) Declaraciones F. González | (3) Fomentar Empleo | (4) Crear Universi- dades Privadas | (5) Frenar Precios Viviendas |
|-------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|--|------------------------------------|
| Total | + 3 | +19 | - 2 | +15 | + 5 |
| Sexo: | | | | | |
| Varones | - 4 | +21 | - 3 | +20 | + 3 |
| Mujeres | +10 | +17 | - 1 | +10 | + 8 |
| Edad: | | | | | |
| - 30 años | - 3 | +12 | -16 | +12 | + 1 |
| 30-49 años | - 4 | +20 | -13 | +11 | - 3 |
| 50-64 años | +12 | +26 | +15 | +25 | +16 |
| 65 y más años | +17 | +20 | +18 | +16 | +16 |
| Posición Social: | | | | | |
| Muy Baja | +24 | +15 | +16 | +23 | +18 |
| Baja | +21 | +23 | +15 | +15 | +18 |
| Media | - 1 | +16 | -10 | +12 | + 1 |
| Alta | -20 | +23 | -18 | +29 | - 7 |
| Muy Alta | -73 | +15 | -39 | -11 | -50 |
| Ideología: | | | | | |
| Izquierda | - 4 | +36 | - 6 | + 6 | + 6 |
| Centro Izquierda | + 2 | +50 | - 5 | +18 | + 6 |
| Centro | + 5 | +10 | + 1 | +16 | + 1 |
| Centro Derecha | - 2 | + 2 | -22 | +38 | - 3 |
| Derecha | - 8 | -12 | + 1 | +13 | + 1 |
| Hábitat: | | | | | |
| Rural | +11 | +24 | +17 | +24 | +19 |
| Urbano | +12 | +23 | - 2 | +15 | + 4 |
| Metropolitano | -18 | + 8 | -19 | + 8 | - 4 |

| | | | | | |
|------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Post-materialismo: | | | | | |
| Materialistas | +13 | +21 | + 8 | +20 | +11 |
| Postmaterialistas | -28 | +14 | -34 | - 1 | -13 |
| Satisfac. Democracia: | | | | | |
| Satisfechos | +17 | +36 | +15 | +23 | +16 |
| Indiferentes | - 3 | + 4 | - 6 | +12 | + 9 |
| Insatisfechos | -22 | - 6 | -32 | + 3 | -14 |
| Satisfac. Gobierno: | | | | | |
| Satisfechos | +26 | +46 | +24 | +25 | +20 |
| Indiferentes | + 3 | +11 | - * | +20 | + 7 |
| Insatisfechos | -23 | - 8 | -34 | + 4 | -13 |
| Exposición Medios: | | | | | |
| Alta | -18 | + 4 | -21 | +13 | - 9 |
| Media alta | - 5 | +28 | -15 | +19 | + * |
| Media baja | + 6 | +19 | + 1 | +16 | + 8 |
| Baja | +16 | +20 | +14 | +13 | +14 |

4.4.3. Satisfacción con el Gobierno

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

Como puede comprobarse en el Cuadro 4.4.3.1., el ISG está este mes, por primera vez desde mayo de 1.988, por encima del nivel de equilibrio, demostrando que los satisfechos son más numerosos que los insatisfechos.

Al analizar el Sistema de Indicadores ya se comentó la relación entre este Índice y otros, especialmente los de post-materialismo, satisfacción con la democracia, etc. Aparte de esas relaciones, por tanto, los únicos segmentos de la población que se muestran insatisfechos este mes son los menores de 50 años, los de posición social media, alta y muy alta, los de clase alta y media alta, los de centro, centro derecha y derecha, y los residentes en áreas metropolitanas.

En general, la insatisfacción con el Gobierno es mayor cuanto más baja es la edad, cuanto más alta es la posición social y la clase social, cuanto mayor es el hábitat de residencia, y cuanto más a la derecha se autoposiciona ideológicamente el entrevistado.

Cuadro 4.4.3.1.

Índice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG)

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Muy Satisfecho | 3% | 6% | 4% | 4% | 3% | 2% | 3% | 2% | 3% | 4% |
| Algo Satisfecho | 31 | 34 | 32 | 38 | 36 | 32 | 34 | 39 | 35 | 42 |
| Indiferente | 21 | 19 | 22 | 12 | 10 | 10 | 10 | 7 | 8 | 10 |
| Algo Insatisfecho | 26 | 23 | 24 | 31 | 35 | 36 | 33 | 34 | 38 | 29 |
| Muy Insatisfecho | 15 | 15 | 14 | 11 | 14 | 15 | 17 | 14 | 11 | 11 |
| NS/NC | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |
| ISG | 94 | 102 | 99 | 100 | 90 | 83 | 86 | 92 | 90 | 105 |

Cuadro 4.4.3.2.

**Índice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG),
por Características de los Entrevistados**

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|----------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 94 | 102 | 99 | 100 | 90 | 83 | 86 | 92 | 90 | 105 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 88 | 104 | 101 | 101 | 91 | 79 | 82 | 96 | 85 | 106 |
| Mujeres | 99 | 99 | 97 | 99 | 89 | 87 | 90 | 89 | 94 | 104 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| - 30 años | 77 | 88 | 83 | 87 | 80 | 68 | 75 | 77 | 74 | 88 |
| 30-49 años | 89 | 97 | 93 | 95 | 84 | 71 | 81 | 89 | 77 | 98 |
| 50-64 años | 100 | 103 | 108 | 101 | 99 | 92 | 89 | 97 | 101 | 115 |
| 65 y más años | 122 | 130 | 123 | 127 | 105 | 121 | 114 | 116 | 126 | 134 |
| Posición Social | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 130 | 122 | 143 | 124 | 101 | 123 | 136 | 102 | 111 | 137 |
| Baja | 108 | 111 | 104 | 112 | 98 | 102 | 100 | 103 | 109 | 119 |
| Media | 89 | 98 | 93 | 95 | 86 | 75 | 80 | 88 | 83 | 96 |
| Alta | 68 | 89 | 95 | 81 | 79 | 51 | 66 | 76 | 58 | 92 |
| Muy Alta | 39 | 70 | 84 | 86 | 79 | 43 | 52 | 107 | 42 | 77 |
| Clase Soc. Subjet.: | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 84 | 82 | 75 | 60 | 70 | 96 | 78 | 55 | 68 | 97 |
| Media | 92 | 101 | 97 | 99 | 88 | 77 | 82 | 94 | 87 | 102 |
| Baja | 102 | 106 | 111 | 113 | 104 | 104 | 112 | 98 | 102 | 122 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 94 | 96 | 114 | 100 | 96 | 77 | 101 | 94 | 90 | 113 |
| Centro Izquierda | 118 | 151 | 120 | 131 | 102 | 95 | 102 | 119 | 112 | 135 |
| Centro | 84 | 89 | 85 | 95 | 92 | 83 | 70 | 95 | 90 | 95 |
| Centro Derecha | 54 | 86 | 56 | 76 | 57 | 78 | 58 | 70 | 53 | 84 |
| Derecha | 66 | 60 | 65 | 71 | 65 | 73 | 55 | 67 | 79 | 73 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 99 | 111 | 110 | 111 | 97 | 100 | 106 | 104 | 82 | 126 |
| Urbano | 98 | 107 | 99 | 105 | 90 | 80 | 86 | 91 | 103 | 107 |
| Metropolitano | 82 | 85 | 88 | 82 | 83 | 72 | 70 | 85 | 74 | 85 |

4.4.4. Satisfacción con el Funcionamiento de la Democracia

Puesto que habitualmente se ha estado utilizando un índice para medir el grado de satisfacción con el Gobierno, y teniendo en cuenta que es frecuente oír que la insatisfacción con el Gobierno representa insatisfacción con la democracia, o que la crítica al Gobierno es una crítica a la democracia, se inició en octubre la elaboración de un índice de satisfacción con el funcionamiento de la Democracia, para comprobar hasta qué punto estas suposiciones eran o no ciertas.

En el Cuadro 4.4.4.1. se observa que más de la mitad de los entrevistados se sienten satisfechos o muy satisfechos con el funcionamiento de la democracia en España, pero un 30 por ciento se consideran este mes realmente insatisfechos o muy insatisfechos, mientras que un 14 por ciento es indiferente o no opina sobre esta cuestión. En resumen, parece que el índice no sólo es positivo, sino bastante positivo, aunque no debe dejar de preocupar que uno de cada cuatro españoles mayores de 18 años esté insatisfecho con el funcionamiento de la democracia. Como se ve, en todo caso, el grado de satisfacción con la democracia es mayor que el de satisfacción con el Gobierno, aunque ya se vio, al examinar el Sistema de Indicadores, que existe una relación positiva entre ambos indicadores.

Puesto que ya se examinó la relación entre este Índice y los otros indicadores del Sistema, se presentan algunas otras especificaciones interesantes en el Cuadro 4.4.4.2.

Así, se comprueba que este mes solo hay tres segmentos de la población en que predominen los insatisfechos con el funcionamiento de la democracia: los de posición social muy alta, los de clase alta y media alta, y los de derecha.

En general, se puede observar que el grado de satisfacción es mayor cuanto más edad tiene el entrevistado; es mayor entre los de centro izquierda, y es menor cuanto mayor es el tamaño del hábitat de residencia, cuanto más alta es la posición social, y cuanto más alta es la clase social con la que se identifica.

No obstante, la satisfacción con el funcionamiento de la democracia es bastante general, y como se puede comprobar, es relativamente independiente del grado de satisfacción con la labor del Gobierno de la Nación, ya que este mes se observa una cierta satisfacción con el Gobierno junto a una satisfacción relativamente alta con el funcionamiento de la democracia.

Cuadro 4.4.4.1.

Grado de Satisfacción con el Funcionamiento de la Democracia en España

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Muy Satisfecho | 3% | 5% | 3% | 3% | 4% | 2% | 2% |
| Satisfecho | 50 | 48 | 54 | 53 | 52 | 56 | 54 |
| Indiferente | 12 | 11 | 10 | 9 | 8 | 10 | 10 |
| Insatisfecho | 24 | 27 | 25 | 27 | 28 | 24 | 25 |
| Muy Insatisfecho | 5 | 6 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| NS/NC | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| Índice | 124 | 121 | 126 | 124 | 124 | 131 | 126 |
| Total | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

Cuadro 4.4.4.2.

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

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 124 | 121 | 126 | 124 | 124 | 131 | 126 |
| Sexo | | | | | | | |
| Varones | 123 | 124 | 124 | 121 | 131 | 128 | 130 |
| Mujeres | 125 | 118 | 128 | 127 | 117 | 133 | 123 |
| Edad | | | | | | | |
| 18 a 29 años | 122 | 121 | 117 | 117 | 112 | 128 | 120 |
| 30 a 49 años | 122 | 120 | 124 | 121 | 127 | 126 | 126 |
| 50 a 64 años | 120 | 121 | 126 | 122 | 125 | 132 | 130 |
| 65 y más años | 139 | 120 | 147 | 145 | 134 | 143 | 133 |
| Posición Social | | | | | | | |
| Muy Baja | 140 | 132 | 151 | 165 | 146 | 139 | 150 |
| Baja | 133 | 116 | 135 | 133 | 126 | 142 | 129 |
| Media | 120 | 122 | 120 | 122 | 118 | 126 | 124 |
| Alta | 116 | 118 | 114 | 99 | 126 | 109 | 124 |
| Muy Alta | 90 | 138 | 138 | 120 | 155 | 149 | 88 |
| Clase Social | | | | | | | |
| Alta, Media Alta | 128 | 123 | 132 | 118 | 129 | 121 | 87 |
| Media | 123 | 122 | 124 | 124 | 125 | 131 | 128 |
| Baja | 134 | 118 | 135 | 133 | 123 | 131 | 131 |
| Ideología | | | | | | | |
| Izquierda | 123 | 126 | 123 | 127 | 133 | 122 | 137 |
| Centro Izquierda | 140 | 136 | 147 | 143 | 149 | 151 | 147 |
| Centro | 124 | 127 | 130 | 126 | 123 | 133 | 130 |
| Centro Derecha | 123 | 91 | 113 | 111 | 110 | 128 | 116 |
| Derecha | 94 | 103 | 98 | 84 | 102 | 112 | 92 |
| Hábitat | | | | | | | |
| Rural | 132 | 127 | 141 | 133 | 133 | 124 | 142 |
| Urbano | 125 | 116 | 122 | 125 | 125 | 142 | 128 |
| Metropolitano | 116 | 122 | 120 | 115 | 113 | 119 | 128 |

4.5. INTENCIONES DE VOTO

El análisis de la intención de voto es una tarea difícil y compleja en cualquier situación, pero lo es aún más en un período entre elecciones, cuando aumentan los indecisos.

Por todo ello, el análisis de la intención de voto es algo más que simplemente preguntar a la gente a qué partido votaría si hubiese elecciones mañana; primero, porque las elecciones no son mañana; segundo, porque no se sabe con exactitud qué partidos se presentan, y si se presentan por separado o coaligados con otros; y tercero, porque no se sabe con exactitud quién o quiénes serán los líderes de cada partido en el momento de las elecciones.

En consecuencia, hay que proceder con toda cautela, si lo que se quiere 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 investigaciones por relación a 100 entrevistados (que sería el equivalente a 100 electores en una situación real de elecciones), y no por relación a 100 entrevistados-que- hayan-indicado- su-intención-de-voto (equivalente a 100 votantes válidos en una situación real de elecciones). Ya se sabe que los escaños se reparten a nivel provincial, y no a nivel nacional, que suele ser el alcance muestral de la mayoría de encuestas y sondeos, en función del porcentaje de votos obtenidos sobre 100 votos válidos y no sobre 100 electores; pero un sondeo no es una elección real, aunque se le parezca, y en períodos inter-electorales debe interesar más la explicación de los condicionantes del voto (o la predisposición al voto) que la predicción del resultado de una hipotética elección. La función predictiva de las encuestas y sondeos debe reservarse más bien para el momento en que ya se está próximo a la elección real.

Pero, además, la presentación de los resultados de un sondeo inter-electoral sobre 100 entrevistados con intención de voto declarada (equivalente a 100 votantes válidos en situación real), puede ser muy equívoca, pues depende del porcentaje de personas que no tienen todavía decidida (o no declaran) su intención de voto, y que no debe suponerse que se distribuirán con arreglo a la pauta de quienes sí tienen decidido (o declarado) su voto; ni tampoco debe suponerse que se abstendrán de votar. Esa práctica, metodológicamente poco justificable, no solo puede ser equívoca, sino que además impide (o al menos entorpece) el análisis de las características de quienes todavía no han decidido (o simplemente no declaran) su intención de voto.

- b. En segundo lugar, se deben explorar muy diversos enfoques para 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 una simple "adivinanza" o "quiniela política", ni es un mero ejercicio de medición de actitudes carente de interpretación y análisis. El análisis de las intenciones de voto debe tomar en cuenta los datos relativos a las actitudes y comportamientos electorales, así como a una gama más amplia de variables políticas, sociales y económicas. Se trata pues de diferenciar entre una simple medición cuantitativa y el análisis sociológico propiamente dicho.

Se pretende por tanto evitar la afición a la "quiniela electoral", y a los "sondeos" carentes de las más elementales bases metodológicas, olvidando desgraciadamente cuál es el propósito del análisis sociológico con rigor científico, que desorienta a la opinión pública y crea un clima para desacreditar a los sondeos pre-electorales y a los profesionales de esa actividad que pretenden hacer una labor desligada de intereses de partidos o grupos con finalidad política definida, por entender que su deber, como decía Shils en su ya antiguo opúsculo sobre la Vocación de la Sociología es "iluminar a la opinión".

4.5.1. Electorados Potenciales, Inasequibles e Indiferentes

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 4.5.1.1. 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 cada partido.

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

Los datos parecen demostrar el alto potencial electoral del PSOE, (aunque desde hace un año parece estar disminuyendo y está cada vez más alejado del 40%), seguido por el CDS (que se mantiene alrededor del 20 por ciento), y que desde el sondeo de octubre de 1986 supera a Alianza Popular (aunque siempre hay que contar con la existencia de un voto "oculto" para el PP), partido cuyo "electorado potencial" es inferior al nivel de sus resultados reales en 1986. En este Cuadro, como en muchos de los siguientes, debe advertirse que se ofrecen por separado los datos relativos a algunos partidos nacionalistas de izquierda, por entender que merecen una atención especial.

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, IU y los partidos nacionalistas de izquierda son los partidos con un electorado inasequible más importante (entre un 28 y un 30 por ciento). Debe resaltarse además que, por tercera vez desde abril de 1.988, el PP tiene un rechazo inferior al 30 por ciento.

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 tal antagonismo hacia él como para decir que nunca le 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 todavía no ha tomado una posición concreta respecto a dicho partido, es decir, qué proporción del electorado carece de una actitud definida hacia él, y por tanto, sobre qué proporción del electorado se podría actuar para transmitir una imagen suya que pueda interesar.

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

En cualquier caso, lo más sobresaliente de los datos de este mes de abril parece ser cierto ligero aumento del electorado potencial de todos los partidos, excepto del correspondiente al PP, que disminuye un punto porcentual.

Cuadro 4.5.1.1.

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

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Podría Votar: | | | | | | | | | | |
| PP | 15% | 15% | 16% | 14% | 18% | 14% | 16% | 18% | 16% | 15% |
| CDS | 21 | 20 | 22 | 19 | 22 | 20 | 22 | 22 | 20 | 20 |
| PSOE | 36 | 35 | 36 | 36 | 37 | 34 | 36 | 36 | 33 | 35 |
| IU | 10 | 13 | 12 | 12 | 12 | 12 | 11 | 11 | 11 | 12 |
| Nacionalistas Derecha | 12 | 11 | 12 | 9 | 12 | 8 | 7 | 12 | 8 | 10 |
| Nacionalistas Izquierda | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Otros | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| No Votará | 10 | 8 | 8 | 13 | 12 | 12 | 12 | 11 | 11 | 13 |
| NS | 10 | 10 | 12 | 15 | 14 | 12 | 14 | 15 | 17 | 16 |
| NC | 13 | 12 | 12 | 7 | 6 | 10 | 6 | 6 | 8 | 7 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |
| No Podría Votar ni Rechazaría: | | | | | | | | | | |
| PP | 57% | 53% | 52% | 56% | 50% | 54% | 52% | 53% | 56% | 57% |
| CDS | 72 | 73 | 72 | 74 | 69 | 72 | 71 | 71 | 74 | 74 |
| PSOE | 53 | 54 | 52 | 55 | 51 | 54 | 52 | 52 | 55 | 55 |
| IU | 71 | 73 | 67 | 70 | 66 | 67 | 67 | 66 | 69 | 70 |
| Nacionalistas Derecha | 73 | 75 | 71 | 81 | 76 | 80 | 84 | 77 | 80 | 79 |
| Nacionalistas Izquierda | 76 | 74 | 73 | 75 | 65 | 78 | 77 | 71 | 74 | 71 |
| Otros | 97 | 97 | 97 | 97 | 99 | 99 | 98 | 99 | 99 | 99 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |
| Nunca Votaría: | | | | | | | | | | |
| PP | 28% | 32% | 32% | 30% | 32% | 32% | 32% | 29% | 28% | 28% |
| CDS | 7 | 7 | 6 | 7 | 9 | 8 | 7 | 7 | 6 | 6 |
| PSOE | 11 | 11 | 12 | 9 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 10 |
| IU | 19 | 21 | 21 | 18 | 22 | 21 | 22 | 23 | 20 | 18 |
| Nacionalistas Derecha | 15 | 14 | 17 | 10 | 12 | 12 | 9 | 11 | 12 | 11 |

| | | | | | | | | | | |
|-------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Nacionalistas Izquierda | 21 | 23 | 24 | 22 | 32 | 20 | 21 | 27 | 24 | 27 |
| Otros | 1 | 1 | 1 | 1 | - | * | 1 | - | * | * |
| No Votará | 7 | 4 | 4 | 7 | 7 | 8 | 7 | 5 | 6 | 10 |
| NS | 16 | 16 | 13 | 19 | 17 | 15 | 19 | 20 | 19 | 19 |
| NC | 16 | 13 | 12 | 10 | 7 | 13 | 8 | 8 | 10 | 10 |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

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

4.5.2. La Intención de Voto

Se llega así al análisis de las intenciones de voto declaradas si las elecciones fuesen mañana. En el Cuadro 4.5.2.1. se ofrece la intención de voto si las elecciones fuesen mañana, así como los resultados reales de 1986; y en el Cuadro 4.5.2.2. se presentan las diferencias entre las intenciones de voto y los resultados reales en 1986, en puntos porcentuales y como porcentaje sobre los resultados de 1986.

Si se produjesen estos resultados efectivamente en las próximas elecciones, habría que concluir que el PP parece haber perdido alrededor de la mitad de su electorado de 1986. El resultado de este mes vuelve a mostrar una caída ligeramente mayor de la intención de voto hacia el PP, que implica la pérdida de más de la mitad de su electorado de 1986, desvaneciéndose así, al menos de momento, las expectativas más optimistas que habría provocado la vuelta de Fraga y la refundación de AP en PP. (Es evidente que la "ocultación" de voto, habitual en el caso de AP, no puede compensar la pérdida que este mes se sigue detectando). El PSOE recibe nuevamente este mes una intención de voto inferior a sus resultados de junio del '86, confirmando así su pauta habitual de los últimos doce meses. En realidad, el dato de este mes es el tercero más bajo de los últimos doce meses, lo que supone la pérdida de un 22 por ciento de su electorado de 1986, pero sobre todo confirma el acelerado proceso de pérdida de electorado. Izquierda Unida vuelve a manifestar un fuerte crecimiento (+53%) con respecto a 1986, aunque ello no se corresponde con los resultados reales en las elecciones de junio de 1987, pero si es más coherente con los resultados en las posteriores elecciones autonómicas en Cataluña. En todo caso, parece que es este partido el que más beneficios puede estar obteniendo del conflicto entre el Gobierno y los sindicatos. Y los partidos nacionalistas de centro y derecha parecen mostrar cierta estabilidad. El CDS mantiene igualmente un gran incremento respecto a 1986, inferior al de otros meses, y que no se corresponde sin embargo con el escaso crecimiento experimentado en las pasadas elecciones europeas, autonómicas y municipales, ni con las posteriores autonómicas catalanas, pero podría significar un crecimiento en las próximas elecciones generales, en las que Suárez si será candidato. Debe resaltarse que este mes ha obtenido su peor resultado desde noviembre de 1.988.

Los datos de este Informe parecen reflejar, en general, una pérdida en la intención de voto hacia el PP, CDS, PSOE e IU respecto al mes de marzo, y ligeros incrementos para los nacionalistas de izquierda y derecha y otros partidos. Pero lo más destacable es posiblemente la persistente pérdida de intenciones de voto hacia el PSOE, que obtiene este mes una intención de voto directa muy por debajo de sus resultados de 1986.

También parece estar fuera de toda duda un importante crecimiento de IU, aunque es posible que inferior al sugerido por la intención directa de voto, ya que puede ser coyuntural y atribuible a los recientes conflictos sociales.

Resulta también obligado hacer alguna referencia a la abstención prevista. Aunque es muy difícil hacer ahora estimaciones sobre la participación/abstención, puede afirmarse que la intención manifestada de no votar es extraordinariamente pequeña, (aunque es la más alta desde hace doce meses), debido a la tendencia a ocultar que no se piensa votar. Por ello, es fácil pensar que gran parte de los que han contestado NS/NC, en realidad se abstendrían en unas futuras elecciones.

Si la abstención en unas futuras elecciones fuese igual a la de 1986, quedaría un 16 por ciento del electorado como realmente indeciso respecto a sus intenciones de voto, lo que representa una proporción importante, que puede provocar cambios en las actuales previsiones electorales.

Por ello, también, parece razonable que pueda estar aumentando de forma importante la abstención, y en cualquier caso, la confusión e indecisión del electorado.

Y la última apreciación que debe hacerse aquí es un comentario, que puede ser muy sugestivo a efectos de intentar conocer cuáles son las tendencias realmente subyacentes en el electorado, y que se refiere a la comparación entre los resultados reales de 1986, el recuerdo de voto, y la intención de voto. En el Cuadro 4.5.2.3. se facilita la comparación de estos datos.

En efecto, se ha dicho que el recuerdo de voto para AP es inferior al que realmente tuvo (debido a ocultación, posiblemente por razón de la imagen pública de ese partido), mientras que el recuerdo de voto para el PSOE ha sido generalmente superior al resultado real de 1986 (lo que probablemente se deba atribuir a que la gente se sube "al carro" del vencedor).

El análisis de estos tres indicadores conduce a situaciones muy distintas en uno u otro partido. Así, el PP tiene un recuerdo y una intención de voto que son inferiores a sus resultados reales de 1986, y la intención de este mes vuelve a ser algo inferior al recuerdo (lo que es habitual en este partido). Por consiguiente, en el supuesto de que la "ocultación" fuese igual para el futuro que para el pasado, parece claro que el PP está perdiendo electorado.

El PSOE tiene un recuerdo de voto superior a los resultados reales de 1986, y una intención de voto que es inferior a los resultados del '86, y por tanto inferior al recuerdo de voto, lo que sugiere igualmente que el PSOE está perdiendo electorado, (probablemente algo más de un 20 por ciento de su electorado en 1986).

En cuanto al CDS, que tiene este mes un recuerdo algo inferior a sus resultados, tiene una intención de voto muy superior a ambos indicadores, lo que sugiere una clara tendencia a crecer. Los datos relativos a IU deben ser interpretados con más cautela, a causa de la más pequeña magnitud de las cifras, pero sugieren que está también creciendo, pues su recuerdo de voto es inferior a los resultados reales de 1986, mientras que su intención de voto es muy superior a ambos indicadores.

El crecimiento evidente del CDS y de IU podría explicar la progresiva disminución de intención de voto hacía el PSOE, aunque los resultados electorales de junio de 1987 sugieren que el voto perdido del PSOE se dirigió más a la abstención que a estos partidos, como también podría estar sucediendo ahora.

También parece evidente el crecimiento que parecen estar experimentando los partidos nacionalistas de centro y derecha, puesto que su intención de voto es bastante superior al recuerdo de voto, aunque ambos son algo inferiores a los resultados de 1986.

Llegados a este punto, sin embargo, parece necesario decir algo también sobre las intenciones de voto según las características de los entrevistados. Aunque al analizar el Sistema de Indicadores Sociales ya se ofrecieron los datos de intención de voto según los indicadores citados, en el Cuadro 4.5.2.4. se presentan otros datos complementarios, cuyos resultados más sobresalientes pueden resumirse así:

- a. El voto al PP es más alto, en términos relativos, especialmente entre los de 50 a 64 años, los de mayor práctica religiosa, los que se consideran más españoles que nacionalistas, y los de derecha y centro derecha.

- b. El voto al CDS es significativamente más alto entre los de centro. Es más alto también entre los de 30 a 49 años, los de práctica religiosa media y los residentes en áreas metropolitanas.
- c. El voto al PSOE es sobre todo importante entre los mayores de 50 años, de centro izquierda e izquierda, los de práctica religiosa baja, así como entre quienes se consideran tan españoles como nacionalistas.
- d. En cuanto al voto a IU, es considerablemente mayor entre los de izquierda, los menores de 50 años, los de baja práctica religiosa, y los que se consideran más nacionalistas que españoles.
- e. Los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha, a su vez, están relativamente más representados entre los que se consideran más nacionalistas que españoles, y entre los de centro derecha y centro.
- f. El voto a partidos nacionalistas de izquierda es muy pequeño en todos los segmentos, pero es significativamente más alto entre quienes se consideran más nacionalistas que españoles, entre los de izquierda, y entre los menores de 30 años.
- g. Los votantes, por último, a "otros" partidos, constituyen ahora una proporción muy pequeña del electorado, al haber considerado separadamente a los partidos nacionalistas de centro y derecha y de izquierda.
- h. En cuanto a los que dicen que no votaran, o los que no contestan sus intenciones de voto, muestran pautas no homogéneas, y variables de un mes a otro, por lo que parece más conveniente analizar estos grupos en mayor profundidad en los Informes Trimestrales.

Cuadro 4.5.2.1.

Intención de Voto si las Elecciones fuesen Mañana

| | Resultados Reales de VI-1986 | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|----------------------|---|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Alianza Popular (PP) | 18,1% | 9,7% | 10,3% | 10,4% | 7,7% | 10,4% | 8,8% | 10,1% | 10,0% | 9,7% | 8,7% |
| CDS | 6,4 | 9,1 | 9,0 | 9,5 | 8,1 | 8,3 | 9,5 | 11,2 | 10,6 | 11,1 | 9,3 |
| PSOE | 30,7 | 27,6 | 28,7 | 26,5 | 26,0 | 26,0 | 23,4 | 26,0 | 23,8 | 24,7 | 23,9 |
| IU | 3,2 | 5,1 | 5,9 | 6,7 | 5,7 | 4,9 | 6,5 | 5,5 | 5,5 | 6,5 | 4,9 |
| Nacionalistas Drcha. | 5,6 | 6,0 | 5,7 | 6,6 | 5,2 | 7,1 | 5,2 | 4,1 | 7,0 | 4,7 | 5,5 |
| Nacionalistas Izqda. | - | 1,0 | 1,8 | 1,3 | 1,7 | 1,2 | 0,9 | 1,4 | 0,9 | 1,0 | 1,2 |
| Otros | 6,8 | 1,2 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 0,8 | 1,1 | 0,4 | 0,5 | 0,6 | 0,8 |
| No (Votó) Votará | 29,2 | 11,6 | 11,5 | 9,9 | 14,8 | 14,7 | 13,9 | 13,5 | 12,7 | 12,0 | 15,8 |
| NS/NC | - | 28,7 | 25,8 | 27,8 | 29,5 | 26,6 | 30,7 | 27,8 | 29,0 | 29,7 | 29,9 |
| | (28.975.743) | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

Cuadro 4.5.2.2.

**Diferencia entre la Intención de Voto y los
Resultados Reales de 1986.**

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|
| Diferencia en Puntos | | | | | | | | | | |
| Porcentuales: | | | | | | | | | | |
| Alianza Popular (PP) | - 8,4 | - 7,8 | - 7,7 | -10,4 | - 7,7 | - 9,3 | - 8,0 | - 8,1 | - 8,4 | - 9,4 |
| CDS | + 2,7 | + 2,6 | + 3,1 | + 1,7 | + 1,9 | + 3,1 | + 4,8 | + 4,2 | + 4,7 | + 2,9 |
| PSOE | - 3,1 | - 2,0 | - 4,2 | - 4,7 | - 4,7 | - 7,3 | - 4,7 | - 6,9 | - 6,0 | - 6,8 |
| IU | + 1,9 | + 2,7 | + 3,5 | + 2,5 | + 1,7 | + 3,3 | + 2,3 | + 2,3 | + 3,3 | + 1,7 |
| Nacionalist.Derecha | + 0,4 | + 0,1 | + 1,0 | - 0,4 | + 1,5 | - 0,4 | - 1,5 | + 1,4 | - 0,9 | - 0,1 |
| Nacionalis.Izq. y Otros | - 4,6 | - 3,7 | - 4,2 | - 3,8 | - 4,8 | - 4,8 | - 5,0 | - 5,4 | - 5,2 | - 4,8 |
| No Votará | -17,6 | -17,7 | -19,3 | -14,4 | -14,5 | -15,3 | -15,7 | -16,5 | -17,2 | -13,4 |
| NS/NC | +28,7 | +25,8 | +27,8 | +29,5 | +26,6 | +30,7 | +27,8 | +29,0 | +29,7 | +29,9 |
| Índice Discrepancia | 33,7 | 31,2 | 35,4 | 33,7 | 31,7 | 37,1 | 34,9 | 36,9 | 37,7 | 34,5 |
| Diferencia en porcen- taje respecto a 1986: | | | | | | | | | | |
| Alianza Popular (PP) | -46 | -43 | - 42 | -57 | -42 | - 51 | - 44 | -45 | - 46 | -52 |
| CDS | +42 | +41 | + 48 | +27 | +30 | + 48 | + 75 | +66 | + 73 | +45 |
| PSOE | -10 | - 6 | - 14 | -15 | -15 | - 24 | - 15 | -22 | - 20 | -22 |
| IU | +59 | +84 | +109 | +78 | +53 | +103 | + 12 | +72 | +103 | +53 |
| Nacionalis.Derecha | + 7 | + 2 | + 18 | - 7 | +27 | - 7 | - 27 | +25 | - 16 | - 2 |
| Nacionalis.Izq. y Otros | -68 | -54 | - 62 | -56 | -71 | - 71 | - 74 | -79 | - 76 | -71 |
| No Votará | -60 | -61 | - 66 | -49 | -50 | - 52 | - 54 | -56 | - 59 | -46 |

Cuadro 4.5.2.3.

Diferencias entre Intención de Voto y
Recuerdo de Voto.

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|
| Diferencia en Puntos | | | | | | | | | | |
| Porcentuales: | | | | | | | | | | |
| Coalición Popular (PP) | - 1,1 | - 1,4 | + 0,2 | - 1,0 | +1,5 | - 0,2 | + 1,1 | + 0,8 | + 1,5 | - 0,8 |
| CDS | + 3,7 | + 3,9 | + 3,3 | + 2,7 | +3,3 | + 2,9 | + 5,1 | + 5,6 | + 4,4 | + 3,8 |
| PSOE | - 6,9 | - 5,9 | - 5,6 | - 7,6 | -7,0 | -12,8 | -12,6 | -11,2 | - 8,7 | -12,1 |
| IU | + 2,2 | + 2,0 | + 2,5 | + 2,6 | +1,2 | + 2,6 | + 2,6 | + 1,9 | + 2,3 | + 2,2 |
| Nacionalis.Derecha | + 0,6 | + 1,5 | + 0,8 | + 0,6 | +2,1 | + 1,4 | + 0,2 | + 1,5 | + 1,0 | + 1,7 |
| Nacionalis.Izq. y Otros | - 0,6 | + 0,2 | + 0,4 | + 0,5 | -0,2 | + 0,4 | + 0,3 | - 0,9 | - | + 0,4 |
| No Votará | - 4,9 | - 3,9 | - 7,9 | - 3,4 | -7,5 | - 5,1 | - 3,4 | - 2,1 | - 6,2 | - 2,5 |
| NS/NC | + 7,0 | + 3,6 | + 6,3 | + 5,6 | +6,6 | +10,8 | + 6,7 | + 4,4 | + 5,7 | + 7,3 |
| Índice Discrepancia | 13,5 | 11,2 | 13,5 | 12,0 | 14,7 | 18,1 | 16,0 | 14,2 | 14,9 | 15,4 |
| Diferencia en porcentaje respecto a recuerdo de Voto: | | | | | | | | | | |
| Coalición Popular (PP) | -10 | -12 | + 2 | -12 | +17 | - 2 | +12 | + 9 | +18 | - 8 |
| CDS | +68 | +76 | +53 | +50 | +66 | +44 | +84 | +112 | +66 | +69 |
| PSOE | -20 | -17 | -17 | -23 | -21 | -35 | -33 | - 32 | -26 | -34 |
| IU | +76 | +51 | +60 | +84 | +32 | +67 | +90 | + 53 | +55 | +81 |
| Nacionalis.Derecha | +11 | +36 | +14 | +13 | +42 | +37 | + 5 | + 27 | +27 | +45 |
| Nacionalis.Izq. y Otros | - 9 | + 7 | +18 | +20 | - 9 | +25 | +20 | - 39 | - | +25 |
| No Votará | -30 | -25 | -44 | -19 | -34 | -27 | -20 | - 14 | -34 | -14 |
| NS/NC | +32 | +16 | +29 | +23 | +33 | +54 | +32 | + 18 | +24 | +32 |

Cuadro 4.5.2.4.

Intención de Voto según Características de los Entrevistados

| ABRIL 1.989 | PP | CDS | PSOE | IU | Nacion. Dcha. | Nacion. Izq. | Otros | NV | NS | NC |
|----------------------------|-----------|------------|-------------|-----------|--------------------------|-------------------------|--------------|-----------|-----------|-----------|
| Total | 9% | 9 | 24 | 5 | 5 | 1 | 1 | 16 | 24 | 6 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 8% | 9 | 25 | 6 | 4 | 2 | 1 | 16 | 23 | 6 |
| Mujeres | 9% | 10 | 23 | 4 | 6 | 1 | 1 | 16 | 25 | 6 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| -30 años | 9% | 7 | 21 | 6 | 7 | 3 | 1 | 18 | 24 | 5 |
| 30-49 años | 7% | 12 | 22 | 8 | 6 | 1 | 2 | 15 | 22 | 6 |
| 50-64 años | 11% | 10 | 28 | 2 | 4 | - | - | 12 | 26 | 6 |
| 65 y más años | 9% | 6 | 27 | 1 | 3 | 1 | - | 18 | 28 | 6 |
| Práctica Religiosa: | | | | | | | | | | |
| Alta | 17% | 9 | 22 | 1 | 6 | * | 1 | 13 | 25 | 6 |
| Media | 10% | 12 | 25 | 2 | 4 | 2 | 1 | 13 | 28 | 3 |
| Baja | 4% | 9 | 26 | 7 | 6 | 1 | 1 | 18 | 23 | 6 |
| Nacionalismo | | | | | | | | | | |
| Más Nacionalistas | 6% | 3 | 20 | 8 | 13 | 3 | 1 | 17 | 22 | 7 |
| Tan Nac. como Español | 19% | 10 | 27 | 4 | 4 | 1 | 1 | 12 | 28 | 3 |
| Más Español | 11% | 13 | 24 | 4 | 3 | 1 | * | 18 | 20 | 8 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 2% | 5 | 41 | 17 | 6 | 3 | 1 | 12 | 11 | 1 |
| Centro Izquierda | 2% | 7 | 47 | 5 | 4 | 2 | 2 | 12 | 17 | 3 |
| Centro | 6% | 32 | 14 | 2 | 10 | 1 | 1 | 8 | 23 | 4 |
| Centro Derecha | 48% | 10 | 5 | - | 15 | - | - | 5 | 16 | 1 |
| Derecha | 48% | 9 | 3 | 1 | 3 | - | - | 12 | 19 | 4 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 8% | 8 | 26 | 3 | 5 | 1 | 1 | 14 | 31 | 4 |
| Urbano | 8% | 9 | 25 | 5 | 5 | 2 | 2 | 16 | 24 | 5 |
| Metropolitano | 10% | 11 | 21 | 6 | 6 | 1 | 1 | 16 | 19 | 8 |

4.5.3. Transferencias de Voto

Otro análisis interesante es el que tradicionalmente se hace cruzando el partido votado en anteriores elecciones (en este caso 1986) con la actual intención de voto. Este análisis tiene como principal dificultad, para deducir conclusiones sólidas, la calidad y exactitud del recuerdo de voto: en efecto, si dicho recuerdo es inexacto, la tabla de transferencias se ve muy afectada. Si, como se ha sugerido, hay "ocultación" del voto pasado (PP) o "sobre-valoración" de dicho voto (PSOE), el análisis será menos válido. Pero además, el análisis se basa también necesariamente en la calidad de los datos sobre intención de voto.

Naturalmente, este es uno de esos casos en que los errores en una y otra variable no solo no se compensan entre sí, sino que más bien 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. Pero 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 4.5.3.1. 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 58 por ciento del electorado se comportaría en unas futuras elecciones del mismo modo que en 1986, lo que significa un cierto incremento del voto estable respecto a los datos de febrero y anteriores. Los saldos demuestran, como ya se había señalado, que el CDS parece ser la formación política con más posibilidades de crecer, y, por el contrario, el PSOE es el partido que parece ahora estar perdiendo mayor proporción del electorado.

Para aclarar más la interpretación del Cuadro 4.5.3.2. conviene recordar que:

- a) el saldo neto es la diferencia, (en puntos porcentuales sobre 100 electores) entre la intención de voto manifestada si las elecciones fuesen mañana y el recuerdo de voto en las elecciones del '86;
- b) el voto estable es la proporción del electorado (sobre 100 electores) que manifiesta haber votado a un partido en 1986 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 1986, afirma tener intención de votar a determinado partido si las elecciones fuesen mañana;
- d) las pérdidas hacia otros partidos son la proporción del electorado (sobre 100 electores) que habiendo votado a un partido en las elecciones del '86, 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 A.S.E.P. mensual solo 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, puede afirmarse, sobre la base de los datos disponibles este mes que:

- 1) El PSOE es el partido que está perdiendo más electorado desde julio de 1.986, y el CDS parece ser el partido con mayor saldo neto positivo, confirmado por todos los datos de meses anteriores.

IU y los partidos nacionalistas, especialmente los de centro y derecha, presentan reiteradamente también saldos netos positivos, aunque menos importantes que los señalados para el CDS.

Y el PP, así como los "otros" partidos, suelen mostrar saldos netos negativos, aunque en general pequeños (sobre el electorado total). Concretamente, el saldo de este mes vuelve a ser negativo, rompiendo así la tendencia de los tres meses precedentes, y recuperando su pauta habitual.

- 2) El voto estable del PSOE, es el de mayor magnitud, y habitualmente representa entre un 21 y un 25 por ciento del electorado, por lo que la cifra de este mes, 20 por ciento, parece confirmar el descenso electoral de este partido, que se manifiesta en la continuada disminución de su electorado estable.

El voto estable del PP es habitualmente solo entre un 6 y un 8 por ciento de su electorado, que representa alrededor de un tercio de su electorado de 1.986.

El electorado estable del CDS (y el de los demás partidos) es necesariamente pequeño, puesto que pequeñas fueron también las proporciones del electorado total que les votaron en 1.986.

- 3) El electorado no-estable, es decir, el que dice que tiene intención de comportarse de una manera diferente a como lo hizo en 1.986, representa habitualmente entre el 33 y el 40 por ciento 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, pero este mes ha vuelto a sobrepasar, como desde octubre, el 40 por ciento, lo que implica cambios importantes en el electorado.

Como es lógico, asimismo, la diferencia entre ganancias y pérdidas en cada partido es su saldo neto, anteriormente comentado.

Puede comprobarse que los mayores incrementos de electorado corresponden al CDS, mientras que las mayores pérdidas corresponden sobre todo al PSOE.

Cuadro 4.5.3.1.

**Indicadores de Transferencias de Voto desde 1986
(Basados en el Recuerdo de Voto y la Intención de Voto)
(Porcentajes sobre Total de la Muestra)**

| Saldo Neto | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| PP | - 1,1 | - 1,4 | + 0,2 | - 1,0 | +1,5 | - 0,2 | + 1,1 | + 0,8 | + 1,5 | - 0,8 |
| CDS | + 3,7 | + 3,9 | + 3,3 | + 2,7 | +3,3 | + 2,9 | + 5,1 | + 5,6 | + 4,4 | + 3,8 |
| PSOE | - 6,9 | - 5,9 | - 5,6 | - 7,6 | -7,0 | -12,8 | -12,6 | -11,2 | - 8,7 | -12,1 |
| IU | + 2,2 | + 2,0 | + 2,5 | + 2,6 | +1,2 | + 2,6 | + 2,6 | + 1,9 | + 2,3 | + 2,2 |
| Nacionalistas Derecha | + 0,6 | + 1,5 | + 0,8 | + 0,6 | +2,1 | + 1,4 | + 0,2 | + 1,5 | + 1,0 | + 1,7 |
| Nacionalistas Izquierda | - 0,1 | + 0,3 | + 0,6 | + 0,5 | -0,1 | + 0,2 | + 0,6 | - 0,2 | + 0,2 | + 0,4 |
| Otros | - 0,5 | - 0,1 | - 0,2 | - | -0,1 | + 0,2 | - 0,3 | - 0,7 | - 0,2 | - |
| NV | - 4,9 | - 3,9 | - 7,9 | - 3,4 | -7,5 | - 5,1 | - 3,4 | - 2,1 | - 6,2 | - 2,5 |
| B, NS/NC | + 7,0 | + 3,6 | + 6,3 | + 5,6 | +6,6 | +10,8 | + 6,7 | + 4,4 | + 5,7 | + 7,3 |
| Índice de Discrepancia | 13,5 | 11,3 | 13,7 | 12,0 | 14,7 | 18,1 | 16,3 | 14,2 | 15,1 | 15,4 |

| Voto Estable | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| PP | 7,7 | 7,9 | 7,4 | 5,1 | 6,2 | 6,1 | 5,9 | 5,5 | 5,7 | 5,5 |
| CDS | 3,4 | 3,3 | 4,1 | 3,4 | 3,1 | 4,2 | 4,0 | 3,5 | 4,5 | 3,5 |
| PSOE | 23,8 | 23,6 | 21,0 | 21,1 | 20,6 | 18,5 | 22,0 | 18,7 | 20,1 | 20,0 |
| IU | 2,2 | 3,1 | 2,8 | 2,4 | 2,8 | 2,3 | 1,9 | 2,4 | 3,2 | 1,6 |
| Nacionalistas Derecha | 4,2 | 2,9 | 4,5 | 2,7 | 3,9 | 2,7 | 2,4 | 3,9 | 2,2 | 2,7 |
| Nacionalistas Izquierda | 0,6 | 1,2 | 0,4 | 0,8 | 0,7 | 0,3 | 0,7 | 0,6 | 0,8 | 0,7 |
| Otros | 0,6 | 0,6 | 0,5 | 0,5 | 0,3 | 0,3 | 0,2 | 0,1 | 0,1 | 0,3 |
| NV | 7,1 | 5,7 | 5,3 | 7,5 | 9,6 | 6,2 | 5,9 | 5,4 | 6,6 | 8,0 |
| B, NS/NC | 15,7 | 14,3 | 15,0 | 15,4 | 11,6 | 13,0 | 13,6 | 14,6 | 15,3 | 15,5 |
| Total | 65,3 | 62,6 | 61,0 | 58,9 | 58,8 | 53,6 | 56,6 | 54,7 | 58,5 | 57,8 |

Cuadro 4.5.3.1. (Continuación)

**Indicadores de Transferencias de Voto desde 1986
(Basados en el Recuerdo de Voto y la Intención de Voto)
(Porcentajes sobre Total de la Muestra)**

| Incrementos procedentes de Otros Partidos: | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| PP | 2,0 | 2,4 | 3,0 | 2,6 | 4,2 | 2,7 | 4,2 | 4,5 | 4,0 | 3,2 |
| CDS | 5,7 | 5,7 | 5,4 | 4,7 | 5,2 | 5,3 | 7,2 | 7,1 | 6,6 | 5,8 |
| PSOE | 3,8 | 5,1 | 5,5 | 4,9 | 5,4 | 4,9 | 4,0 | 5,1 | 4,6 | 3,9 |
| IU | 2,9 | 2,8 | 3,9 | 3,3 | 2,1 | 4,2 | 3,6 | 3,1 | 3,3 | 3,3 |
| Nacionalistas Derecha | 1,8 | 2,8 | 2,1 | 2,5 | 3,2 | 2,5 | 1,7 | 3,1 | 2,5 | 2,8 |
| Nacionalistas Izquierda | 0,4 | 0,6 | 0,9 | 0,9 | 0,5 | 0,6 | 0,7 | 0,3 | 0,2 | 0,5 |
| Otros | 0,6 | 0,7 | 0,8 | 0,8 | 0,5 | 0,8 | 0,2 | 0,4 | 0,5 | 0,5 |
| NV | 4,5 | 5,8 | 4,6 | 7,3 | 5,1 | 7,7 | 7,6 | 7,3 | 5,4 | 7,8 |
| B, NS/NC | 13,0 | 11,5 | 12,8 | 14,1 | 15,0 | 17,7 | 14,2 | 14,4 | 14,4 | 14,4 |
| Total | 34,7 | 37,4 | 39,0 | 41,1 | 41,2 | 46,4 | 43,4 | 45,3 | 41,5 | 42,2 |
| Pérdidas hacia Otros Partidos: | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
| PP | 3,1 | 3,8 | 2,8 | 3,6 | 2,7 | 2,9 | 3,1 | 3,7 | 2,5 | 4,0 |
| CDS | 2,0 | 1,8 | 2,1 | 2,0 | 1,9 | 2,4 | 2,1 | 1,5 | 2,2 | 2,0 |
| PSOE | 10,7 | 11,0 | 11,1 | 12,5 | 12,4 | 17,7 | 16,6 | 16,3 | 13,3 | 16,0 |
| IU | 0,7 | 0,8 | 1,4 | 0,7 | 0,9 | 1,6 | 1,0 | 1,2 | 1,0 | 1,1 |
| Nacionalistas | 1,2 | 1,3 | 1,3 | 1,9 | 1,1 | 1,1 | 1,5 | 1,6 | 1,5 | 1,1 |
| Nacionalistas Izquierda | 0,5 | 0,3 | 0,3 | 0,4 | 0,6 | 0,4 | 0,1 | 0,5 | - | 0,1 |
| Otros | 1,1 | 0,8 | 1,0 | 0,8 | 0,6 | 0,6 | 0,5 | 1,1 | 0,7 | 0,5 |
| NV | 9,4 | 9,7 | 12,5 | 10,7 | 12,6 | 12,8 | 11,0 | 9,4 | 11,6 | 10,3 |
| B, NS/NC | 6,0 | 7,9 | 6,5 | 8,5 | 8,4 | 6,9 | 7,5 | 10,0 | 8,7 | 7,1 |
| Total | 34,7 | 37,4 | 39,0 | 41,1 | 41,2 | 46,4 | 43,4 | 45,3 | 41,5 | 42,2 |

4.5.4. Estimación de Voto Según el Modelo Predictivo ASEP

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

La estimación es una responsabilidad de quien la elabora, pues por rigurosas que sean las técnicas utilizadas, siempre existe un factor de arbitrariedad y, en definitiva, de decisión (elección entre diferentes supuestos).

El método que se ha utilizado para elaborar esta estimación parte de las "intenciones" de voto expresamente declaradas, y las corrige teniendo en cuenta el "recuerdo de voto" en pasadas elecciones, autopoicionamiento ideológico, y otras variables que, según la experiencia acumulada, suelen estar muy relacionadas con los comportamientos electorales reales.

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

- a) Muy baja intención directa de voto al PP, que sugiere una pérdida importante de su electorado de 1986, como ya se puso de relieve en las pasadas elecciones de junio de 1987, y posteriormente en las autonómicas de Cataluña. Además, el hecho de que la intención de voto sea, otra vez inferior al recuerdo de voto, parece indicar que efectivamente este partido está otra vez perdiendo voto respecto a meses anteriores, de forma que su pérdida de voto respecto a 1986 vuelve a ser importante.
- b) El CDS muestra otra vez una clara tendencia a crecer, según se deduce de todos los indicadores disponibles, y vuelve este mes a tener una intención directa de voto superior a la del PP (que debe corregirse por la ocultación de voto hacia este partido). Las anteriores elecciones europeas y luego también las catalanas parecieron sugerir la existencia de cierta sobre-estimación de voto hacia el CDS, pero es evidente que también será distinta la situación en unas elecciones generales. En cualquier caso, sigue una trayectoria creciente desde octubre, pero su voto estimado está solo algo por encima de las intenciones directas de voto, y es inferior al de los últimos tres meses.
- c) El recuerdo de voto hacia el PSOE es habitualmente más alto que el voto real de 1986, pero el hecho de que la intención sea muy inferior al recuerdo, y por tanto inferior a los resultados del '86, induce a pensar que este partido puede estar perdiendo gran número de votantes reales, hecho que parece haber sido confirmado por las pasadas elecciones de junio de 1987 y por las autonómicas de Cataluña. Esta pauta se repite este mes, en el que parece haber suficiente evidencia de la pérdida de electorado por parte del PSOE, que podría atribuirse principalmente a una pérdida de imagen general, agudizada por los conflictos con las centrales sindicales y los frecuentes escándalos económicos protagonizados por algunos de sus dirigentes.
- d) En cuanto a IU, los datos comienzan a ser más fiables, y en estos momentos parece que su crecimiento es indudable, aunque inferior al sugerido por los sondeos de meses pasados.

Los datos que se ofrecen a continuación se basan en el Informe ASEP correspondiente al mes de abril de 1989, e incluyen los resultados reales de las elecciones de junio de 1986, las "intenciones" de voto declaradas, y la estimación elaborada.

Si esta estimación fuese correcta, el PSOE y el PP habrían perdido electorado respecto a sus resultados de 1986, mientras que ganan electorado el CDS e IU, y los partidos nacionalistas de centro y derecha (como ya se comprobó en las elecciones de junio de 1987).

Debe resaltarse que en este sondeo de abril la estimación global de la abstención se encuentra muy por encima del nivel de la realmente observada en junio de 1986, lo que puede estar reflejando el creciente desencanto y desconcierto de un electorado que, no queriendo votar al PSOE, tampoco encuentra una alternativa a la que votar.

Aunque una predicción sobre la participación/abstención electoral solo puede hacerse cuando ya se está próximo a unas elecciones, parece poco probable que sea inferior a la de 1986, y otros datos de este informe parecen respaldar la suposición de que está aumentando mucho.

La estimación de este mes de abril sugiere que la suma de intenciones de voto para AP y CDS vuelve a ser superior a la del PSOE, debido a que éste parece haber perdido alrededor del 25 por ciento de su electorado de 1986, lo que implicaría que el PSOE habría perdido sin lugar a dudas la mayoría absoluta en unas hipotéticas elecciones celebradas ahora mismo, y plantearía el problema de gobiernos de coalición.

Cuadro 4.5.4.1.

**Estimación de Resultados de unas Futuras Elecciones
ABRIL 1.989**

| | Resultados Reales en 1986 | Intenciones de Voto | Estimación |
|------------------|--------------------------------------|--------------------------------|-------------------|
| CP (PP) | 18,1% | 8,7% | 13,9% |
| CDS | 6,4 | 9,3 | 9,6 |
| PSOE | 30,7 | 23,9 | 21,0 |
| IU | 3,2 | 4,9 | 5,5 |
| Nacionalis.Dcha. | 5,6 | 5,5 | 7,4 |
| Nac.Izq. y Otros | 6,8 | 2,0 | 5,3 |
| Abstención | 29,2 | 15,8 | 37,3 |
| NS/NC | - | 29,9 | - |
| ----- | | | |
| Total Electores | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Nota: Los partidos "nacionalistas" de derecha y centro incluyen a los partidos siguientes: CIU, PNV, CG, PAR, UPN, PA, ACI y UV.

Cuadro 4.5.4.2.

Estimación de la Intención de Voto Según el Modelo Predictivo ASEP

| | Resultados Reales en 1986 | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------------|----------------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| AP (PP) | 18,1% | 14,6% | 14,9% | 16,2% | 13,0% | 15,5% | 14,8% | 15,8% | 15,1% | 16,8% | 13,9 |
| CDS | 6,4 | 10,0 | 10,5 | 10,9 | 9,1 | 9,0 | 9,1 | 11,8 | 11,8 | 10,1 | 9,6 |
| PSOE | 30,7 | 25,1 | 25,7 | 25,8 | 24,0 | 24,1 | 21,7 | 21,9 | 22,1 | 22,9 | 21,0 |
| IU | 3,2 | 5,8 | 5,7 | 6,7 | 5,9 | 4,3 | 5,9 | 6,4 | 5,2 | 6,6 | 5,5 |
| Nacional.Drcha. | 5,6 | 7,3 | 7,2 | 6,9 | 6,0 | 7,6 | 6,7 | 5,2 | 8,2 | 6,4 | 7,4 |
| Nac. Iqda. y otros | 6,1 | 4,1 | 6,1 | 4,2 | 5,4 | 3,8 | 4,4 | 5,4 | 3,1 | 4,5 | 5,3 |
| Abstención | 29,2 | 33,1 | 29,9 | 29,3 | 36,6 | 35,7 | 37,4 | 33,5 | 34,5 | 32,7 | 37,3 |
| <hr/> | | | | | | | | | | | |
| Total Electores (28.975.743) | | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |



5. UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

5. Utilización de Medios de Comunicación

Entre los diferentes agentes de socialización del individuo, y muy particularmente en la formación y cambio de actitudes, los modernos medios de comunicación de masas tienen un papel muy importante. Por ello, resulta casi imposible hacer un análisis de la opinión pública que no incluya, en algún momento, la utilización de los medios, o como se dice habitualmente, el consumo de medios.

A continuación se examina el diferente uso que los españoles hacen de los medios de comunicación más importantes: prensa, revistas, radio y TV. Además, y teniendo en cuenta la creciente importancia de la publicidad en nuestra actual sociedad de consumo, se analizan también algunas cuestiones relativas a estas técnicas que expresamente se proponen modificar no sólo las actitudes, sino los comportamientos de los individuos, induciéndoles a adquirir determinados bienes o servicios. Por otra parte se han comenzado a elaborar a partir del sondeo del mes de octubre un ranking de programas de televisión y otro de comunicadores, con el fin de averiguar los que son más aceptados por la opinión pública.

5.1. PRENSA DIARIA

5.1.1. Lectura de Prensa Diaria

Sólo un 44 por ciento de los españoles mayores de 18 años, de acuerdo con los datos del Cuadro 5.1.1.1., es lector de algún periódico diario con alguna frecuencia, aunque sólo sea un día a la semana. Este dato revela una tasa relativamente baja de lectura en España, por comparación con otros países occidentales, y corrobora la repetidamente señalada baja tirada no sólo de los periódicos españoles en particular, sino del conjunto de la prensa diaria, y por consiguiente, de la tirada por 1.000 habitantes. En cualquiera de estos índices, España ocupa un lugar muy por debajo de lo que parecería corresponderle por su nivel de desarrollo socioeconómico y cultural.

En relación al anterior sondeo ASEP del pasado mes de marzo, la proporción de lectores en la población española ha incrementado su nivel de lectura. La proporción de lectores de periódicos siempre ha oscilado entre el 44 y el 37%, en todos los sondeos realizados hasta el momento. En este mes de abril se registra, por tanto, un nivel de lectura algo superior al del pasado mes de marzo.

Las diferencias en la proporción de lectores, según diferentes segmentos socioeconómicos de la población, son igualmente interesantes, y se deducen también claramente del citado cuadro.

Así, se puede observar que algo más de una de cada cuatro mujeres lee algún periódico algún día a la semana, mientras que para los varones algo más de uno de cada dos aduce ser lector de algún diario. La proporción de lectores disminuye cuanto más alta es la edad, de forma que, algo más de una de cada dos personas menor de 49 años lee algún periódico, pero sin embargo, sólo uno de cada cuatro individuos de más de 64 años dice leer algún diario. La relación con la posición social es muy grande, como era lógico esperar de acuerdo con la teoría "centro-periferia", ya que la proporción de lectores es mayor cuanto más alta es la posición social del individuo, de forma que varía desde un 8 por ciento de lectores entre los de posición social muy baja, a un 85 por ciento de lectores entre los de posición social muy alta. Probablemente, la

posición social es la variable explicativa que mejor discrimina entre lectores y no-lectores de prensa diaria, confirmándose una vez más que las personas que están más próximas de los centros donde se toman las decisiones, son las que están más informadas y por lo tanto pueden tener mayor influencia en las mismas (posición social muy alta y alta).

La ideología, por otra parte, no parece estar muy relacionada con la mayor o menor lectura de prensa, como por otra parte cabía esperar, ya que, en principio al menos, no parece lógico pensar que la lectura de prensa sea una variable "dependiente" de la ideología. El mayor porcentaje de lectores de prensa se da este mes entre los individuos de centro-derecha. Por el contrario, el hábitat si resulta condicionante, ya que sólo un 30 por ciento de los que residen en el medio rural leen algún periódico al menos una vez a la semana, mientras que esa proporción se eleva a un 56 por ciento en el caso de los residentes en áreas metropolitanas.

Si recordamos los datos expuestos en el segundo capítulo de este informe, donde se comenta qué segmentos de la población tienen un mayor nivel educativo, observamos que estos estratos sociales coinciden con los que en mayor medida leen algún periódico. Por el contrario, las mujeres, las personas mayores de 50 años, sobre todo las que tienen más de 64 años, las de posición social muy baja o baja y los residentes en núcleos rurales son los individuos que han recibido menor educación y tienen un nivel menor de lectura de prensa diaria, este mes de abril, como suele ser habitual en los sondeos ASEP.

Si comparamos la proporción de lectores de diarios, de este mes, en los diferentes segmentos de la población, con los obtenidos en sondeos anteriores, se observa en la mayoría de los mismos unas pautas de lectura muy similares en casi todos los estratos todos los meses, hecho que se ha confirmado también en el análisis trimestral de los datos.

En el Cuadro 5.1.1.2. se presenta el porcentaje de lectores en el día de ayer con independencia de la frecuencia de lectura semanal, para cada uno de los diarios mencionados al menos por un 0,5 por ciento de los entrevistados este mes de marzo. Debe advertirse que, al tratarse de porcentajes tan pequeños, y teniendo en cuenta el tamaño de la muestra representativa a nivel nacional, el error muestral tiene especial importancia en estos datos. No obstante, las frecuencias son bastante semejantes a las de otras investigaciones similares, y demuestran, el predominio indiscutible de El País sobre cualquier otro periódico diario, con un 10,7% de lectores mayores de 18 años. Si comparamos este resultado con el obtenido el mes pasado, observamos un ligero descenso en la proporción de lectores de El País, y por el contrario, un aumento para los diarios ABC (4,1), y Diario 16 (2,7). Los diarios regionales La Vanguardia y El Correo Español-El Pueblo Vasco tienen un considerable elenco de lectores, y ambos diarios han logrado aumentar su audiencia este mes de abril. Otros dos diarios regionales, como La Nueva España y Sur, han aumentado ligeramente su posición en relación al pasado mes de marzo.

La proporción de lectores de cada periódico es tan pequeña, sin embargo, que provoca grandes fluctuaciones (relativas) de un mes a otro, por lo que los comentarios de estos datos solo se ofrecen trimestralmente, al disponer de los datos agregados de tres sondeos. Debe advertirse, por otra parte, que cada individuo podía mencionar más de un periódico, por lo que la suma de la proporción de lectores de cada periódico (y hay que recordar que no se han incluido en el Cuadro 5.1.1.2. todos los mencionados, sino solo los mencionados por al menos 0,5 por ciento de entrevistados) puede ser superior al 44 por ciento indicado al principio de este análisis. Dependiendo de la distribución de la muestra, que se hace al azar, unos meses pueden alcanzar mayor proporción de lectores ciertos periódicos provinciales o regionales, al ser mayor el

número de entrevistas realizadas en estas zonas, por lo que las oscilaciones no son importantes de un mes a otro en este tipo de diarios.

En el Cuadro 5.1.1.3. se ofrece, para cada 100 lectores de cada uno de los diarios mencionados, la proporción de "lectores asiduos", (individuos que dicen leer los citados diarios cuatro o más días por semana).

Para el conjunto de lectores de prensa, los lectores asiduos representan el 65%. El análisis más detallado de estos datos, se ofrecerá trimestralmente, con bases más significativas. De todos modos, se detecta un mayor peso de lectores asiduos para los diarios regionales, La Nueva España y el Faro de Vigo. En el mismo cuadro se incluye la proporción de lectores de cada diario sobre el total de lectores. Lógicamente estas proporciones son mayores, pero el nivel de lectura de los diferentes diarios oscila en la misma dirección comentada.

Cuadro 5.1.1.1.

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

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XI-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------------------|-------|------|-------|------|-------|-------|------|-------|--------|-------|
| Total | 44 | 41 | 42 | 44 | 42 | 43 | 39 | 42 | 42 | 44 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 55 | 51 | 54 | 56 | 54 | 57 | 51 | 56 | 55 | 55 |
| Mujeres | 35 | 31 | 32 | 34 | 31 | 30 | 27 | 30 | 30 | 34 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| - 30 años | 59 | 52 | 50 | 50 | 52 | 50 | 45 | 49 | 48 | 57 |
| 30-49 años | 49 | 48 | 50 | 50 | 46 | 52 | 43 | 50 | 50 | 52 |
| 50-64 años | 34 | 32 | 34 | 42 | 34 | 33 | 32 | 33 | 35 | 33 |
| 65 y más años | 25 | 22 | 25 | 27 | 30 | 25 | 28 | 26 | 26 | 19 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 17 | 11 | 9 | 12 | 9 | 9 | 8 | 9 | 14 | 8 |
| Baja | 29 | 25 | 21 | 24 | 28 | 28 | 23 | 24 | 24 | 26 |
| Media | 49 | 47 | 49 | 51 | 44 | 46 | 44 | 46 | 46 | 49 |
| Alta | 75 | 63 | 74 | 77 | 78 | 79 | 64 | 76 | 80 | 73 |
| Muy Alta | 70 | 88 | 74 | 86 | 76 | 95 | 89 | 83 | 88 | 85 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 55 | 54 | 53 | 53 | 47 | 58 | 50 | 52 | 57 | 61 |
| Centro Izquierda | 52 | 40 | 44 | 49 | 51 | 51 | 40 | 52 | 49 | 52 |
| Centro | 43 | 41 | 48 | 52 | 46 | 46 | 40 | 53 | 45 | 45 |
| Centro Derecha | 59 | 55 | 56 | 56 | 55 | 48 | 54 | 51 | 53 | 60 |
| Derecha | 40 | 40 | 36 | 51 | 45 | 39 | 36 | 41 | 39 | 40 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 37 | 32 | 31 | 27 | 28 | 28 | 28 | 32 | 32 | 30 |
| Urbano | 44 | 40 | 41 | 46 | 43 | 44 | 34 | 41 | 42 | 44 |
| Metropolitano | 52 | 50 | 55 | 57 | 54 | 57 | 56 | 54 | 52 | 56 |
| Educación: | | | | | | | | | | |
| Baja | - | - | - | 28 | 26 | 30 | 27 | 29 | 29 | 30 |
| Media | - | - | - | 63 | 60 | 61 | 56 | 61 | 64 | 68 |
| Alta | - | - | - | 84 | 83 | 76 | 73 | 70 | 78 | 77 |

Cuadro 5.1.1.2.

Porcentaje de Lectores de Periódicos en el Día de Ayer*

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|--------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| El País | 9,4 | 10,0 | 8,3 | 12,2 | 11,9 | 10,9 | 10,4 | 9,2 | 11,4 | 10,7 |
| ABC | 4,1 | 4,0 | 3,3 | 4,7 | 3,6 | 3,9 | 3,4 | 3,9 | 3,3 | 4,1 |
| Diario 16 | 2,9 | 2,3 | 2,7 | 2,7 | 2,2 | 3,0 | 2,0 | 3,6 | 2,3 | 2,7 |
| El Periódico | 3,3 | 1,7 | 2,6 | 2,5 | 2,4 | 2,4 | 2,1 | 2,5 | 2,2 | 4,2 |
| La Vanguardia | 3,2 | 2,2 | 3,3 | 2,6 | 2,9 | 2,0 | 2,4 | 2,3 | 2,7 | 3,2 |
| Ya | 1,5 | 1,1 | 1,1 | 1,3 | 1,3 | 1,4 | 1,2 | 1,0 | 1,5 | 1,2 |
| El Cor. Esp.-ElPueblo V. | 2,4 | 0,9 | 3,6 | 2,2 | 2,5 | 1,8 | 1,8 | 1,6 | 1,7 | 2,8 |
| Las Provincias | 2,0 | 1,5 | 1,0 | 1,1 | 0,8 | 1,0 | 1,2 | 0,8 | 0,9 | 1,0 |
| El Faro de Vigo | 0,7 | - | 0,7 | 1,4 | - | 0,9 | 1,0 | 0,9 | 0,4 | 1,0 |
| La Voz de Galicia | 1,2 | 1,6 | 2,9 | 1,8 | 2,2 | 1,8 | 1,7 | 1,2 | 2,7 | 1,2 |
| As | 1,5 | 1,5 | 1,0 | 1,6 | 1,2 | 1,8 | 1,5 | 1,0 | 1,3 | 1,1 |
| Heraldo de Aragón | 1,7 | 1,4 | 1,2 | 0,7 | 1,4 | 1,2 | 1,5 | 1,6 | 1,3 | 0,9 |
| Levante | 1,4 | 1,1 | 1,2 | 1,6 | 1,2 | 1,6 | 1,5 | 1,0 | 1,0 | 1,8 |
| Diario Vasco | 1,5 | 1,8 | 0,6 | 1,1 | 1,3 | 1,3 | 0,7 | 1,4 | 1,2 | - |
| El Día | 0,9 | 1,2 | 0,7 | 0,9 | 0,8 | 0,7 | - | - | 0,7 | 0,5 |
| Avui | 1,6 | 0,6 | 0,9 | - | 0,6 | 0,7 | - | - | 1,1 | 0,7 |
| Córdoba | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| La Verdad | 0,6 | 1,6 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 0,9 | 0,9 | 1,6 | 0,8 | 1,1 |
| Marca | 2,2 | 1,3 | 1,2 | 2,0 | 1,8 | 1,7 | 1,4 | 1,6 | 1,0 | 1,6 |
| La Nueva España | 0,7 | 1,4 | 0,5 | - | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,5 | 0,3 | 1,3 |
| Diario Montañés | - | 0,5 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Deia | 0,5 | - | 0,8 | - | 0,5 | 0,7 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,6 |
| Canarias | - | 0,6 | 0,8 | 0,6 | - | 0,8 | 1,0 | 0,8 | 0,6 | 0,7 |
| Diario de Mallorca | - | 0,5 | 0,7 | 0,6 | - | - | - | - | - | - |
| Diario de Navarra | 0,6 | 0,5 | 0,5 | 0,6 | - | 0,7 | - | - | - | - |
| Eguin | 0,5 | 0,9 | 0,5 | 0,9 | 0,5 | - | 0,7 | 0,7 | 0,5 | 0,8 |
| Información | 0,8 | 1,3 | 0,9 | - | 0,7 | 0,7 | - | 0,7 | 0,6 | - |
| Norte de Castilla | - | 0,9 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Región | - | - | - | - | - | - | - | 0,9 | - | 0,5 |
| La Voz de Asturias | - | - | - | 0,5 | - | - | - | - | - | - |
| Alerta | 0,5 | 0,5 | 0,6 | 0,6 | - | 0,7 | - | 0,7 | 1,0 | 0,5 |
| Hoja del Lunes | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,6 |
| Mundo Deportivo | - | - | 0,9 | - | 0,7 | - | 0,7 | 0,5 | - | - |
| Sur | 0,7 | 1,2 | 1,1 | 1,2 | - | 0,7 | - | 1,0 | 0,8 | 1,4 |
| Diario de Burgos | - | - | - | - | - | 0,5 | - | - | - | - |

| | | | | | | | | | | |
|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Correo de Andalucía | - | - | 0,5 | - | - | - | 0,6 | - | - | - |
| Diario de León | - | - | 0,7 | 0,5 | - | 0,6 | - | 1,1 | - | - |
| Sport | - | 0,6 | 0,7 | - | - | - | - | 0,6 | - | 0,5 |
| Ultima Hora | - | - | - | - | 0,6 | - | - | - | - | - |
| El Ideal | - | 0,5 | - | 1,0 | 0,7 | 0,6 | 0,7 | - | - | 0,5 |
| Adelanto | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Hoy | - | 0,9 | 0,6 | 0,7 | 1,1 | 0,8 | 0,8 | - | - | 0,9 |
| Diario Avisos | - | 1,0 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Diario de Cádiz | 0,7 | - | - | 0,8 | 1,4 | 0,6 | 0,6 | 1,4 | - | - |
| Jornadas | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Progreso | - | 0,7 | - | - | - | - | - | 0,7 | - | - |
| La Provincia | - | - | 0,5 | 0,7 | 1,0 | 0,6 | 1,1 | 0,7 | - | 0,9 |
| Mediterráneo | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,2 |
| Correo Gallego | 0,6 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Diario de Tarragona | 0,6 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Diario de Barcelona | - | - | - | - | - | - | 0,5 | - | - | - |
| Diario de Jerez | - | - | - | - | - | - | 0,7 | - | 0,7 | - |

* Se incluyen solamente los periódicos que algún mes han sido mencionados por más de 0,5 por ciento de entrevistados.
- Menos del 0,5 por ciento

Cuadro 5.1.1.3.

**Porcentaje de Lectores en el Día de Ayer,
Lectores Asiduos de Periódicos**

| ABRIL 1.989 | Nº de Lectores AYER | Total LECTORES | % sobre Lectores ayer ----- LECTORES ASIDUOS |
|--------------------------|--------------------------------|---------------------------|---|
| Total | (527) | 43,7 | 65 |
| El País | (129) | 24,4 | 51 |
| Diario 16 | (32) | 6,0 | 61 |
| ABC | (50) | 9,5 | 59 |
| El Periódico | (51) | 9,7 | 55 |
| La Vanguardia | (40) | 7,6 | 46 |
| La Voz de Galicia | (15) | 2,8 | 79 |
| YA | (14) | 2,6 | 43 |
| As | (13) | 2,5 | 23 |
| Levante | (21) | 4,0 | 63 |
| Marca | (19) | 3,6 | 56 |
| Correo Esp.-Pueblo Vasco | (34) | 6,4 | 75 |
| La Verdad | (14) | 2,6 | 77 |
| La Nueva España | (15) | 2,8 | 93 |
| El Faro de Vigo | (12) | 2,7 | 83 |
| Sur | (17) | 3,2 | 33 |

* Se incluyen todos los periódicos que tienen este mes un 1% de lectores o más.

5.1.2. Perfil de los No-Lectores

En el Cuadro 5.1.2.1. se presenta el perfil socioeconómico de los no-lectores de prensa diaria (personas que no leen ningún periódico ni un solo día a la semana).

Como puede comprobarse, el colectivo de no lectores tiene una clara representación más que proporcional, en relación a la población muestral, de mujeres, de personas mayores de 50 años (y más acusadamente los mayores de 65 años), de individuos de posición social muy baja y baja, de clase social baja, de status socioeconómico medio bajo o bajo y de residentes en el medio rural, es decir, los segmentos de la población que constituyen la "periferia social". En lo que se refiere a la ideología, son únicamente las personas de derecha y los que no se autoposicionan en ninguna de las siete posiciones de la escala de ideología (NS/NC) quienes en mayor medida no leen ningún periódico. Este perfil de los no lectores viene dibujándose, mes a mes, con claridad en los sondeos ASEP, lo que permite certificar su validez.

Cuadro 5.1.2.1.

Perfil Socioeconómico de los No-Lectores de Periódicos

| ABRIL 1.989 | Total Muestra | No Lectores |
|---------------------------------|----------------------|--------------------|
| Total | (1.205) | (678) |
| Sexo: | | |
| Varones | 48% | 39% |
| Mujeres | 52 | 61 |
| Edad: | | |
| - 30 años | 26% | 20% |
| 30-49 años | 35 | 30 |
| 50-64 años | 23 | 27 |
| 65 y más años | 16 | 23 |
| Posición Social: | | |
| Muy Baja | 4% | 7% |
| Baja | 35 | 46 |
| Media | 43 | 39 |
| Alta | 14 | 7 |
| Muy Alta | 2 | 1 |
| Clase Social Subjetiva | | |
| Alta-Media Alta | 2% | 1% |
| Media | 79 | 74 |
| Baja | 15 | 20 |
| Status Socioec. Familiar | | |
| Alto/Medio Alto | 13% | 6% |
| Medio | 52 | 48 |
| Medio bajo | 27 | 34 |
| Bajo | 8 | 12 |
| Ideología: | | |
| Izquierda | 19% | 14% |
| Centro Izquierda | 15 | 13 |
| Centro | 15 | 14 |
| Centro Derecha | 6 | 4 |
| Derecha | 8 | 9 |
| NS/NC | 37 | 47 |
| Hábitat: | | |
| Rural | 24% | 31% |
| Urbano | 47 | 46 |
| Metropolitano | 29 | 23 |

5.2. REVISTAS

5.2.1. Lectura de Revistas

Sólo el 34% de los españoles de 18 y más años leen alguna revista alguna vez al mes. A diferencia de lo que se ha señalado para los periódicos, la lectura de revistas, aún siendo muy baja, es en general algo mayor entre las mujeres que entre los varones. La proporción de lectores de revistas es significativamente menor, cuanto más alta es la edad, cuanto más baja es la posición social y cuanto menor es el tamaño del hábitat de residencia.

Como ya se ha señalado respecto a los periódicos, no parece existir una relación importante con la ideología.

En cualquier caso, la proporción de lectores de revistas alcanza al 54 por ciento entre las personas de posición social alta y muy alta y representa también el 45% para las personas de menos de 30 años, grupos en los que se da un mayor nivel de lectura de revistas en el sondeo de este mes de abril.

En relación al pasado mes, el porcentaje de lectores de revistas ha aumentado un punto porcentual, dato muy similar al de meses anteriores. Por tanto se puede afirmar que durante este mes de abril se ha incrementado en España la proporción de lectores de revistas en relación con el sondeo del pasado mes de marzo.

En el Cuadro 5.2.1.2. se ofrece el porcentaje de lectores (aunque sólo lo sean una semana al mes) de las revistas de mayor difusión. Como se puede comprobar, las cifras son en cierto modo "patéticas", ya que ninguna revista logra una clientela, por ocasional que ésta sea, que llegue al 10 por ciento de la población española de 18 y más años. Salvo Pronto, las demás están incluso por debajo del 5 por ciento de lectores sobre la población total, (y es preciso recordar que cada entrevistado podía mencionar más de una revista). Pero parece que la frecuencia de lectura de las principales revistas ha aumentado para algunas de ellas, Lecturas, Cambio 16 e Interviú, si se comparan los porcentajes de lectores con los datos del pasado mes de marzo. Pero hay que señalar el descenso de Hola y Semana. La revista Tribuna que nació la primera semana del pasado mes de mayo, se ha situado en un nivel del 1,1%, lo que supone un ligero aumento respecto al pasado mes de marzo. Época ha sido leída este mes por un 1,6% de la población, lo que supone un significativo aumento en su nivel de lectura respecto al mes pasado. Finalmente, la revista de información general, Tiempo ha descendido ligeramente en su nivel de lectura (3,1), pero sigue siendo la más leída entre las revistas de su género.

Las fluctuaciones de un mes a otro son sustanciales, pero un análisis más pormenorizado y riguroso de estos datos se realiza en los informes trimestrales ASEP.

En el Cuadro 5.2.1.3. se comprueba que la proporción de lectores asiduos de revistas (se consideran lectores asiduos a aquellos que dicen leer una publicación semanal al menos dos semanas al mes) es, para el conjunto de los lectores de revistas, algo superior a la registrada en el mes anterior, ya que se sitúa, este mes de abril, en el 63%. Pero también en este caso se profundiza en el análisis de estos datos en el informe trimestral, pues las oscilaciones para cada publicación son muy pronunciadas con submuestras de reducido tamaño, como las obtenidas mensualmente. Sin embargo, podemos destacar que el mayor porcentaje de lectores asiduos se registra las revistas Pronto y Cambio 16 este mes de abril, y la menor proporción de lectores asiduos es una vez más para Muy Interesante.

En el mismo cuadro se presenta la proporción de lectores para cada publicación, sobre el total de lectores de revistas. Aunque las magnitudes de los porcentajes son mayores, lógicamente las revistas más y menos leídas coinciden.

Cuadro 5.2.1.1.

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

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 35 | 33 | 32 | 34 | 34 | 31 | 32 | 35 | 33 | 34 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 32 | 31 | 30 | 32 | 33 | 29 | 29 | 32 | 30 | 33 |
| Mujeres | 37 | 35 | 33 | 36 | 35 | 33 | 34 | 37 | 36 | 36 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| - 30 años | 47 | 44 | 42 | 46 | 47 | 44 | 44 | 48 | 45 | 45 |
| 30-49 años | 39 | 38 | 36 | 38 | 38 | 34 | 35 | 38 | 36 | 43 |
| 50-64 años | 24 | 25 | 21 | 27 | 22 | 20 | 21 | 26 | 25 | 20 |
| 65 y más años | 20 | 20 | 20 | 15 | 20 | 19 | 21 | 19 | 17 | 19 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 24 | 19 | 27 | 21 | 24 | 18 | 20 | 32 | 13 | 11 |
| Baja | 25 | 30 | 24 | 25 | 31 | 24 | 27 | 29 | 28 | 28 |
| Media | 39 | 33 | 34 | 37 | 32 | 36 | 33 | 36 | 34 | 37 |
| Alta | 43 | 43 | 42 | 46 | 47 | 36 | 40 | 42 | 47 | 46 |
| Muy Alta | 46 | 50 | 26 | 52 | 55 | 36 | 58 | 66 | 44 | 54 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 38 | 41 | 37 | 36 | 34 | 34 | 36 | 41 | 39 | 32 |
| Centro Izquierda | 38 | 39 | 30 | 32 | 38 | 31 | 32 | 35 | 38 | 45 |
| Centro | 41 | 35 | 39 | 36 | 42 | 36 | 37 | 36 | 28 | 44 |
| Centro Derecha | 51 | 35 | 42 | 44 | 35 | 32 | 30 | 42 | 35 | 48 |
| Derecha | 31 | 31 | 27 | 42 | 35 | 29 | 32 | 39 | 33 | 26 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 27 | 26 | 25 | 28 | 29 | 22 | 29 | 28 | 26 | 19 |
| Urbano | 35 | 34 | 32 | 34 | 37 | 32 | 29 | 34 | 34 | 38 |
| Metropolitano | 41 | 40 | 38 | 39 | 33 | 37 | 39 | 43 | 38 | 42 |
| Educación: | | | | | | | | | | |
| Baja | - | - | - | 26 | 25 | 22 | 24 | 28 | 25 | 27 |
| Media | - | - | - | 43 | 49 | 44 | 44 | 45 | 48 | 47 |
| Alta | - | - | - | 54 | 52 | 52 | 51 | 54 | 54 | 52 |

Cuadro 5.2.1.2.

Porcentaje de Lectores de Revistas la Semana Anterior*

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Pronto | 6,5 | 7,6 | 7,1 | 6,0 | 6,5 | 6,1 | 6,8 | 7,9 | 6,8 | 6,3 |
| Hola | 5,6 | 4,8 | 5,1 | 4,0 | 5,6 | 5,0 | 3,9 | 4,4 | 4,6 | 4,5 |
| Interviú | 2,9 | 3,5 | 3,4 | 3,2 | 3,0 | 2,7 | 2,4 | 2,9 | 3,3 | 3,7 |
| Lecturas | 2,4 | 2,6 | 3,0 | 3,3 | 2,6 | 2,0 | 2,3 | 3,6 | 2,1 | 3,4 |
| Semana | 3,7 | 4,4 | 4,1 | 3,9 | 3,5 | 2,5 | 4,0 | 3,7 | 3,6 | 2,8 |
| Tiempo | 2,9 | 2,8 | 3,5 | 3,4 | 2,7 | 2,9 | 3,2 | 2,5 | 3,8 | 3,1 |
| Cambio 16 | 2,0 | 2,3 | 1,4 | 1,4 | 1,2 | 1,1 | 1,4 | 1,3 | 1,2 | 1,3 |
| Indiscreta | 0,9 | 0,8 | 1,0 | 0,8 | 0,9 | 0,7 | 1,2 | 0,9 | - | 0,7 |
| Diez Minutos | 1,7 | 2,2 | 1,7 | 1,4 | 1,8 | 1,4 | 1,9 | 2,2 | 2,0 | 1,5 |
| Época | 1,1 | 1,4 | 0,7 | 0,8 | 1,1 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,7 | 1,6 |
| Muy Interesante | 1,5 | 1,0 | 1,2 | 1,6 | 1,1 | 1,5 | 1,8 | 1,2 | 1,1 | 1,5 |
| Mía | 0,9 | 0,8 | 0,6 | 0,9 | 1,0 | 1,4 | 0,9 | 2,1 | 1,3 | 0,6 |
| TV Plus | 1,1 | - | 1,0 | 0,7 | 0,5 | - | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,9 |
| Clan TV | 1,1 | 0,7 | 0,6 | 1,4 | 0,7 | 0,5 | 0,7 | 1,3 | 0,7 | - |
| Panorama | 0,8 | 0,5 | - | 1,1 | - | - | 0,3 | 0,5 | 1,0 | 0,9 |
| Revistas Profesionales | 0,7 | - | - | - | - | 0,7 | - | - | - | 0,5 |
| Revistas Deportivas | 0,5 | - | - | - | - | - | - | - | 0,6 | 0,6 |
| Tribuna | - | 0,5 | 0,6 | 0,7 | 0,8 | 0,5 | 1,0 | 1,3 | 0,9 | 1,1 |
| Blanco y Negro | - | - | - | 0,5 | 0,6 | - | - | - | 0,5 | - |
| Garbo | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Teleprograma | - | - | - | - | - | 0,5 | 0,9 | 0,6 | 0,6 | 0,8 |
| Mucho más | - | - | 0,5 | - | - | - | - | - | - | - |
| Telva | 0,9 | 1,1 | 0,6 | - | - | - | - | - | - | - |
| Ama | 0,5 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Nuevo Vale | 0,8 | - | - | - | - | 1,0 | - | - | - | 0,7 |
| Ser Padres | - | - | - | - | - | - | - | 0,5 | - | - |
| Natura | - | - | - | - | - | - | 0,5 | - | - | - |
| Dunia | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Integral | - | - | 0,5 | - | - | - | - | - | - | - |
| Autopista | - | - | - | - | 0,5 | - | - | - | - | - |
| El Jueves | - | - | - | - | - | 0,6 | 0,5 | - | 0,5 | 0,5 |

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

- Menos del 0,5 por ciento.

Cuadro 5.2.1.3.

Porcentaje de Lectores en el Día de Ayer,
Lectores Asiduos de Revistas

| ABRIL 1.989 | N° de Lectores | | % sobre Lectores Semana Anterior | |
|-----------------|-----------------|-------|----------------------------------|--|
| | Semana Anterior | Total | ----- LECTORES ASIDUOS | |
| Total | (414) | 34,3 | 63 | |
| Pronto | (76) | 18,3 | 79 | |
| Hola | (55) | 13,3 | 63 | |
| Interviú | (45) | 10,8 | 66 | |
| Lecturas | (41) | 9,9 | 71 | |
| Tiempo | (38) | 9,2 | 72 | |
| Semana | (34) | 8,2 | 54 | |
| Cambio 16 | (15) | 3,6 | 79 | |
| Diez Minutos | (18) | 4,3 | 61 | |
| Muy Interesante | (18) | 4,3 | 28 | |
| Tribuna | (13) | 3,1 | 66 | |
| Época | (19) | 4,5 | 53 | |

* Se incluyen todas las revistas que tienen este mes más de un 1 por ciento de lectores.

5.2.2. Perfil de los No-Lectores de Revistas

El perfil de los no-lectores de revistas tiene menor significación que en el caso de los periódicos, debido a la heterogeneidad de clientelas de unas y otras revistas, como se analiza con detalle en el informe trimestral, lo que hace que el "promedio" (el conjunto de no lectores), sea igualmente heterogéneo.

No obstante, se puede decir que el perfil de los no-lectores de revistas, comparado con el de la población de 18 años y más, no presenta diferencias importantes en cuanto a la composición por ideología (una gran parte de los no lectores de revistas no dicen cuál es su ideología). Sin embargo, se detecta un leve sobrepeso en relación a la población muestral entre los varones, las personas de más de 50 años, los de posición social baja y muy baja, los de clase social baja, los de status socioeconómicos medio bajo o bajo y los habitantes de núcleos rurales. Estos segmentos de la población tienen mayor proporción de individuos que no leen revistas y constituyen en definitiva los segmentos menos favorecidos socioeconómicamente de la población. A pesar de la heterogeneidad de los lectores de las diferentes publicaciones, el perfil de los no lectores de revistas que se deduce de los diversos sondeos ASEP coincide todos los meses, lo que ratifica también su validez. Sin embargo, es en el informe trimestral en el que se realizarán los perfiles de los lectores de las publicaciones más vendidas, pues los datos se basarán en submuestras de mayor tamaño, y tendrán por consiguiente una mayor fiabilidad.

Cuadro 5.2.2.1.

Perfil Socioeconómico de los No-Lectores de Revistas.

| ABRIL 1.989 | Total Muestra | No Lectores |
|---------------------------------|----------------------|--------------------|
| Total | (1.205) | (791) |
| Sexo: | | |
| Varones | 48% | 49% |
| Mujeres | 52 | 51 |
| Edad: | | |
| - 30 años | 26% | 22% |
| 30-49 años | 35 | 30 |
| 50-64 años | 23 | 28 |
| 65 y más años | 16 | 20 |
| Posición Social: | | |
| Muy Baja | 4% | 6% |
| Baja | 35 | 38 |
| Media | 43 | 42 |
| Alta | 14 | 12 |
| Muy Alta | 2 | 2 |
| Clase Social Subjetiva | | |
| Alta-Media Alta | 2% | 2% |
| Media | 79 | 75 |
| Baja | 15 | 19 |
| Status Socioec. Familiar | | |
| Alto/Medio Alto | 13% | 9% |
| Medio | 52 | 49 |
| Medio bajo | 27 | 31 |
| Bajo | 8 | 11 |
| Ideología: | | |
| Izquierda | 19% | 20% |
| Centro Izquierda | 15 | 12 |
| Centro | 15 | 12 |
| Centro Derecha | 6 | 5 |
| Derecha | 8 | 9 |
| NS/NC | 37 | 42 |
| Hábitat: | | |
| Rural | 24% | 30% |
| Urbano | 47 | 44 |
| Metropolitano | 29 | 26 |

5.3. RADIO

5.3.1. Audiencia de Radio

La dificultad de medir la audiencia de radio es mayor que en el caso de la prensa escrita, y ello por dos razones: la existencia de mayor número de emisoras de radio que de periódicos, e incluso que de revistas, y la posibilidad de que la radio se escuche en diferentes horas del día.

Todos los estudios sobre medios de comunicación en España han señalado la enorme cantidad de emisoras existentes, por comparación con cualquier otro país occidental, lo que es probablemente resultado de la escasa cobertura territorial de cada emisora, así como de la gran extensión territorial de España. No obstante, gran parte de las emisoras pertenecen a alguna de las grandes cadenas, lo que implica que la programación es en buena parte común.

En el Cuadro 5.3.1.1. se ofrecen, para nueve bloques horarios, los datos de audiencia de radio en el día anterior a la entrevista, así como la proporción de personas que dicen no haber escuchado la radio. Como ya se señaló los bloques horarios se han ampliado para la audiencia de radio con el fin de ajustar más los datos a los diferentes tipos de programación. Por lo tanto los datos no son comparables en su mayoría a la de los sondeos realizados con anterioridad al pasado mes de octubre.

En conjunto puede afirmarse que la mayor audiencia de radio se produce por la mañana, entre las 10 y las 12 horas, y también se registran altos niveles de audiencia de 8 a 10 de la mañana, de manera que el 22% de las personas de 18 y más años entrevistadas escucharon la radio el día anterior a la entrevista de 10 a 12 horas, un 14% la sintonizaron de 8 a 10 y un 16% de 12 a 14 horas. Lógicamente, la proporción de oyentes de radio en cada bloque horario no tiene por qué ser estable y prolongarse durante todo el intervalo delimitado.

La audiencia de radio decae casi a la mitad a la hora de comer, ya que solo escuchan la radio entre las 14 y las 16 horas un 9%, vuelve a aumentar ligeramente a última hora de la tarde, de 18 a 21 con un 11% de audiencia. La audiencia de radio de los más madrugadores (antes de las 8 de la mañana) y de los más trasnochadores (después de las 12 de la noche) atrae a un 5 y un 8% de la población, respectivamente. Estos datos sólo se pueden comparar con los del pasado mes de junio antes de las 10 de la mañana y después de las 24 horas, pues los demás bloques horarios, como ya se ha señalado, no coinciden. La audiencia de radio en estos intervalos horarios se mantiene casi en el mismo nivel.

La competencia de la Televisión se pone pues de manifiesto a partir de las 2 de la tarde, reduciéndose sustancialmente la audiencia de radio a partir de ese momento. Se puede por lo tanto concluir que el protagonismo de la radio alcanza su máximo nivel de audiencia por las mañanas, a partir de las 8 horas y hasta las 14 horas, ya que la audiencia en este período es del 52%.

Por otra parte, los datos expuestos en el Cuadro 5.3.1.1. permiten afirmar que el 52% de la población española mayor de 18 años escuchó la radio en algún momento del día, el día anterior a ser entrevistados. Los datos observados este mes de abril permiten comprobar un aumento en los niveles de audiencia respecto al pasado mes de marzo. En este sondeo, el total de no-oyentes de radio es superior al observado en el sondeo de marzo (46%). En la tendencia general no se producen, variaciones significativas en la audiencia de radio de un mes a otro, en los diferentes intervalos horarios.

Cuadro 5.3.1.1.

Audiencia de Radio el Día de Ayer en Distintas Horas del Día

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XI-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Antes de las 8 | 9% | 7% | 7% | 6% | 6% | 7% | 7% | 7% | 9% | 5% |
| De 8 a 10 | 20 | 15 | 15 | 15 | 15 | 16 | 17 | 18 | 18 | 16 |
| De 10 a 12 | - | - | - | 19 | 18 | 17 | 22 | 21 | 23 | 22 |
| *De 10 a 14 | 24 | 20 | 24 | - | - | - | - | - | - | - |
| De 12 a 14 | - | - | - | 13 | 14 | 13 | 16 | 15 | 16 | 14 |
| *De 14 a 17 | 12 | 12 | 13 | - | - | - | - | - | - | - |
| *De 17 a 21 | 15 | 13 | 15 | - | - | - | - | - | - | - |
| De 14 a 16 | - | - | - | 8 | 9 | 9 | 8 | 10 | 10 | 9 |
| De 16 a 18 | - | - | - | 10 | 9 | 10 | 12 | 11 | 12 | 11 |
| De 18 a 21 | - | - | - | 11 | 11 | 12 | 10 | 11 | 11 | 11 |
| De 21 a 24 | 11 | 10 | 10 | 12 | 10 | 11 | 11 | 10 | 12 | 11 |
| Más de 24 | 8 | 6 | 8 | 8 | 7 | 7 | 5 | 7 | 7 | 8 |
| No escuchó la radio | 41 | 47 | 45 | 46 | 48 | 50 | 44 | 44 | 39 | 46 |
| NS/NC | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| Total Oyentes | 56% | 50% | 52% | 52% | 51% | 48% | 54% | 54% | 60% | 52% |
| Total | (1.211) | (1.232) | (1.205) | (1.205) | (1.226) | (1.219) | (1.211) | (1.209) | (1.203) | (1.205) |

*Bloques horarios utilizados en anteriores sondeos

5.3.2. Perfil de los Radio-Oyentes

A partir de los datos expuestos se puede diseñar el perfil socioeconómico de los oyentes y no oyentes de radio, al comparar los datos por características sociodemográficas con los de la muestra (población de 18 y más años).

En el total de oyentes de radio podemos observar un sobrepeso de personas menores de 49 años. Podemos decir además, que los oyentes de radio tienen un leve sobrepeso de personas de posición social media, alta y muy alta y de residentes en núcleos metropolitanos. Además, parece que los sectores de la sociedad que en mayor medida oyen la radio son los de izquierda y centro izquierda. Lógicamente, el perfil de los no oyentes de radio es el opuesto al de los oyentes, y sin duda podemos afirmar que la radio está de moda, puesto que recoge los máximos niveles de audiencia entre personas que forman el "centro social". El perfil de los radioyentes es este mes de abril prácticamente igual al que se ha observado en meses pasados.

Por su parte, el perfil sociológico de los oyentes de radio en los diferentes bloques horarios establecidos, se puede consultar en el informe trimestral, donde los datos son más rigurosos, ya que se basan en submuestras de mayor tamaño.

El perfil sociológico de la audiencia de radio varía sustancialmente en los distintos momentos del día. Es interesante avanzar la alta posición social de la audiencia -fundamentalmente masculina- más temprana (antes de las 8 de la mañana) y más trasnochadora (después de las 24 horas), y el menor nivel socioeconómico de la audiencia -femenina- de las mañanas, hecho que se confirma también en todos los sondeos ASEP y que se analizará en informes trimestrales.

Cuadro 5.3.2.1.

Perfil Socioeconómico de los Radio-Oyentes y No-Oyentes de Radio

| ABRIL 1.989 | Total Muestra | Nunca No Oyentes | Oyentes |
|-----------------------------|----------------------|-------------------------|----------------|
| Total | (1.205) | (551) | (632) |
| Sexo: | | | |
| Varones | 48% | 45% | 50% |
| Mujeres | 52 | 55 | 50 |
| Edad: | | | |
| - 30 años | 26% | 18% | 32% |
| 30-49 años | 35 | 31 | 39 |
| 50-64 años | 23 | 28 | 18 |
| 65 y más años | 16 | 23 | 11 |
| Posición Social: | | | |
| Muy Baja | 4% | 6% | 3% |
| Baja | 35 | 43 | 29 |
| Media | 43 | 36 | 49 |
| Alta | 14 | 13 | 16 |
| Muy Alta | 2 | 2 | 3 |
| Ideología | | | |
| Izquierda | 19% | 16% | 23% |
| Centro Izquierda | 15 | 15 | 14 |
| Centro | 15 | 13 | 16 |
| Centro Derecha | 6 | 5 | 7 |
| Derecha | 8 | 9 | 7 |
| NS/NC | 37 | 42 | 32 |
| Hábitat: | | | |
| Rural | 24% | 32% | 18% |
| Urbano | 47 | 46 | 47 |
| Metropolitano | 29 | 22 | 35 |
| Exposición a Medios: | | | |
| Alta | 16% | 8% | 22% |
| Media Alta | 25 | 21 | 28 |
| Media Baja | 24 | 16 | 31 |
| Baja | 35 | 54 | 18 |

5.3.3. Audiencia por Emisoras

A pesar de la gran cantidad de emisoras que existen en Onda Media y en Frecuencia Modulada, todo estudio de radio ha de contemplar la audiencia de las emisoras más importantes para ser completo y riguroso.

Como queda reflejado en el Cuadro 5.3.3.1. y 5.3.3.2. la audiencia de onda media y de frecuencia modulada difiere en gran medida según la emisora que se sintoniza. Así, en O.M. la mayor audiencia este mes la registra la COPE, y la SER en segundo lugar, seguidas ambas por la RN-1; en F.M., es la Cadena SER la que ocupa este mes el 1er. puesto y el segundo lugar lo ocupa Antena 3, siendo estas dos las emisoras que registran sobre todas las demás, los mayores niveles de audiencia en F.M., todos los meses. Las lógicas fluctuaciones de un mes a otro que se reflejan en los informes mensuales, pueden ser analizadas con mayor detalle en los informes trimestrales al ser más amplia la muestra.

Así, en el Cuadro 5.3.3.1. podemos ver la proporción de entrevistados que oyen la radio, que dicen haber sintonizado las diferentes emisoras de onda media el día anterior a la entrevista. La COPE y la SER, son las emisoras líderes este mes de abril en O.M., ya que registran un 16 y 15% respectivamente de audiencia, lo que implica un leve descenso de la COPE en relación al mes pasado y un descenso notable tiene RN-1 en su nivel de audiencia, ocupando esta emisora el tercer lugar en la preferencia de los radio-oyentes. A gran distancia de estas tres emisoras líderes se encuentran Radio Cadena con un 3% de audiencia, el mismo que obtuvo el mes anterior.

Este mes de abril el total de oyentes de radio ha descendido su nivel de audiencia respecto al sondeo anterior, RN-1, la COPE y Radio España han perdido audiencia, la SER y Radio Cadena son las únicas emisoras, en este sondeo, que ha logrado mantener su mismo nivel de audiencia.

Como puede comprobarse, un 9% de los oyentes de radio no supo decir qué emisora de O.M. escuchó, y un 45% no citó ninguna emisora de esta onda. Ambos porcentajes indican que una considerable proporción de oyentes desconoce la emisora sintonizada, y ello parece sugerir que gran parte de la audiencia de radio sintoniza el dial buscando el programa de cierto locutor o de cierto contenido, sin detenerse en saber qué emisora está oyendo. Como ya se ha señalado, entre las demás emisoras de O.M., ninguna logra alcanzar, ni siquiera un 4% de oyentes, siendo su audiencia, por consiguiente muy baja. Este mes, el descenso de Radio Nacional-1, es sin duda el más significativo, situándose en uno de sus niveles de audiencia más bajo del presente curso.

Del mismo modo, en el Cuadro 5.3.3.2. se ha registrado la proporción de entrevistados, oyentes de radio, que dicen haber sintonizado las diferentes emisoras de F.M. el día anterior a la entrevista. En este caso, la Cadena SER ha registrado un 19% de personas que la sintonizan, lo que supone aumentar su nivel de audiencia en este mes, manteniendo su liderazgo respecto a Antena 3. En segundo lugar, tenemos a Antena 3 con un 15% de audiencia, lo que supone asimismo un aumento de su audiencia en relación al mes anterior. De las demás solo superan el 5% de audiencia Radio 80, la COPE y Radio Minuto, las tres con un 6%. Radio Cadena se mantiene su nivel de audiencia respecto al mes de marzo, ya que tiene este mes un 3% de oyentes y Radio Cataluña se mantiene este mes con 1% de audiencia, consiguiendo estas últimas emisoras un nivel de audiencia muy inferior. En FM existe un 32% que no sintonizan ninguna emisora y un 9% que no contestó a esta pregunta, quizá por no saber con exactitud qué emisora sintonizan. Las fluctuaciones mensuales obedecen al reducido tamaño de las muestras,

por lo que un análisis más pormenorizado de estos datos ha sido y será elaborado en los Informes trimestrales.

En el Cuadro 5.3.3.3. vemos qué emisoras suelen sintonizar con mayor frecuencia las personas que dicen escuchar la radio en los diferentes bloques horarios propuestos que se presentan, modificados en parte desde el mes de octubre, como ya hemos dicho.

En la mayoría de los bloques horarios en que se escuchó la radio el día anterior a la entrevista, las emisoras más sintonizadas en O.M. fueron la COPE y La Cadena SER en segundo lugar. La audiencia de la COPE es algo superior a la de SER; y la Radio Popular presenta una mayor audiencia que la SER en cinco de los bloques horarios y en el resto de los intervalos horarios la SER consigue superar los niveles de audiencia de Radio Popular. El tercer puesto está ocupado por la RN-1 y tiene su mayor nivel de audiencia de las 21-24 horas. Las oscilaciones entre emisoras son este mes pronunciadas, pero se puede ratificar que la COPE seguida de la SER son las emisoras más sintonizadas en O.M. durante todo el día. En estos periodos horarios el liderazgo se lo disputan las tres emisoras principales y radio Cadena registra sus mayores niveles de audiencia de 8 a 12 horas, pero su nivel de audiencia es todos los intervalos muy inferior al registrado para las tres emisoras ya comentadas.

En F.M., la emisora más sintonizada, es la Cadena SER, y consigue mantener los niveles de audiencia más elevados en siete de los nueve bloques horarios. Antena 3 consigue arrebatárle este primer puesto, solamente en dos bloques horarios lo que confirma el liderazgo, que en F.M., mantienen estas dos emisoras de radio.

Además, para Radio Cadena (FM) se registra un aumento de su audiencia de las 12 a 14 horas, y Radio 80 se sintoniza más desde las 10 hasta 14 horas. De todos modos, los niveles de audiencia de estas emisoras son muy pequeños, por lo que se producen grandes variaciones mes a mes al llegar a este nivel de especificación. Por su parte lo que resulta evidente es el liderazgo indiscutible de Antena 3 después de las 24 horas, ya que se pone de relieve todos los meses.

Se pospone para el informe trimestral el diseño de los perfiles de las audiencias de las distintas emisoras, pues el mayor tamaño de estas submuestras sin duda permitirá hacer unos perfiles más fiables.

De todos modos, podemos avanzar (Cuadro 5.3.3.4.) que la audiencia de Frecuencia Modulada la componen sobre todo los varones y los menores de 30 años. Las emisoras que programan en Onda Media captan así los segmentos de la población femenina y de edad más avanzada. En relación con la población de oyentes de radio se detecta una sobrerrepresentación de individuos de posición social media en la audiencia de O.M. y el sobrepeso recae en las personas de posición social media, alta y muy alta en la audiencia de F.M. Además, la audiencia de O.M. se sitúa en el centro y centro izquierda, mientras que los que oyen F.M. son más bien de izquierda, centro izquierda y centro derecha en relación con el total de oyentes. Estos perfiles sociológicos son en gran medida similares a los ya registrados en anteriores sondeos, lo que ratifica su validez y fiabilidad. De todos modos, el análisis de los datos agregados que se presentan en el informe trimestral nos permite llegar a unas conclusiones más rigurosas y diseñar el perfil de la audiencia de cada emisora de forma individual.

Cuadro 5.3.3.1.

Emisoras más Escuchadas en Onda Media
el Día Anterior a la Entrevista

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XI-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| Radio Nacional 1 | 14% | 21% | 14% | 18% | 20% | 17% | 20% | 17% | 20% | 13% |
| Cadena SER | 17 | 19 | 20 | 18 | 18 | 22 | 18 | 17 | 15 | 15 |
| Radio Popular (COPE) | 16 | 16 | 14 | 16 | 14 | 16 | 18 | 16 | 17 | 16 |
| Radio Cadena | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 3 |
| Radio Intercontinental | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Radio España | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| Otras | * | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 |
| Ninguna | - | - | - | 21 | 43 | 36 | 38 | 42 | 24 | 45 |
| NS/NC | 52 | 46 | 51 | 27 | 6 | 7 | 7 | 9 | 21 | 9 |
| Total | (676) | (619) | (624) | (631) | (625) | (591) | (659) | (659) | (717) | (632) |

Cuadro 5.3.3.2.

**Emisoras más Escuchadas en Frecuencia Modulada
el Día Anterior a la Entrevista**

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|
| Radio Nacional 2 | 2% | 2% | 2% | 2% | 2% | 2% | 2% | 4% | 2% | 3% |
| Radio Nacional 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 7 | 5 | 4 | 6 |
| Cadena SER | 15 | 16 | 16 | 14 | 14 | 14 | 15 | 17 | 16 | 19 |
| Radio Popular (COPE) | 6 | 6 | 6 | 4 | 5 | 5 | 4 | 6 | 5 | 6 |
| Antena 3 | 12 | 14 | 13 | 19 | 15 | 15 | 12 | 16 | 13 | 15 |
| Radio Cadena | 4 | 3 | 5 | 6 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| Radio Intercontinental | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | * | 1 | - |
| Radio España | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| Radio 80 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 6 |
| Radio Minuto | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 6 |
| Radio Cataluña | 2 | - | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| Otras | 10 | 8 | 10 | 8 | 10 | 8 | 8 | 8 | 8 | 9 |
| Ninguna | - | - | - | 22 | 35 | 40 | 36 | 30 | 24 | 32 |
| NS/NC | 46 | 49 | 45 | 56 | 7 | 6 | 6 | 9 | 21 | 7 |
| Total | (676) | (619) | (624) | (631) | (625) | (591) | (659) | (659) | (717) | (632) |

Cuadro 5.3.3.3.

Emisoras más Sintonizadas según la Audiencia de Radio
de los Diferentes Bloques Horarios

| ABRIL 1989 | Total Muestra | Antes de las 8 | De 8 a 10 | De 10 a 12 | De 12 a 14 | De 14 a 16 | De 16 a 18 | De 18 a 21 | De 21 a 24 | Más de 24 |
|------------------------|------------------|-------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| Total Oyentes | (632) | (60) | (198) | (260) | (174) | (110) | (129) | (132) | (131) | (93) |
| EMISORAS O.M. | | | | | | | | | | |
| R.N.E. 1 | 13% | 16% | 13% | 10% | 12% | 16% | 12% | 14% | 19% | 18% |
| Radio Cadena | 3 | - | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 |
| Cadena SER | 15 | 20 | 14 | 19 | 14 | 16 | 17 | 14 | 23 | 14 |
| Radio Intercontinental | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| Radio España | 1 | - | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Radio Popular | 16 | 23 | 17 | 16 | 11 | 14 | 22 | 20 | 18 | 23 |
| Otras Locales | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| Ninguna | 45 | 42 | 46 | 44 | 49 | 46 | 45 | 50 | 44 | 38 |
| NS/NC | 9 | 10 | 8 | 9 | 10 | 6 | 6 | 6 | 8 | 12 |
| EMISORAS F.M. | | | | | | | | | | |
| Radio 80 | 6% | 9% | 4% | 8% | 8% | 6% | 4% | 7% | 4% | 9% |
| Radio Cadena Española | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 |
| Radio Minuto | 6 | 11 | 8 | 6 | 6 | 10 | 8 | 9 | 7 | 5 |
| Radio Cataluña | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | - | 2 | 8 | 2 | - |
| R.N.E. 3 | 6 | 11 | 6 | 4 | 4 | 6 | 8 | 6 | 10 | 6 |
| SER | 19 | 16 | 18 | 20 | 26 | 23 | 22 | 21 | 22 | 16 |
| R.N.E. 2 | 3 | 5 | 3 | 2 | 3 | 5 | 2 | 3 | 4 | 7 |
| Radio España | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | - | - | - | 1 |
| Radio Popular (COPE) | 6 | 4 | 8 | 8 | 8 | 5 | 4 | 6 | 5 | 2 |
| Antena 3 | 15 | 13 | 16 | 13 | 14 | 10 | 16 | 14 | 24 | 32 |
| Radio Intercontinental | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Otras | 9 | 2 | 7 | 11 | 11 | 10 | 12 | 15 | 6 | 7 |
| Ninguna | 32 | 32 | 32 | 31 | 27 | 36 | 36 | 34 | 31 | 29 |
| NS/NC | 7 | 12 | 9 | 6 | 6 | 6 | 2 | 4 | 7 | 7 |

Cuadro 5.3.3.4.

**Perfil de los Radio-Oyentes Habituales de Emisoras de Onda
Media y Frecuencia Modulada.**

| ABRIL 1.989 | Total Muestra | Total Audiencia de Radio | Audiencia de Emisoras de O.M. | Audiencia de Emisoras de F.M. |
|-------------------------|--------------------------|---|--|--|
| Total | (1.205) | (632) | (279) | (383) |
| Sexo: | | | | |
| Varones | 48% | 50% | 47% | 53% |
| Mujeres | 52 | 50 | 53 | 47 |
| Edad: | | | | |
| - 30 años | 26% | 32% | 16% | 44% |
| 30-49 años | 35 | 39 | 40 | 41 |
| 50-64 años | 23 | 18 | 28 | 10 |
| 65 y más años | 16 | 11 | 16 | 5 |
| Posición Social: | | | | |
| Muy Baja | 4% | 3% | 3% | 2% |
| Baja | 35 | 29 | 29 | 27 |
| Media | 43 | 49 | 50 | 50 |
| Alta | 14 | 16 | 16 | 17 |
| Muy Alta | 2 | 3 | 3 | 4 |
| Ideología | | | | |
| Izquierda | 19% | 23% | 21% | 24% |
| C. Izquierda | 15 | 14 | 16 | 17 |
| Centro | 15 | 16 | 17 | 16 |
| C. Derecha | 6 | 7 | 5 | 8 |
| Derecha | 8 | 7 | 8 | 5 |
| NS/NC | 37 | 32 | 32 | 30 |
| Hábitat: | | | | |
| Rural | 24% | 18% | 15% | 17% |
| Urbano | 47 | 47 | 48 | 49 |
| Metropolitano | 29 | 35 | 37 | 34 |
| Exposic. Medios: | | | | |
| Alta | 16% | 22% | 22% | 26% |
| Media Alta | 25 | 28 | 27 | 31 |
| Media Baja | 24 | 31 | 32 | 30 |
| Baja | 35 | 18 | 19 | 14 |

5.4. TELEVISION

En un estudio de esta naturaleza resulta imposible intentar conocer la audiencia de todos y cada uno de los programas emitidos a lo largo de la semana. Existen estudios más pormenorizados, entre ellos los del propio Gabinete de Audiencias de TVE, que ofrecen información más detallada sobre estos temas.

Sin embargo, los datos que aquí se presentan tienen un valor indicativo, por lo que respecta a la programación general en distintos momentos del día. Por lo que se refiere a la valoración de los telediarios y de los programas de televisión que se han incluido este mes, los datos permiten conocer las preferencias de los telespectadores.

5.4.1. Audiencia de Televisión

Para determinar el nivel de la audiencia de televisión, tanto de VHF como UHF y de los canales autonómicos, se preguntó a los entrevistados que dijeran, con referencia al día anterior a la entrevista, si habían visto la televisión en diferentes horas del día, indicando el canal que habían sintonizado.

La audiencia de televisión y más concretamente la del Primer Canal alcanza este mes de abril el 79% de los entrevistados, cifra algo mayor a la registrada el pasado mes de marzo, y el nivel máximo de audiencia se da, una vez más, por la noche, es decir a partir de las 20,30 horas y sobre todo desde las 21 horas hasta las 12 de la noche, periodo en el que el 78% de los entrevistados dijeron haber visto la televisión. El nivel de audiencia es muy similar al registrado en el sondeo del mes pasado, en casi todos los bloques horarios analizados.

En el resto de los bloques horarios sugeridos, la audiencia de televisión es inferior siempre al 30%. Destaca, sin embargo, el periodo en que se emite el telediario primera edición (15,00 a 15,30) con un nivel de audiencia del 21%, y el registrado a primera hora de la tarde, entre las 15,30 y las 18 horas con un 17% de audiencia este mes, disminuyendo ligeramente su audiencia respecto al mes de marzo. A medio día entre las 13,30 a las 15,00 hubo un 11% de audiencia la semana del 10 al 16 de abril, y en el resto de los bloques horarios la audiencia es muy similar a la del sondeo anterior. Desde las 19,30 a las 20,30 horas la audiencia alcanzó a un 10% de los entrevistados, y la programación infantil que se suele emitir por las tardes (18 a 19,30) la vieron un 7% de los mayores de 18 años. La programación matinal englobada en días laborables en el programa "Por las mañanas" que se emite de 9 a 13,30 tiene un nivel de audiencia más bajo que el curso pasado en el que llegó al 10%, este mes sigue alcanzando un 5%, lo que implica su mantenimiento y por consiguiente el mismo nivel de audiencia que el mes pasado, finalmente, la audiencia de los programas que se emiten después de las 12 de la noche es 8%. Por su parte, la audiencia para el informativo buenos días alcanza este mes, el 1%. Algunos de estos datos difieren de los encontrados los meses pasados más inmediatos, y en general se detecta un ligero aumento de la audiencia de TVE-1 este mes de abril.

La audiencia de TVE-2 (UHF) es mínima antes de las 19,30 de la tarde, ya que solo se emiten programas antes de esa hora en este canal los sábados y domingos. Antes de las 20,30 de la noche la audiencia de UHF es muy baja (5%), y el máximo nivel de audiencia de este canal se da entre las 21,00 y las 24 horas (14%). En relación al pasado mes de marzo, la audiencia de dicho canal ha descendido un punto porcentual. La línea ascendente iniciada el pasado mes de febrero no se ha visto continuada, por consiguiente, en los dos meses siguientes.

La audiencia de TVE-2 es menos de tres veces inferior a la de TVE-1, dato que corrobora las cifras que suelen manejar la mayoría de los estudios que se han realizado sobre audiencia televisiva. La cobertura del segundo canal de televisión no alcanza a toda España, y sus horas de emisión son menores que las de TVE-1, por lo que los datos encontrados son lógicos, atenuándose más en esta ocasión por el descenso de la audiencia de V.H.F. y el considerable aumento de telespectadores de U.H.F.

El importante papel informativo, que para gran parte de la sociedad española tienen los telediarios hace necesario realizar un análisis más detenido de los niveles de audiencia que tienen los tres telediarios que emite TVE a lo largo del día. Así, la primera edición del telediario (15 a 15:30), eleva el nivel de audiencia, del 11% que tiene el bloque horario inmediatamente anterior, a un 21%. La segunda edición de telediario (20:30 a 21) tiene una audiencia algo mayor que la primera edición, ya que un 31% de los entrevistados vieron esta edición de telediario este mes. Y, finalmente, la tercera edición tiene un nivel de audiencia mucho menor que las dos ediciones anteriores (8%). La primera y la segunda edición de los telediarios forman, después del bloque horario que va de las 21 a las 24 horas, los dos bloques horarios que consiguen mayores niveles de audiencia, quedando la tercera edición de telediario a gran distancia de ambos.

Se ha intentado evaluar también la audiencia de los cuatro canales autonómicos que existen en España, TV-3 (Cataluña), ETB (País Vasco), TVG (Galicia), y Canal Sur (Andalucía) pues al iniciarse el pasado mes de febrero, la emisión del Canal Autonómico andaluz, pareció conveniente incorporarlo, desde el pasado sondeo del mes de marzo, a los tres canales autonómicos ya analizados. Al ser ésta una encuesta representativa a nivel nacional, estos datos son poco representativos a nivel de Comunidad Autónoma, pero son significativos en Cataluña por haberse realizado en esta Comunidad Autónoma cerca de 200 entrevistas (Cuadro 5.4.1.2.).

Así, la audiencia global de dichos canales representa solo al 20% de la población española mayor de 18 años y los mayores niveles de audiencia de los mismos se dan entre las 20,30 y las 24 horas, aunque en ningún caso supera la audiencia total al 10% de la población española.

Pero estos datos hay que observarlos para cada una de las cuatro Comunidades Autónomas en que existen canales propios, como constan en el Cuadro 5.4.1.2..

En Cataluña el 55% de la población mayor de 18 años sintonizó en algún momento del día el canal Autonómico, proporción notablemente mayor que la registrada el mes pasado. Antes de las 15 horas, por la tarde y después de las 24 horas el nivel de audiencia de TV-3 es muy bajo, siempre inferior al 10%, en los distintos bloques horarios.

Los máximos niveles de audiencia de TV-3 se dan entre las 21,00 y las 24 horas y de 20,30 a 21,00 con un 23% y un 26% de audiencia, respectivamente. También es interesante observar que T.V.3 registra cierta audiencia en Baleares y en Valencia, es decir las Comunidades más próximas y que tienen una lengua similar. De todos modos algo menos de la mitad de los catalanes (42%) no vieron T.V.3. en ningún momento la semana anterior a ser entrevistados.

Hay que resaltar que estos tres canales solo programan antes de las 13 horas los domingos y en algunos casos los sábados, por lo que es lógico que no haya un considerable nivel de audiencia antes de esa hora.

En el País Vasco la audiencia de ETB afecta este mes, a un 19% de la población encuestada, lo que supone descender su nivel de audiencia en relación al mes de marzo, y el bloque horario en

el que dicha audiencia es mayor es de 19,30 a 20,30 horas (13%), resultando mínima o nula la audiencia en la mayoría de los demás bloques horarios. El 81% de los vascos no sintonizaron este canal la semana anterior a ser encuestados, pero ETB parece que también se ve en Navarra y Rioja.

El alcance de la televisión gallega es considerablemente inferior que el que se registró el mes pasado, ya que tiene una audiencia que abarca al 34% de la población de esta Comunidad Autónoma. Los mayores niveles de audiencia se registran en la programación de por la noche, de 21,00 a 24,00 horas (16%) y de 15,30 a 18,00 horas, donde llega al 10% el número de televidentes. En este mes de marzo el 57% de los gallegos no vieron T.V.G. la semana anterior a ser entrevistados.

Como ya se ha señalado, a partir del sondeo del mes pasado, se analizan también los niveles de audiencia del Canal Autonómico de Andalucía. Este mes de abril un 34% de los andaluces dijeron haber visto la TV autonómica, lo que supone un aumento respecto al mes de marzo. Los mayores niveles de audiencia se produjeron en los bloques horarios que van de las 20,30 a las 21 y de las 21 a las 24,00 horas, con un 11 y un 17% respectivamente. Un 64% de la población andaluza encuestada no vio el Canal Autonómico. Al igual que en el sondeo anterior, la emisión del canal autonómico andaluz logra alcanzar mayores niveles de audiencia que el canal vasco, e igualarse al canal autonómico gallego, pero habrá que esperar a sucesivos sondeos para confirmar esta tendencia inicial.

Parece que de los cuatro canales autonómicos el que tiene mayor implantación a nivel regional es, una vez más, T.V.3., y es interesante resaltar el descenso de la audiencia de dos de los cuatro canales autonómicos en este mes de abril y el aumento de audiencia del nuevo canal autonómico, datos que habrá que confirmar en sucesivos sondeos dado el pequeño tamaño de las submuestras en que se basan.

Los datos hasta aquí comentados nos permiten decir que el alcance de la programación de televisión española es máximo a partir de las 20,30 horas y hasta las 24 horas, y que es mínimo por las mañanas. La audiencia de TV-2 es muy baja, y algo inferior al mes anterior, y de los canales autonómicos el que registra mayor audiencia este mes es el catalán. Veamos ahora que sectores de la población ven la televisión en los dos canales nacionales.

Cuadro 5.4.1.1.

Audiencia de TV el día de Ayer, en Distintas Horas del Día

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|----------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| VHF (TVE-1) | | | | | | | | | | |
| 7:30 a 9:00 | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | *% | 1% | 1% |
| 9:00 a 13:30 | 7 | 5 | 4 | 7 | 6 | 5 | 6 | 5 | 5 | 5 |
| 13:30 a 15:00 | 12 | 12 | 11 | 12 | 13 | 10 | 12 | 11 | 12 | 11 |
| 15:00 a 15:30 | 28 | 25 | 24 | 27 | 26 | 23 | 25 | 22 | 22 | 21 |
| 15:30 a 18:00 | 20 | 19 | 18 | 18 | 20 | 18 | 20 | 19 | 19 | 17 |
| 18:00 a 19:30 | 7 | 6 | 6 | 7 | 7 | 8 | 10 | 9 | 8 | 7 |
| 19:30 a 20:30 | 13 | 10 | 7 | 10 | 10 | 10 | 14 | 12 | 11 | 10 |
| 20:30 a 21:00 | 32 | 27 | 24 | 28 | 28 | 31 | 38 | 34 | 32 | 31 |
| 21:00 a 24:00 | 46 | 43 | 44 | 45 | 46 | 43 | 54 | 49 | 47 | 47 |
| Después de las 24:00 | 6 | 5 | 5 | 6 | 6 | 7 | 9 | 8 | 6 | 8 |
| No vio TVE-1 | 24 | 26 | 28 | 22 | 21 | 26 | 19 | 22 | 23 | 19 |
| NS/NC | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | * | 1 | 2 |
| Total VHF | 75% | 73% | 71% | 77% | 77% | 73% | 80% | 78% | 76% | 79% |
| UHF (TVE-2) | | | | | | | | | | |
| Antes de las 19:30 | 7% | 7% | 16% | 6% | 11% | 9% | 9% | 10% | 9% | 11% |
| 19:30 a 20:30 | 5 | 5 | 9 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 20:30 a 21:00 | 7 | 8 | 16 | 8 | 6 | 8 | 7 | 9 | 10 | 8 |
| 21:00 a 24:00 | 14 | 13 | 17 | 15 | 12 | 14 | 14 | 15 | 17 | 14 |
| Después de las 24:00 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| No vio TVE-2 | 72 | 73 | 66 | 65 | 77 | 75 | 76 | 71 | 71 | 70 |
| NS/NC | 5 | 3 | 2 | 11 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 |
| Total UHF | 23% | 24% | 33% | 24% | 20% | 22% | 22% | 27% | 26% | 25% |

Cuadro 5.4.1.2.

**Audiencia de los Tres Canales Autonómicos el día de
ayer, en distintas horas del día**

ABRIL 1.989

| | Total | TV-3 (Cataluña) | ETB (P.Vasco) | TVG (Galicia) | CANAL SUR (Andalucía) |
|--|--------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| ----- | | | | | |
| Total Muestra | (1.205) | (195) | (69) | (87) | (206) |
| Bloques Horarios | | | | | |
| Antes de las 13,30 | *% | 1% | -% | 1% | -% |
| De 13,30 a 15,00 | 2 | 4 | 2 | 1 | * |
| De 15,00 a 15,30 | 2 | 9 | - | 3 | 2 |
| De 15,30 a 18,00 | 2 | 4 | 1 | 10 | 1 |
| De 18,00 a 19,30 | 2 | 4 | 6 | 4 | 6 |
| De 19,30 a 20,30 | 4 | 6 | 13 | 7 | 10 |
| De 20,30 a 21,00 | 7 | 23 | 9 | 6 | 11 |
| De 21,00 a 24,00 | 9 | 26 | 11 | 16 | 14 |
| Después de las 24,00 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 |
| No vio C. Autonómico | 76 | 42 | 81 | 66 | 64 |
| NS/NC | 4 | 6 | 1 | 1 | 2 |
| Total audiencia Canales Autonómicos | 20% | 55% | 19% | 34% | 34% |

5.4.2. Perfil de los Televidentes

Si comparamos el perfil general de los televidentes de TVE-1 con el de la muestra en su conjunto, sin diferenciar los diferentes momentos del día, vemos que el perfil se ajusta bastante al de la población muestral puesto que el 79% de los entrevistados ven este canal de televisión. Tan sólo se detecta entre los televidentes de TV-1, una leve sobrerrepresentación de mujeres, de individuos que tienen entre 30 y 49 años, y de personas de posición social baja y media y que residen en núcleos urbanos (Cuadro 5.4.2.1.).

Sin embargo, en los diferentes bloques horarios establecidos por tener mayor audiencia, la audiencia de TVE-1 es muy dispar, como de hecho se puede comprobar en el informe trimestral, ya que los datos mensuales se basan en una submuestra de reducido tamaño.

También en el Cuadro 5.4.2.1. vemos que los televidentes de TVE-2 presentan un perfil sociológico diferente al de los de TVE-1 y lógicamente al de la muestra, en ciertos aspectos. En este caso en la audiencia de U.H.F. la proporción de varones es superior a la de mujeres y se observa una leve sobrerrepresentación de personas que tienen de 30 a 49 años y de individuos de posición social alta y muy alta. De todos modos, el reducido tamaño de esta submuestra no permite certificar estos datos hasta que no se amplíe el peso de la misma, como consta ya en los informes trimestrales, aunque como se puede observar, todos los meses se repiten las mismas tendencias.

Es pues interesante concluir que la clientela de los dos canales de televisión es diferente desde el punto de vista sociológico, como lo es de hecho su programación.

Cuadro 5.4.2.1.

**Perfil Socioeconómico de los Televidentes en el Día
de Ayer de V.H.F. y de U.H.F.**

| ABRIL 1.989 | Total Muestra | Televidentes VHF | Televidentes UHF |
|-----------------------|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| ----- | | | |
| Total | (1.205) | (951) | (306) |
| Sexo: | | | |
| Varones | 48% | 47% | 51% |
| Mujeres | 52 | 53 | 49 |
| Edad: | | | |
| -30 años | 26% | 25% | 26% |
| 30-49 años | 35 | 36 | 42 |
| 50-64 años | 23 | 23 | 20 |
| 65 y más años | 16 | 16 | 12 |
| Posic. Social: | | | |
| Muy Baja | 4% | 4% | 2% |
| Baja | 35 | 36 | 33 |
| Media | 43 | 45 | 44 |
| Alta | 14 | 14 | 17 |
| Muy Alta | 2 | 2 | 4 |
| Hábitat: | | | |
| Rural | 24% | 22% | 16% |
| Urbano | 47 | 48 | 52 |
| Metropolitano | 29 | 29 | 33 |
| Expos. Medios: | | | |
| Alta | 16% | 16% | 22% |
| Media Alta | 25 | 25 | 26 |
| Media Baja | 24 | 26 | 28 |
| Baja | 35 | 32 | 24 |

5.4.3. Los Telediarios

Ya se han visto, los niveles de audiencia que consiguen cada una de las tres ediciones de telediario de T.V.E., pero resulta interesante conocer cuál es la imagen que de estas tres ediciones, en conjunto, tiene la población española.

Para conocer la imagen de los tres telediarios, se preguntó a los entrevistados, además de por su audiencia la semana pasada en los bloques horarios, por la imagen que estos tienen para la población española de forma global y no individualizada como se hizo en anteriores sondeos, ya que las valoraciones medias eran muy similares en los tres casos.

Es interesante resaltar la altísima proporción de individuos que valoran los telediarios (89%). La valoración otorgada a los telediarios es alta (6,6), lo que supone lograr mantener su valoración, si se compara con la obtenida en el pasado mes de noviembre en que se produjo una estabilidad respecto al mes de junio. En cuanto a la imagen controvertida de estos informativos es interesante resaltar que tienen una imagen muy poco controvertida, al igual que ocurrió en el sondeo anterior, con puntuaciones por lo tanto muy próximas al valor medio. (Cuadro 5.4.3.1.). De todos modos, y como ya se comenzó a detectar en junio, ha caído de forma significativa en los últimos meses la imagen de los telediarios, y en este mes de abril no ha logrado tampoco superar la valoración que obtuvo el pasado mes de febrero.

Para combinar en un solo indicador la valoración a los tres telediarios, se ha construido un Índice de Valoración de Programas Informativos de Televisión (IVITV), que no es sino el promedio de la valoración citada. El IVITV es comparable con el obtenido en anteriores sondeos. En el Cuadro 5.4.3.2. se pueden observar las diferencias en el IVITV por características socioeconómicas de los entrevistados.

Como puede apreciarse, este índice es muy similar al registrado en diciembre en todos los segmentos considerados. Sólo algún segmento otorga valoraciones superiores a 7 puntos y las mejores puntuaciones las asignan las mujeres, y los individuos de posición social muy baja y baja y de edad intermedia.

La valoración más alta de los telediarios se da este mes entre los individuos que se autoposicionan ideológicamente en el centro y la peor valoración de los Telediarios la dan este mes las personas que dicen ser de centro derecha, y los de posición social alta y muy alta. Se suele decir que la televisión, y sobre todo los telediarios están al servicio del gobierno y parece que las personas afines al PSOE (centro izquierda), dan este mes una de las puntuaciones más bajas. Sin duda, la imagen de los telediarios se ha visto afectada estos últimos meses por un claro deterioro, que se sigue observando, este mes de abril.

Cuadro 5.4.3.1.

Imagen de los tres Telediarios de T.V.E.

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|---|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Proporción de Entrevistados que valoran los Telediarios (En Porcentajes): | 76 | 73 | 71 | 93 | 91 | 90 | 93 | 92% | 92% | 89% |
| Valoración Media: | 7,3 | 7,0 | 6,5 | 6,5 | 6,6 | 6,2 | 6,6 | 6,9 | 6,6 | 6,6 |
| Imagen Controvertida (En Porcentajes): | 27 | 31 | 32 | 35 | 35 | 39 | 34 | 30 | 33 | 34 |

Cuadro 5.4.3.2.

**Índice de Valoración de Programas Informativos
de Televisión (IVITV), por Características Socioeconómicas**

| | IV-88 | V-88 | VI-88 | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------------------|-------|------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 7,3 | 7,0 | 6,5 | 6,5 | 6,6 | 6,2 | 6,6 | 6,9 | 6,6 | 6,6 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 7,0 | 6,9 | 6,2 | 6,3 | 6,4 | 6,1 | 6,3 | 6,9 | 6,4 | 6,4 |
| Mujeres | 7,6 | 7,1 | 6,8 | 6,6 | 6,8 | 6,3 | 6,9 | 7,0 | 6,8 | 6,8 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| - 30 años | 7,2 | 6,8 | 6,4 | 6,5 | 6,7 | 6,2 | 6,7 | 6,9 | 6,5 | 6,5 |
| 30-49 años | 7,3 | 7,0 | 6,6 | 6,2 | 6,5 | 6,2 | 6,6 | 7,0 | 6,7 | 6,3 |
| 50-64 años | 7,4 | 7,0 | 6,6 | 6,7 | 6,5 | 6,3 | 6,6 | 7,0 | 6,7 | 7,1 |
| 65 y más años | 7,3 | 7,0 | 6,7 | 6,5 | 6,9 | 6,3 | 6,4 | 6,8 | 6,6 | 6,3 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 7,7 | 7,3 | 6,7 | 6,9 | 6,7 | 6,4 | 6,7 | 6,5 | 7,1 | 7,1 |
| Baja | 7,5 | 7,3 | 6,9 | 6,9 | 7,0 | 6,6 | 7,0 | 7,2 | 6,8 | 6,9 |
| Media | 7,4 | 6,9 | 6,4 | 6,3 | 6,6 | 6,2 | 6,5 | 7,0 | 6,6 | 6,7 |
| Alta | 6,9 | 6,6 | 6,4 | 6,0 | 5,8 | 5,7 | 6,2 | 6,4 | 6,1 | 6,0 |
| Muy Alta | 4,1 | 6,4 | 5,9 | 4,3 | 5,3 | 3,9 | 4,0 | 6,4 | 5,8 | 5,1 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 7,1 | 6,4 | 6,6 | 6,1 | 6,5 | 6,1 | 6,4 | 6,9 | 6,4 | 6,5 |
| Centro Izquierda | 7,4 | 7,4 | 6,8 | 6,6 | 6,5 | 6,1 | 6,7 | 7,0 | 6,9 | 6,6 |
| Centro | 7,4 | 7,0 | 6,4 | 6,4 | 7,2 | 6,2 | 6,9 | 7,1 | 6,7 | 6,8 |
| Centro Derecha | 7,2 | 7,1 | 6,6 | 6,2 | 6,5 | 6,0 | 6,5 | 6,8 | 6,7 | 6,2 |
| Derecha | 7,6 | 7,2 | 6,5 | 6,6 | 6,9 | 6,1 | 6,2 | 6,9 | 6,9 | 6,5 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 7,3 | 7,2 | 6,7 | 6,7 | 6,7 | 6,6 | 6,9 | 7,1 | 6,6 | 7,1 |
| Urbano | 7,4 | 7,1 | 6,6 | 6,6 | 6,7 | 6,2 | 6,8 | 7,2 | 6,9 | 6,6 |
| Metropolitano | 7,2 | 6,5 | 6,4 | 6,1 | 6,3 | 5,9 | 6,1 | 7,4 | 6,2 | 6,3 |

5.4.4. Programas de T.V.E.

En el sondeo del mes de octubre se introdujo una modificación respecto a sondeos anteriores, dirigida a conocer cuál era la audiencia y la imagen que tienen algunos de los programas emitidos por TVE, en la sociedad española, y cada mes se han ido incluyendo nuevos programas televisivos.

La imagen de los programas propuestos se ha medido, como es habitual, en base a tres indicadores: el grado de conocimiento, la valoración promedio y la dispersión opinática.

El grado de conocimiento mide la proporción de entrevistados que opinan sobre cada programa (entendiéndose que quienes no los valoran es que, o no los conocen en absoluto, o no los conocen lo suficiente como para opinar). La valoración se mide mediante la media aritmética (x) de puntuaciones, entre 0 y 10, (siendo 0 la peor calificada y 10 la mejor), asignadas por los entrevistados a cada programa televisivo propuesto. Y la dispersión opinática (o grado de controversia respecto a su imagen) se mide por la desviación standard (s) como porcentaje respecto a la media aritmética.

En el sondeo de este mes de abril se ha preguntado por cinco programas de los que emite actualmente TVE: Punto y Aparte, Primera Sesión, Otros Pueblos, Historias del Music-Hall y En Portada. En cada sondeo se suele preguntar por programas diferentes o bien por otros ya preguntados, para poder realizar un ranking mensual entre los mismos, que refleje las preferencias de los entrevistados.

En los Cuadros 5.4.4.1., 5.4.4.2. y 5.4.4.3. se ofrecen los datos para los cinco programas en los tres indicadores de imagen. En base a estos datos pueden hacerse las siguientes consideraciones:

1. El grado de conocimiento difiere lógicamente, según sea el programa analizado. Pero este mes de abril, el nivel de conocimiento o audiencia de los programas propuestos es muy irregular. Sólo el programa Primera Sesión, es conocido por más del 60%. El programa Historias del Music-Hall es, por el contrario, el menos conocido de los cinco con un 20% de nivel de audiencia. En Portada y Otros Pueblos son conocidos por un 60%, 40% de los entrevistados respectivamente.
2. La valoración otorgada a los cinco programas también difiere, ya que si se utiliza 6,0 puntos como límite diferenciador entre una valoración alta o media, y 4,5 como límite entre una valoración media y baja, se comprueba que los programas: Punto y Aparte, Otros Pueblos y En Portada superan la valoración media. Mientras que Primera Sesión e Historias del Music-Hall alcanzan una valoración media. Ninguno de los programas por los que se ha preguntado éste mes obtienen una valoración baja.
3. Respecto a la diversidad opinática, y tomando el 65% de desviación respecto a la valoración media como límite entre un grado de controversia alta o media, y 40 por ciento como límite entre un grado medio y bajo, ninguno de los cinco programas consultados este mes de abril tienen una imagen realmente controvertida ya que solo el programa Historias del Music-Hall supera un 40 por ciento. El programa En Portada es el que tiene una imagen menos controvertida (25%).

Un análisis más preciso de la imagen de los cinco programas televisivos, propuestos este mes de abril, se muestran en los Cuadros 5.4.4.4. a 5.4.4.6., en ellos se combinan las tres dimensiones de imagen de dos en dos y nos permiten hacer las siguientes afirmaciones:

- a) El programa Informe Semanal sigue siendo, hasta el momento, el único programa que con un grado de conocimiento alto, obtiene también una alta valoración. Los programas En Familia, Viernes Cine, Tres por Cuatro y En Portada, aunque medianamente conocidos son bien valorados.
- b) Los programas Sábado Noche, Canción Triste de Hill Street y Primera Sesión son medianamente conocidos y valorados.
- c) El precio justo es el programa más conocido o con mayor audiencia, pero es medianamente valorado y Rocko-Pop, Más Estrellas que en el Cielo y el programa de Fin de Año de Gurruchaga son los menos conocidos y los peor valorados.
- d) Los programas Contigo y Gatos en el Tejado (ya fuera de emisión), Tariro, Tariro, Tal Cual, Nanny y Waku-Waku e Historias del Music-Hall son poco conocidos pero tienen una imagen medianamente controvertida.

Así mismo, la serie española Juncal, Puntos y Aparte y Otros Pueblos son escasamente conocidos, pero su imagen es también poco controvertida.

- e) Finalmente, La vida sigue, El perro verde, Documentos TV , Informe Semanal, El Tiempo es Oro, En Familia, Por la Mañana, Estrenos TV, Viernes Cine, Punto y Aparte, En Portada, y Otros Pueblos tienen una imagen escasamente controvertida y son altamente valorados por los telespectadores. El ciclo dedicado a Ava Gardner, La Noche, Por la Tarde, Nanny e Historias del Music-Hall aunque medianamente valorados, son, así mismo, medianamente controvertidos.

Las diferencias de conocimiento y valoración asignadas, a los cinco programas incluidos en este mes de abril, por los diferentes segmentos de la población se ofrecen en los cuadros 5.4.4.7 y 5.4.4.8; de los mismos se pueden resaltar los siguientes aspectos:

En primer lugar los varones conocen más este mes tres de los cinco programas propuestos. Los grupos de edad más jóvenes tienen un nivel de conocimiento mayor que los grupos de edad mayores.

La posición social parece tener una buena capacidad explicativa, en el sentido de que se puede observar una pauta bastante regular: la valoración suele ser más baja cuanto más alta es la posición social, siendo el nivel de conocimiento mayor en los individuos de posición social más elevada.

La ideología no ofrece pautas excesivamente dispares, ya que el nivel de conocimiento es muy similar en todos los segmentos ideológicos, pero este mes de abril, todos los programas, sin excepción, son más conocidos por los individuos que se ubican en la izquierda.

El hábitat suele presentar una pauta totalmente clara de relación con el conocimiento y valoración de programas televisivos, en el sentido de que los residentes en núcleos rurales conocen menos y valoran más los diferentes programas. En este mes de abril, los cinco programas son más conocidos por los habitantes de núcleos urbanos y metropolitanos.

Ha parecido interesante, tal y como se hizo en sondeos anteriores, conocer la relación entre la exposición a medios de comunicación y los diferentes niveles de conocimiento y valoración. Hay que señalar que los menores consumidores de medios de comunicación (exposición baja) son los que más alto suelen valorar los programas propuestos, si exceptuamos Otros Pueblos y En Portada que recibe su valoración más alta de los entrevistados que tienen una exposición a medios alta y media alta.

Respecto a las valoraciones, parece deducirse que las mujeres valoran mejor que los varones tres de los cinco programas. Así mismo, del cuadro 5.4.4.8. parece deducirse que los programas Primera Sesión y Punto y Aparte y reciben sus valoraciones más altas de los grupos de más edad.

La posición social, como ya se ha señalado parece tener una buena capacidad explicativa, ya que la valoración suele ser más baja cuanto más alta es la posición social. Este mes de abril se confirma en los cinco programas propuestos la pauta anteriormente señalada, ya que reciben sus valoraciones más elevadas de los individuos de posición social más baja. Con respecto a la ideología, la pauta no parece estar nítidamente marcada, pero en este sondeo, los individuos que se posicionan más a la derecha valoran mejor que los de izquierda el programa Primera Sesión.

Finalmente, respecto al hábitat, cabe señalar, que los habitantes de núcleos rurales valoran mejor sólo dos de los cinco programas propuestos éste mes de abril.

Cuadro 5.4.4.1.

Imagen de Programas de Televisión Española
(Conocimiento %)

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------------------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| La Vida Sigue | 65 | - | - | - | - | - | - |
| Sábado Noche | 72 | - | - | - | - | - | - |
| El Precio Justo | 87 | - | - | - | - | - | - |
| El Perro Verde | 52 | - | - | - | - | - | - |
| Contigo | 46 | - | - | - | - | - | - |
| Juzgado de Guardia | - | 50 | - | - | - | - | - |
| Tariro, Tariro | - | 68 | - | - | - | - | - |
| Derecho a discrepar | - | 60 | - | - | - | - | - |
| Gatos en el Tejado | - | 50 | - | - | - | - | - |
| Rocko-Pop | - | 32 | - | - | - | - | - |
| Documentos T.V. | - | - | 66 | - | - | - | - |
| Ciclo Ava Gardner | - | - | 60 | - | - | - | - |
| Informe Semanal | - | - | 86 | - | - | - | - |
| Estrenos T.V. | - | - | 70 | - | 62 | - | - |
| Tal Cual | - | - | 48 | - | - | - | - |
| Prog.Fin de Año de J.Gurruchaga | - | - | - | 58 | - | - | - |
| El Tiempo es Oro | - | - | - | 70 | - | - | - |
| Canción Triste de Hill Street | - | - | - | 74 | - | - | - |
| Más Estrellas que en el Cielo | - | - | - | 47 | - | - | - |
| La Ley de los Ángeles | - | - | - | 61 | - | - | - |
| En Familia | - | - | - | - | 77 | - | - |
| Por la Mañana | - | - | - | - | 44 | - | - |
| La Noche | - | - | - | - | 26 | - | - |
| Por la Tarde | - | - | - | - | 43 | - | - |
| Tres por cuatro | - | - | - | - | - | 66 | - |
| Nanny | - | - | - | - | - | 43 | - |
| Viernes Cine | - | - | - | - | - | 68 | - |
| Juncal | - | - | - | - | - | 34 | - |
| Waku-Waku | - | - | - | - | - | 22 | - |
| Punto y Aparte | - | - | - | - | - | - | 27 |
| Primera Sesión | - | - | - | - | - | - | 68 |
| Otros Pueblos | - | - | - | - | - | - | 40 |
| Historias del Music- Hall | - | - | - | - | - | - | 20 |
| En Portada | - | - | - | - | - | - | 60 |

Cuadro 5.4.4.2.

Imagen de Programas de Televisión Española
(Valoración X)

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-----------------------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| La Vida Sigue | 6,5 | - | - | - | - | - | - |
| Sábado Noche | 4,6 | - | - | - | - | - | - |
| El Precio Justo | 5,9 | - | - | - | - | - | - |
| El Perro Verde | 6,5 | - | - | - | - | - | - |
| Contigo | 5,1 | - | - | - | - | - | - |
| Juzgado de Guardia | - | 5,7 | - | - | - | - | - |
| Tariro, Tariro | - | 5,0 | - | - | - | - | - |
| Derecho a discrepar | - | 5,0 | - | - | - | - | - |
| Gatos en el Tejado | - | 5,3 | - | - | - | - | - |
| Rocko-Pop | - | 4,4 | - | - | - | - | - |
| Documentos T.V. | - | - | 7,1 | - | - | - | - |
| Ciclo Ava Gardner | - | - | 5,4 | - | - | - | - |
| Informe Semanal | - | - | 7,8 | - | - | - | - |
| Estrenos T.V. | - | - | 5,9 | - | 6,6 | - | - |
| Tal Cual | - | - | 4,8 | - | - | - | - |
| Prog.Fin de Año de | | | | | | | |
| J. Gurruchaga | - | - | - | 2,9 | - | - | - |
| El Tiempo es Oro | - | - | - | 7,0 | - | - | - |
| Canción Triste de | | | | | | | |
| Hill Street | - | - | - | 5,4 | - | - | - |
| Más Estrellas que | | | | | | | |
| en el Cielo | - | - | - | 4,1 | - | - | - |
| La Ley de los Ángeles | - | - | - | 5,9 | - | - | - |
| En Familia | - | - | - | - | 8,0 | - | - |
| Por la Mañana | - | - | - | - | 6,4 | - | - |
| La Noche | - | - | - | - | 5,5 | - | - |
| Por la Tarde | - | - | - | - | 5,8 | - | - |
| Tres por cuatro | - | - | - | - | - | 7,1 | - |
| Nanny | - | - | - | - | - | 5,3 | - |
| Viernes Cine | - | - | - | - | - | 6,5 | - |
| Juncal | - | - | - | - | - | 6,5 | - |
| Waku-Waku | - | - | - | - | - | 6,4 | - |
| Punto y Aparte | - | - | - | - | - | - | 6,4 |
| Primera Sesión | - | - | - | - | - | - | 5,7 |
| Otros Pueblos | - | - | - | - | - | - | 7,0 |
| Historias del Music- | | | | | | | |
| Hall | - | - | - | - | - | - | 4,6 |
| En Portada | - | - | - | - | - | - | 7,5 |

Cuadro 5.4.4.3.

**Imagen de Programas de Televisión Española
(Desviación Opinática, (s/x)100)**

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------------------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| La Vida Sigue | 38 | - | - | - | - | - | - |
| Sábado Noche | 60 | - | - | - | - | - | - |
| El Precio Justo | 55 | - | - | - | - | - | - |
| El Perro Verde | 40 | - | - | - | - | - | - |
| Contigo | 54 | - | - | - | - | - | - |
| Juzgado de Guardia | - | 47 | - | - | - | - | - |
| Tariro, Tariro | - | 58 | - | - | - | - | - |
| Derecho a discrepar | - | 43 | - | - | - | - | - |
| Gatos en el Tejado | - | 53 | - | - | - | - | - |
| Rocko-Pop | - | 72 | - | - | - | - | - |
| Documentos T.V. | - | - | 31 | - | - | - | - |
| Ciclo Ava Gardner | - | - | 47 | - | - | - | - |
| Informe Semanal | - | - | 25 | - | - | - | - |
| Estrenos T.V. | - | - | 38 | - | 32 | - | - |
| Tal Cual | - | - | 55 | - | - | - | - |
| Prog.Fin de Año de J.Gurruchaga | - | - | - | 108 | - | - | - |
| El Tiempo es Oro | - | - | - | 36 | - | - | - |
| Canción Triste de Hill Street | - | - | - | 51 | - | - | - |
| Más Estrellas que en el Cielo | - | - | - | 69 | - | - | - |
| La Ley de los Ángeles | - | - | - | 43 | - | - | - |
| En Familia | - | - | - | - | 25 | - | - |
| Por la Mañana | - | - | - | - | 42 | - | - |
| La Noche | - | - | - | - | 48 | - | - |
| Por la Tarde | - | - | - | - | 43 | - | - |
| Tres por cuatro | - | - | - | - | - | 34 | - |
| Nanny | - | - | - | - | - | 54 | - |
| Viernes Cine | - | - | - | - | - | 32 | - |
| Juncal | - | - | - | - | - | 40 | - |
| Waku-Waku | - | - | - | - | - | 41 | - |
| Punto y Aparte | - | - | - | - | - | - | 36 |
| Primera Sesión | - | - | - | - | - | - | 35 |
| Otros Pueblos | - | - | - | - | - | - | 30 |
| Historias del Music- Hall | - | - | - | - | - | - | 59 |
| En Portada | - | - | - | - | - | - | 25 |

Cuadro 5.4.4.4

Conocimiento y Valoración de Programas Televisivos

ABRIL 1.989

VALORACION

| Conocimiento | Alta (+6,0) | Media (4,5-6,0) | Baja (-4,5) |
|-------------------|--|--|--|
| | | | |
| | Informe Semanal | El Precio Justo | |
| Alto (+85%) | | | |
| Medio (50-85%) | El Tiempo es Oro En Familia Tres por cuatro Viernes Cine La Vida Sigue El perro verde Derecho a discrepar Documentos TV En Portada | Sábado Noche C.Triste de Hill S. Tariro Tariro Ciclo Ava Gadner La ley de los Ángeles Primera Sesión | Prog.Fin Año de J. Gurruch. |
| Bajo (-50%) | Por la Mañana Estrenos TV Por la Tarde Juncal Waku-Waku Punto y Aparte Otros Pueblos | Contigo Juzgado de Guardia Gatos en el Tejado Tal Cual La Noche Nanny Hist.del Music-Hall | Rocko-Pop Más Estrellas que en cielo |
| | | | |

Cuadro 5.4.4.5.

Conocimiento e Imagen Controvertida de Programas Televisivos

ABRIL 1.989

IMAGEN CONTROVERTIDA

| Conocimiento | Alto (+65%) | Medio (40-65%) | Bajo (-40%) |
|-------------------|---|---|---|
| | | El Precio Justo | Informe Semanal |
| Alto (85%) | | | |
| Medio (50-85%) | Prog. Javier Gurruchaga | La Ley de los Ángeles Sábado Noche C. Triste de Hill S. Derecho a Discrepar Ciclo Ava Gardner Por la Mañana Tariro, Tariro | Tres por cuatro Estrenos TV Tiempo es Oro En Familia La Vida Sigue El Perro Verde Documentos TV Viernes Cine Primera Sesión En Portada |
| Bajo (-50%) | Rocko-Pop Más Estrellas que en el Cielo | Contigo Gatos en el Tejado Tal Cual Juzgado de Guardia La Noche Por la Tarde Nanny Waku-Waku Hist. del Music-Hall | Juncal Punto y Aparte Otros Pueblos |

Cuadro 5.4.4.6.

Valoración e Imagen Controvertida de Programas Televisivos

MARZO 1.989

IMAGEN CONTROVERTIDA

| Valoración | Alta (+65%) | Media (40-65%) | Baja (-40%) |
|--------------------|--|---|---|
| Alta (+6,0) | | Waku-Waku | En Portada Juncal La Vida Sigue El Perro Verde Documentos TV Informe Semanal El Tiempo es Oro En Familia Por la Mañana Estrenos TV Tres Por Cuatro Viernes Cine Punto y Aparte Otros Pueblos |
| Media (6,0-4,5) | | Nanny Por la Noche Por la Tarde C.Triste de Hill S. Sábado Noche El Precio Justo Contigo Tariro, Tariro Gatos en el Tejado Tal Cual Juzgado de Guardia Derecho a Discrepar Ciclo Ava Gardner La ley de los Ángeles Hist. del Music-Hall | Primera Sesión |
| Bajo (-4,5) | Rocko-Pop Programa J.Gurruchaga Más Estrellas que en el Cielo | | |

Cuadro 5.4.4.7.

Nivel de Conocimiento de Programas Emitidos en la Programación de TVE

| ABRIL 1.989 | PUNTO Y APARTE | PRIMERA SESION | OTROS PUEBLOS | HISTORIAS DEL MUSIC-HALL | EN PORTADA |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|---------------------------------|-------------------|
| Total | 27 | 68 | 40 | 20 | 60 |
| Sexo | | | | | |
| Varones | 29 | 67 | 40 | 21 | 63 |
| Mujeres | 26 | 68 | 41 | 19 | 58 |
| Edad | | | | | |
| - 30 años | 32 | 83 | 50 | 26 | 74 |
| 30 a 49 años | 32 | 73 | 45 | 25 | 72 |
| 50 a 64 años | 26 | 60 | 37 | 13 | 48 |
| 65 y más años | 12 | 42 | 19 | 6 | 30 |
| Posición Social | | | | | |
| Muy Baja | 6 | 32 | 20 | 4 | 27 |
| Baja | 23 | 60 | 33 | 13 | 47 |
| Media | 30 | 75 | 46 | 24 | 68 |
| Alta | 36 | 71 | 47 | 28 | 72 |
| Muy Alta | 19 | 77 | 35 | 19 | 89 |
| Ideología | | | | | |
| Izquierda | 30 | 75 | 47 | 26 | 76 |
| C. Izquierda | 33 | 77 | 49 | 26 | 76 |
| Centro | 34 | 71 | 44 | 20 | 63 |
| C. Derecha | 26 | 74 | 45 | 29 | 68 |
| Derecha | 17 | 55 | 31 | 16 | 44 |
| Hábitat | | | | | |
| Rural | 19 | 54 | 29 | 9 | 45 |
| Urbano | 33 | 69 | 45 | 22 | 62 |
| Metropolitano | 25 | 76 | 42 | 25 | 70 |
| Exposic. Medios | | | | | |
| Alta | 35 | 71 | 47 | 26 | 72 |
| Media Alta | 35 | 79 | 48 | 24 | 78 |
| Media Baja | 25 | 73 | 45 | 22 | 60 |
| Baja | 19 | 54 | 28 | 12 | 42 |

Cuadro 5.4.4.8.

Valoración de los Sigüientes Programas Emitidos por TVE

| ABRIL 1.989 | PUNTO Y APARTE | PRIMERA SESION | OTROS PUEBLOS | HISTORIAS DEL MUSIC-HALL | EN PORTADA |
|------------------------|-------------------|-------------------|------------------|-----------------------------|---------------|
| Total | 6,4 | 5,7 | 7,0 | 4,6 | 7,5 |
| Sexo | | | | | |
| Varones | 6,4 | 5,6 | 6,9 | 4,7 | 7,4 |
| Mujeres | 6,4 | 5,8 | 7,2 | 4,6 | 7,7 |
| Edad | | | | | |
| - 30 años | 6,1 | 5,8 | 6,8 | 4,5 | 7,5 |
| 30 a 49 años | 6,3 | 5,6 | 7,2 | 4,9 | 7,5 |
| 50 a 64 años | 6,8 | 5,7 | 7,1 | 4,0 | 7,5 |
| 65 y más años | 6,6 | 6,0 | 7,2 | 4,8 | 6,7 |
| Posición Social | | | | | |
| Muy Baja | 8,0 | 6,1 | 6,3 | 6,0 | 8,2 |
| Baja | 6,1 | 5,9 | 7,2 | 4,9 | 7,7 |
| Media | 6,5 | 5,7 | 7,0 | 4,4 | 7,5 |
| Alta | 6,5 | 5,6 | 7,1 | 5,0 | 7,5 |
| Muy Alta | 6,0 | 4,6 | 6,1 | 3,4 | 6,7 |
| Ideología | | | | | |
| Izquierda | 6,5 | 5,4 | 7,1 | 4,1 | 7,8 |
| C. Izquierda | 6,5 | 5,7 | 6,9 | 5,0 | 7,6 |
| Centro | 6,4 | 5,9 | 7,1 | 5,1 | 7,7 |
| C. Derecha | 6,0 | 5,6 | 6,8 | 4,5 | 7,1 |
| Derecha | 6,9 | 5,8 | 7,7 | 4,3 | 7,7 |
| Hábitat | | | | | |
| Rural | 6,8 | 6,0 | 7,2 | 4,8 | 7,6 |
| Urbano | 6,1 | 5,7 | 6,8 | 4,8 | 7,4 |
| Metropolitano | 6,8 | 5,7 | 7,3 | 4,2 | 7,6 |
| Exposic. Medios | | | | | |
| Alta | 6,2 | 5,5 | 7,0 | 4,2 | 7,5 |
| Media Alta | 6,9 | 5,7 | 7,2 | 4,5 | 7,7 |
| Media Baja | 6,7 | 5,9 | 7,0 | 4,7 | 7,5 |
| Baja | 5,7 | 5,7 | 6,8 | 5,0 | 7,4 |

5.4.5. Ranking de Programas Televisivos

En los Cuadros 5.4.5.1. a 5.4.5.3., se han ordenado los programas por los que se ha preguntado desde el mes de octubre, en tres de las dimensiones de imagen, de mayor a menor grado de conocimiento, de mayor a menor grado de valoración y de menor a mayor disparidad opinática, para formar tres ranking que se irán completando a lo largo del curso.

Todos los meses, se irán modificando estos ranking con los nuevos programas propuestos, de forma que a lo largo del año se obtenga un ranking acumulado que permita tener una visión más amplia de la valoración que los españoles hacen de los diferentes programas emitidos por TVE.

Los ranking de este mes no necesitan más explicación, ya que son el resultado de los cuatro sondeos anteriores y el de este mes de marzo, pero cabe resaltar que El Precio Justo sigue siendo el programa más conocido o con mayor audiencia, ya que ninguno de los cinco programas propuestos en este mes logra superarlo. Primera Sesión (68%) es el más conocido de los cinco propuestos este mes y Historias del Music-Hall el menos conocido (20%). En Familia sigue siendo el mejor valorado del ranking y el programa de Fin de Año de Gurruchaga sigue siendo este mes de abril el programa con la más baja puntuación del ranking y es, así mismo, el que tiene una mayor discrepancia en las valoraciones.

Cuadro 5.4.5.1.

Ranking de Conocimiento de Programas de Televisión

| OCTUBRE-ABRIL/89 | CONOCIMIENTO % |
|-----------------------------------|-------------------|
| 1. El Precio Justo | 87 |
| 2. Informe Semanal | 86 |
| 3. En Familia | 77 |
| 4. C.Triste de Hill Street | 74 |
| 5. Sábado Noche | 72 |
| 6. El Tiempo es Oro | 70 |
| 7. Tariro Tariro | 68 |
| 8. Viernes Cine | 68 |
| 9. Primera Sesión | 68 |
| 10. Documentos TV | 66 |
| 11. Estrenos TV | 66 |
| 12. Tres por Cuatro | 66 |
| 13. La Ley de los Ángeles | 61 |
| 14. Derecho a Discrepar | 60 |
| 15. Ciclo Ava Gardner | 60 |
| 16. En Portada | 60 |
| 17. P. Fin Año J.Gurruchaga | 58 |
| 18. La Vida Sigue | 56 |
| 19. El Perro Verde | 52 |
| 20. Juzgado de Guardia | 50 |
| 21. Gatos en el Tejado | 50 |
| 22. Tal Cual | 48 |
| 23. Más Estrellas que en el Cielo | 47 |
| 24. Contigo | 46 |
| 25. Por la Mañana | 44 |
| 26. Nanny | 43 |
| 27. Por la Tarde | 42 |
| 28. Otros Pueblos | 40 |
| 29. Juncal | 34 |
| 30. Rocko Pop | 32 |
| 31. Punto y Aparte | 27 |
| 32. La Noche | 26 |
| 33. Waku-Waku | 22 |
| 34. Historias del Music-Hall | 20 |

Cuadro 5.4.5.2.

Ranking de Valoración de Programas de Televisión

| OCTUBRE-ABRIL/89 | VALORACION |
|-----------------------------------|------------|
| | x |
| 1. En Familia | 8,0 |
| 2. Informe Semanal | 7,8 |
| 3. En Portada | 7,5 |
| 4. Documentos T.V. | 7,4 |
| 5. Tres por Cuatro | 7,1 |
| 6. El Tiempo es Oro | 7,0 |
| 7. Otros Pueblos | 7,0 |
| 8. La Vida Sigue | 6,5 |
| 9. Viernes Cine | 6,5 |
| 10. El Perro Verde | 6,5 |
| 11. Juncal | 6,5 |
| 12. Por la Mañana | 6,4 |
| 13. Waku-Waku | 6,4 |
| 14. Punto y Aparte | 6,4 |
| 15. Estrenos TV | 6,2 |
| 16. Derecho a Discrepar | 6,0 |
| 17. El Precio Justo | 5,9 |
| 18. Por la Tarde | 5,8 |
| 19. Juzgado de Guardia | 5,7 |
| 20. La Ley de los Ángeles | 5,7 |
| 21. Primera Sesión | 5,7 |
| 22. La Noche | 5,5 |
| 23. Ciclo Ava Gardner | 5,4 |
| 24. C. Triste de Hill Street | 5,4 |
| 25. Gatos en el Tejado | 5,3 |
| 26. Nanny | 5,3 |
| 27. Contigo | 5,1 |
| 28. Tariro Tariro | 5,0 |
| 29. Tal Cual | 4,8 |
| 30. Sábado Noche | 4,6 |
| 31. Historias del Music-Hall | 4,6 |
| 32. Rocko Pop | 4,4 |
| 33. Más Estrellas que en el Cielo | 4,1 |
| 34. Pr. Fin de Año de Gurruchaga | 2,9 |

Cuadro 5.4.5.3.

Ranking de Discrepancia de Programas Televisivos

| OCTUBRE-ABRIL/89 | DISCREPANCIA |
|--|--------------|
| 1. En Portada | 25 |
| 2. En Familia | 25 |
| 3. Informe Semanal | 25 |
| 4. Otros Pueblos | 30 |
| 5. Documentos T.V. | 31 |
| 6. Viernes Cine | 32 |
| 7. Tres por Cuatro | 34 |
| 8. El Tiempo es Oro | 36 |
| 9. Punto y Aparte | 36 |
| 10. Estrenos TV | 35 |
| 11. Primera Sesión | 35 |
| 12. La Vida Sigue | 38 |
| 13. Juncal | 40 |
| 14. El Perro Verde | 40 |
| 15. Waku-Waku | 41 |
| 16. Por la Mañana | 42 |
| 17. Derecho a Discrepar | 43 |
| 18. La Ley de los Ángeles | 43 |
| 19. Por la Tarde | 43 |
| 20. Juzgado de Guardia | 47 |
| 21. Ciclo Ava Gardner | 47 |
| 22. La Noche | 48 |
| 23. C. Triste de Hill Street | 51 |
| 24. Gatos en el Tejado | 53 |
| 25. Contigo | 54 |
| 26. Nanny | 54 |
| 27. Tal Cual | 55 |
| 28. El Precio Justo | 55 |
| 29. Tariro Tariro | 58 |
| 30. Historias del Music-Hall | 59 |
| 31. Sábado Noche | 60 |
| 32. Más estrellas que en el cielo | 69 |
| 33. Rocko Pop | 72 |
| 34. Programa de Fin de Año de Gurruchaga | 108 |

5.5. PUBLICIDAD

5.5.1. El Anuncio del Mes

Pensando en que alguna campaña publicitaria pueda estar teniendo algún impacto muy especial en la opinión pública, en los sondeos ASEP se incluye todos los meses una pregunta abierta en que se pide al entrevistado que mencione el anuncio, de cualquier tipo de producto, y de los que haya visto recientemente, que le haya gustado más. El índice de respuesta para esta pregunta suele oscilar en torno al 50% y el número de marcas mencionadas varía entre 100 y 200, según los meses.

El inicio del curso pasado sin duda estuvo especialmente influido por el anuncio de la ONCE que destacó sobre todos los demás desde el mes de octubre de 1.987. Sin embargo, en el mes de febrero fue la primera ocasión desde octubre en que el primer puesto no fue para los juegos de azar, que pasaron al sexto lugar, y cobraron protagonismo los anuncios de automóviles que llegaron al primer lugar. Sin embargo, de forma individual, el anuncio más recordado fue el de Camp/Colon. En marzo de nuevo el primer puesto fue para los automóviles seguidos a corta distancia de los spots sobre alimentos, pero el anuncio más citado de forma individual fue el de Coca Cola. En abril ascendieron al primer lugar las bebidas refrescantes y los automóviles pasaron al tercer puesto y el anuncio más citado fue una vez más el de Coca Cola, con 40 menciones específicas.

En mayo el primer puesto fue para las bebidas refrescantes y al segundo lugar ascendieron los anuncios institucionales, pasando al tercer puesto los alimentos, al cuarto los productos de limpieza y al quinto los automóviles. Dentro de las bebidas refrescantes el liderazgo fue una vez más para Coca-Cola y entre los anuncios institucionales destacó el de la Moda en España.

En el mes de junio los anuncios de bebidas refrescantes mantuvieron el liderazgo a gran distancia de todos los demás. El segundo puesto fue para los alimentos y en tercer y cuarto lugar estaban los productos de belleza y los productos para niños. Los spots institucionales pasaron del segundo al quinto puesto ese mes, y los de productos de limpieza del cuarto al sexto lugar. Dentro de las bebidas refrescantes, el liderazgo siguió siendo para Coca Cola, seguida a corta distancia de gaseosa La Casera.

El pasado mes de diciembre el recuerdo de publicidad fue aún mayor que los meses anteriores, debido, sin lugar a dudas, al fuerte impacto que siguió teniendo en la opinión pública el anuncio televisivo Aprende a ver la Televisión, que logró alcanzar casi 400 menciones. En el mes de enero el anuncio Aprende a ver la Televisión siguió ocupando, con gran diferencia sobre el resto de los spots, el primer puesto con 460 menciones. El segundo y tercer puesto lo tuvieron los anuncios de automóviles y bebidas refrescantes, respectivamente y, el cuarto puesto fue para los anuncios de productos alimenticios. En el mes de febrero el spot Aprende a Ver la Televisión siguió ocupando el primer puesto, pero con una distancia menor, a la del mes pasado, con respecto al anuncio que ocupaba el segundo lugar, Automóviles. El tercer lugar lo ocupaban los spots de Bebidas Refrescantes y el cuarto los Juegos de azar.

Este mes de marzo el spot Aprende a ver Televisión sigue ocupando el primer puesto, como ya ocurrió el mes pasado, pero seguido en esta ocasión a una corta distancia de los anuncios de bebidas, refrescantes. El tercer lugar es para los anuncios de automóviles y el cuarto los juegos de azar.

Este mes de abril, los anuncios de bebidas refrescantes pasan a ocupar el primer lugar, seguido de los anuncios institucionales, y el tercer lugar lo ocupan los anuncios de automóviles.

Los spots recordados este mes se encuentran distribuidos en torno a diecisiete sectores distintos.

El resumen, por sectores es como sigue:

| Sectores de Productos: | Entrevistados que Mencionan | | Marcas Mencionadas | | Ratio Entrev./ Marca |
|---------------------------|--------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------|-------------------------|
| | Nº | % | Nº | % | |
| Bebidas refrescantes | 122 | 10% (24%) | 4 | 3% | 30,5 |
| Institucionales | 83 | 7 (16) | 13 | 11 | 6,3 |
| Automóviles | 62 | 5 (12) | 23 | 19 | 2,7 |
| Alimentación | 58 | 5 (12) | 28 | 23 | 2,0 |
| Juegos de Azar | 33 | 3 (6) | 2 | 2 | 11,0 |
| Prod. Limpieza y hogar | 31 | 3 (6) | 12 | 10 | 2,6 |
| Prod. Belleza | 25 | 2 (5) | 10 | 8 | 2,5 |
| Prod. Niños | 11 | 1 (2) | 4 | 3 | 2,7 |
| Bancos | 9 | 1 (2) | 4 | 3 | 2,2 |
| Grandes Almacenes | 6 | 1 (1) | 4 | 3 | 1,5 |
| Bebidas Alcohólicas | 4 | * (1) | 3 | 2 | 1,3 |
| Radio/Video | 4 | * (1) | 3 | 2 | 1,3 |
| Aliment. Animales | 3 | * (1) | 2 | 2 | 1,5 |
| Ropa/Moda | 1 | * (*) | 1 | 1 | 1,0 |
| Caramelos | - | - (-) | - | - | - |
| Revistas | - | - (-) | - | - | - |
| Tabaco | - | - (-) | - | - | - |
| Otros | 45 | 4 (9) | 7 | 6 | 6,4 |
| Total Menciones | (501) | (42%) (100%) | (120) | (100%) | |
| No se fija/no ve | 22 | 2 | | | |
| Todos | 3 | * | | | |
| Ninguno | 175 | 43 | | | |
| NO/NR/NS/NC | 504 | 42 | | | |
| Total | (1.205) | (100) | | | |

El primer puesto, es para los anuncios de bebidas refrescantes, como ya hemos dicho, y al segundo lugar pasan los anuncios institucionales. Ambos sectores registran un 10% y un 7% de las menciones, respectivamente. Los automóviles siguen en el tercer puesto con un 5%, en el cuarto lugar están los anuncios de alimentación, con un 5%, mientras que los juegos de azar y los productos de limpieza ocupan el quinto lugar y el sexto lugar con un 3%, respectivamente, y en la séptima posición están los anuncios de productos de belleza también con un 2%, que se han mantenido este mes. Podemos afirmar que el ranking ha variado sustancialmente desde el mes de junio, influyendo, sin lugar a dudas el impacto que el spot institucional "aprenda a ver la televisión", ha tenido a lo largo de este otoño e invierno y el haber logrado las bebidas refrescantes seguir manteniendo la posición fuerte que iniciaron en el sondeo del mes de marzo y que parece ratificarse en este mes de abril.

En el sector líder este mes destaca el anuncio de Coca- Cola con 103 menciones, por lo que sigue siendo el anuncio del mes, con el que compite a cierta distancia el spot Aprender a ver Televisión con 60 menciones. El anuncio de la ONCE ha recogido 29 menciones, y 18 el del Renault 19. El resto de los anuncios de bebidas refrescantes fueron citados por menos de 8 encuestados.

Treinta y tres entrevistados mencionan juegos de azar y veintinueve de los mismos citan el nuevo anuncio de la ONCE. En el sector de productos de limpieza y del hogar, se alude a 12 marcas la mayoría de la cuales son detergentes y productos de limpieza. Los productos CAMP lo mencionan, este mes, once entrevistados, siendo el resto de los productos de limpieza mucho menos citados aunque el detergente Colón consigue este mes siete citas. De los 58 entrevistados que mencionan alguna marca de alimentos, las más mencionadas han sido Danone y Puleva con quince y siete citas cada uno de ellos. El resto de los productos fueron aludidos por menos de cinco entrevistados, y se citaron un total de 27 productos/marcas distintos.

En productos para niños destaca este mes Dodotis con 7 citas y Dodot con 2, del resto de los spots dedicados a niños ninguno sobresale de forma especial.

En el sector de automóviles sobresale, una vez más, este mes el modelo Renault 19, ya que alcanza 18 menciones, y diversos modelos de Citroën suman este mes 11 citas. En tercer lugar, 7 encuestados citan otros modelos de Renault, y cinco entrevistados aluden a diversos modelos de Volkswagen. El resto de las marcas de coches son mencionadas por menos de 3 encuestados.

En productos de belleza y aseo se dan este mes 10 marcas entre las que sólo sobresalen los anuncios de Champú Johnson con 7 menciones. Los anuncios de grandes almacenes, han sido mencionados este mes de marzo por 6 entrevistados. En bebidas alcohólicas sobresalen Martini y Freixenet con una cita cada uno de ellos.

En el sector de televisión, videos y radio cabe resaltar el anuncio de Canon, Sharp y Sony que éste mes obtiene 1 cita cada uno de ellos.

Sólo resta comentar el ascenso de los anuncios institucionales y entre éstos lógicamente el anuncio de Aprenda a ver la televisión, que este mes obtiene 60 menciones, diversos anuncios sobre drogas que tienen este mes cinco menciones.

En el sector de bancos, solamente El BBV, recoge 4 citas y el Banco de Santander y los anuncios del Banco del Crédito Oficial una cita cada uno.

En los demás sectores se puede resaltar la mención de Repsol con 15 menciones y el spot de Campsa con 16 citas.

Las quince marcas concretas más mencionadas en esta investigación han sido:

| | | |
|---------------------|-----|-----------|
| 1. Coca-Cola | 103 | Menciones |
| 2. Aprenda a ver TV | 60 | " |
| 3. CONCE | 29 | " |
| 4. Renault 19 | 18 | " |
| 5. CAMPSA | 16 | " |
| 6. Repsol | 15 | " |
| 7. Danone | 15 | " |
| 8. Schweppes | 12 | " |
| 9. Camp | 11 | " |
| 10. Champú Johnson | 7 | " |
| 11. Puleva | 7 | " |
| 12. Colón | 7 | " |
| 13. Dodotis | 7 | " |
| 14. Flex | 6 | " |
| 15. BBV | 4 | " |

Estas quince marcas representan casi el 55% del total de anuncios mencionados espontáneamente como "el que más ha gustado al entrevistado" de los que ha visto recientemente. Destaca sin lugar a dudas este mes como el anuncio de Coca-Cola, seguido muy de cerca por el spot Aprende a ver TV. El anuncio de la ONCE ha tenido también gran impacto, y los anuncios de Renault-19 y CAMPSA también sobresalen sobre los demás.

Por último, en el Cuadro 5.5.1.1. vemos qué segmentos de la población mencionan algún anuncio. En este caso, parece que quienes más se fijan en la publicidad son las mujeres, los menores de 49 años, (especialmente los menores de 30 años) los de posición social media, alta y muy alta, y status alto y medio y los habitantes de zonas metropolitanas y urbanas, y aquellas que tienen una exposición a medios alta, media alta y media baja.

De todos modos, para cada sector, el tipo de persona que cita un anuncio es distinto, y esto se puede comprobar en el informe trimestral, donde las submuestras son mayores.

Cuadro 5.5.1.1.

Perfil de los Entrevistados que citan algún anuncio

| ABRIL 1.989 | Total Muestra | Citan algún Anuncio |
|-------------------------------|--------------------------|--------------------------------|
| ----- | | |
| Total | (1.205) | (501) |
| Sexo: | | |
| Varones | 48% | 46% |
| Mujeres | 52 | 54 |
| Edad: | | |
| 18 a 29 años | 26% | 34% |
| 30 a 49 años | 35 | 41 |
| 50 a 64 años | 23 | 18 |
| 65 y más años | 16 | 7 |
| Posición Social: | | |
| Muy Baja | 4% | 2% |
| Baja | 35 | 30 |
| Media | 43 | 50 |
| Alta | 14 | 15 |
| Muy Alta | 2 | 3 |
| Status Socioeconómico: | | |
| Alto, Medio Alto | 13% | 15% |
| Media | 52 | 59 |
| Medio bajo | 27 | 22 |
| Bajo | 8 | 4 |
| Hábitat: | | |
| Rural | 24% | 17% |
| Urbano | 47 | 49 |
| Metropolitano | 29 | 34 |
| Exposic. Medios: | | |
| Alta | 16% | 21% |
| Media Alta | 25 | 30 |
| Media Baja | 24 | 26 |
| Baja | 35 | 24 |

5.6. LOS COMUNICADORES

5.6.1. Imagen de Periodistas, Locutores de Radio y Presentadores de T.V.

Todas las investigaciones sobre medios de comunicación de masas se refieren al importante, a veces decisivo, papel de los comunicadores o líderes de opinión en la formación y cambio de actitudes. Pero son muy pocas las investigaciones que se han llevado a cabo en España sobre la imagen de los comunicadores, considerando como tales no ya a los personajes públicos (líderes políticos y otros), que, obviamente, son líderes de opinión, sino a los profesionales mismos de la comunicación.

En el sondeo mensual ASEP de Octubre, pareció interesante medir la imagen de cinco comunicadores sociales, en base a las tres mismas dimensiones que se han utilizado para medir la imagen de cinco programas televisivos. Estas tres dimensiones son: el grado de conocimiento que se tiene del comunicador social, 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 comunicador en cuestión).

El grado de conocimiento del comunicador se mide aquí por el porcentaje de entrevistados que opinan sobre él, (sobrentendiéndose que quienes no le valoran es que, o no le conocen en absoluto, o no le conocen lo suficiente para opinar sobre él). La valoración se mide con la media aritmética de las puntuaciones asignadas, entre 0 y 10 puntos (siendo 0 la peor calificación y 10 la mejor), y, finalmente, la dispersión opinática (o grado de controversia respecto a su imagen) se mide por la desviación standard (s) respecto a la media aritmética.

En este mes de abril los cinco comunicadores sociales propuestos han sido: M. Martín Ferrand, A. Gala, F. Umbral, Gallego y Rey y Ana Castells.

De los datos que se presentan en los cuadros 5.6.1.1. a 5.6.1.3. se pueden extraer las siguientes conclusiones: de los cinco comunicadores propuestos este mes Antonio Gala es el más conocido, con un 62%. El menos conocido, Gallego y Rey es calificado solo por el 17% de los entrevistados.

Manuel Martín Ferrand es el comunicador social más valorado en este sondeo de abril (6,7) seguido por Ana Castells (6,3). Antonio Gala y Gallego y Rey obtienen 6,1 y 6,0 respectivamente y finalmente, Francisco Umbral se sitúa en los 5,3, ninguno de los cinco comunicadores obtiene una valoración baja.

Respecto a la diversidad opinática, es decir, el grado en que las valoraciones de cada comunicador están o no concentradas alrededor de la media, podemos decir, que la dispersión es baja para tres de los cinco comunicadores. Francisco Umbral tiene la más elevada dispersión (47%) y Manuel Martín Ferrand la más baja (31%).

Un análisis más detenido se muestra en los Cuadros 5.6.1.4. a 5.6.1.6., en ellos se combinan las tres dimensiones de imagen de dos en dos, de los cinco comunicadores sociales propuestos hasta este mes de marzo. Se pueden hacer las siguientes afirmaciones.

- a) Uno de los cinco comunicadores propuestos es medianamente valorado, aunque poco conocido (Gallego y Rey).

- b) Solo Francisco Umbral y Antonio Gala tienen una imagen medianamente controvertida y son asimismo medianamente conocidos.
- c) Dos de los comunicadores sociales propuestos este mes, Manuel Martín Ferrand y Ana Castells tienen una imagen escasamente controvertida y obtienen asimismo unas valoraciones medias.
- d) Diecinueve de los treinta comunicadores sociales propuestos hasta este mes, obtienen una valoración media y una imagen controvertida baja. Y solo dos, Bibi Andersen y Terenci Moix, tienen una imagen controvertida alta y una valoración baja.

En los Cuadros 5.6.1.7 y 5.6.1.8 se muestran los niveles de conocimiento y valoración asignados a cada uno de los cinco comunicadores, por los que se ha preguntado en este sondeo, por diferentes segmentos de la población. Las conclusiones más sobresalientes de los mismos serían las siguientes:

Ninguno de los cinco comunicadores propuestos es más conocido por las mujeres que por los varones.

El conocimiento es mayor cuanto más baja es la edad del entrevistado, esta pauta se confirma este mes de abril para los cinco comunicadores sociales.

La posición social sí presenta una pauta más clara de conocimiento y valoración: cuanto más alta es la posición social, más conocen a los comunicadores, pero de forma casi general también se otorgan puntuaciones más bajas, aunque se producen algunas excepciones a esta tendencia. Pero en este mes de abril, los cinco comunicadores son más conocidos por los individuos de posición social alta.

La ideología no parece presentar una pauta excesivamente clara, pero sí se observa este mes que cuatro de los cinco comunicadores son más conocidos por los individuos que se posicionan en el centro derecha, centro, centro izquierda e izquierda.

El hábitat de residencia, es una de las variables con una pauta más definida en el sentido de que los habitantes de núcleos rurales suelen conocer menos, pero siempre valoran mejor que los habitantes de núcleos metropolitanos a los cinco comunicadores, como se observa en los resultados de este mes de abril.

Finalmente, los entrevistados con una alta exposición a medios, suelen conocer, a estos cinco comunicadores, en mayor proporción, que los que tienen una exposición a medios baja. Pero asimismo, sus valoraciones suelen ser, de forma general, más bajas.

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

Los cinco comunicadores sociales reciben una valoración más elevada de las mujeres. También, como suele ser habitual, los grupos de edad mayor, otorgan puntuaciones más elevadas, aunque se pueden producir algunas excepciones a esta tendencia. Así, este mes, Antonio Gala, Francisco Umbral y Gallego y Rey son mejor valorados por los más jóvenes.

Sin embargo, respecto a la posición social, este mes se produce la pauta habitual en el sentido de que, excepto Antonio Gala, el resto de los comunicadores reciben sus valoraciones más elevadas de los individuos de posición social más baja.

La ideología no suele seguir una pauta continua, pero éste mes Antonio Gala y Francisco Umbral reciben su valoración más alta de los individuos que se posicionan a la izquierda.

Respecto al hábitat de residencia, Manuel Martín Ferrand, Francisco Umbral y Gallego y Rey obtienen las puntuaciones más altas de los habitantes de núcleos rurales.

Cuadro 5.6.1.1.

Imagen de Comunicadores Sociales
(Conocimiento %)

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Jesús Hermida | 86 | - | - | - | - | - | - |
| Luis del Olmo | 67 | - | - | - | - | - | - |
| Iñaki Gabilondo | 74 | - | - | - | - | - | - |
| A. Aberastury | 50 | - | - | - | - | - | - |
| Rosa María Mateo | 70 | - | - | - | - | - | - |
| Joaquín Prats | - | 91 | - | - | - | - | - |
| José María García | - | 76 | - | - | - | - | - |
| Joaquín Arozamena | - | 69 | - | - | - | - | - |
| Encarna Sánchez | - | 57 | - | - | - | - | - |
| Emilio Romero | - | 47 | - | - | - | - | - |
| Manuel Hidalgo | - | - | 32 | - | - | - | - |
| Manuel Campo Vidal | - | - | 27 | - | - | - | - |
| Pedro J. Ramírez | - | - | 21 | - | - | - | - |
| María Escario | - | - | 31 | - | - | - | - |
| Miguel Ángel Gozálo | - | - | 27 | - | - | - | - |
| Bibi Andersen | - | - | - | 80 | - | - | - |
| Julio César Iglesias | - | - | - | 32 | - | - | - |
| Luis Mariñas | - | - | - | 54 | - | - | - |
| Terenci Moix | - | - | - | 50 | - | - | - |
| Jaime Capmany | - | - | - | 18 | - | - | - |
| Olga Barrio | - | - | - | - | 22 | - | - |
| Eduardo Sotillos | - | - | - | - | 44 | - | - |
| Lalo Azcona | - | - | - | - | 40 | - | - |
| Fernando Sánchez Dragó | - | - | - | - | 33 | - | - |
| Juan Luis Cebrián | - | - | - | - | 32 | - | - |
| Julia Otero | - | - | - | - | - | 63 | - |
| Mingote | - | - | - | - | - | 44 | - |
| José Oneto | - | - | - | - | - | 19 | - |
| Miguel Ángel Nieto | - | - | - | - | - | 26 | - |
| Julián Lago | - | - | - | - | - | 16 | - |
| Manuel Martín Ferrand | - | - | - | - | - | - | 31 |
| Antonio Gala | - | - | - | - | - | - | 62 |
| Francisco Umbral | - | - | - | - | - | - | 50 |
| Gallego y Rey | - | - | - | - | - | - | 17 |
| Anna Castells | - | - | - | - | - | - | 36 |

Cuadro 5.6.1.2.

Imagen de Comunicadores Sociales
(Valoración (x))

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Jesús Hermida | 6,6 | - | - | - | - | - | - |
| Luis del Olmo | 6,8 | - | - | - | - | - | - |
| Iñaki Gabilondo | 7,5 | - | - | - | - | - | - |
| A. Aberastury | 6,4 | - | - | - | - | - | - |
| Rosa María Mateo | 7,3 | - | - | - | - | - | - |
| Joaquín Prats | - | 6,7 | - | - | - | - | - |
| José María García | - | 6,2 | - | - | - | - | - |
| Joaquín Arozamena | - | 6,7 | - | - | - | - | - |
| Encarna Sánchez | - | 6,1 | - | - | - | - | - |
| Emilio Romero | - | 5,9 | - | - | - | - | - |
| Manuel Hidalgo | - | - | 6,0 | - | - | - | - |
| Manuel Campo Vidal | - | - | 6,7 | - | - | - | - |
| Pedro J. Ramírez | - | - | 5,8 | - | - | - | - |
| María Escario | - | - | 6,3 | - | - | - | - |
| Miguel Ángel Gozálo | - | - | 5,6 | - | - | - | - |
| Bibi Andersen | - | - | - | 3,7 | - | - | - |
| Julio César Iglesias | - | - | - | 5,3 | - | - | - |
| Luis Mariñas | - | - | - | 6,1 | - | - | - |
| Terenci Moix | - | - | - | 4,0 | - | - | - |
| Jaime Capmany | - | - | - | 5,3 | - | - | - |
| Olga Barrio | - | - | - | - | 6,3 | - | - |
| Eduardo Sotillos | - | - | - | - | 6,3 | - | - |
| Lalo Azcona | - | - | - | - | 6,9 | - | - |
| Fernando Sánchez Dragó | - | - | - | - | 5,9 | - | - |
| Juan Luis Cebrián | - | - | - | - | 6,7 | - | - |
| Julia Otero | - | - | - | - | - | 7,8 | - |
| Mingote | - | - | - | - | - | 6,8 | - |
| José Oneto | - | - | - | - | - | 5,9 | - |
| Miguel Ángel Nieto | - | - | - | - | - | 6,7 | - |
| Julián Lago | - | - | - | - | - | 6,1 | - |
| Manuel Martín Ferrand | - | - | - | - | - | - | 6,7 |
| Antonio Gala | - | - | - | - | - | - | 6,1 |
| Francisco Umbral | - | - | - | - | - | - | 5,3 |
| Gallego y Rey | - | - | - | - | - | - | 6,0 |
| Anna Castells | - | - | - | - | - | - | 6,3 |

Cuadro 5.6.1.3.

Imagen de Comunicadores Sociales
(Deviación Opinática (s/x)100)

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------------------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Jesús Hermida | 42 | - | - | - | - | - | - |
| Luis del Olmo | 39 | - | - | - | - | - | - |
| Iñaki Gabilondo | 30 | - | - | - | - | - | - |
| A. Aberastury | 38 | - | - | - | - | - | - |
| Rosa María Mateo | 30 | - | - | - | - | - | - |
| Joaquín Prats | - | 42 | - | - | - | - | - |
| José María García | - | 49 | - | - | - | - | - |
| Joaquín Arozamena | - | 36 | - | - | - | - | - |
| Encarna Sánchez | - | 50 | - | - | - | - | - |
| Emilio Romero | - | 48 | - | - | - | - | - |
| Manuel Hidalgo | - | - | 39 | - | - | - | - |
| Manuel Campo Vidal | - | - | 29 | - | - | - | - |
| Pedro J. Ramírez | - | - | 39 | - | - | - | - |
| María Escario | - | - | 32 | - | - | - | - |
| Miguel Ángel Gozálo | - | - | 43 | - | - | - | - |
| Bibi Andersen | - | - | - | 77 | - | - | - |
| Julio César Iglesias | - | - | - | 45 | - | - | - |
| Luis Mariñas | - | - | - | 36 | - | - | - |
| Terenci Moix | - | - | - | 69 | - | - | - |
| Jaime Capmany | - | - | - | 48 | - | - | - |
| Olga Barrio | - | - | - | - | 30 | - | - |
| Eduardo Sotillos | - | - | - | - | 34 | - | - |
| Lalo Azcona | - | - | - | - | 30 | - | - |
| Fernando Sánchez Dragó | - | - | - | - | 44 | - | - |
| Juan Luis Cebrián | - | - | - | - | 31 | - | - |
| Julia Otero | - | - | - | - | - | 27 | - |
| Mingote | - | - | - | - | - | 33 | - |
| José Oneto | - | - | - | - | - | 40 | - |
| Miguel Ángel Nieto | - | - | - | - | - | 34 | - |
| Julián Lago | - | - | - | - | - | 38 | - |
| Manuel Martín Ferrand | - | - | - | - | - | - | 31 |
| Antonio Gala | - | - | - | - | - | - | 44 |
| Francisco Umbral | - | - | - | - | - | - | 47 |
| Gallego y Rey | - | - | - | - | - | - | 36 |
| Anna Castells | - | - | - | - | - | - | 32 |

Cuadro 5.6.1.4.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

ABRIL 1.989

| | | VALORACION | | |
|---------------------|----------------|-------------------------------|---|---------------|
| | | Alta (+7,0) | Media (5,0-7,0) | Baja (-5,0) |
| CONOCIMIENTO | I. Gabilondo | | Jesús Hermida Joaquín Prats José M. García J. Arozamena Miguel A. Gozalo | Bibi Andersen |
| | Alto (+70%) | | | |
| | | Rosa M. Mateos Julia Otero | Francisco Umbral Anna Castells L. Azcona María Escario Emilio Romero Luis del Olmo Mingote Encarna Sánchez Luis Mariñas A. Aberastury M. Hidalgo Julio Cesar Iglesias E. Sotillos F. Sánchez Dragó Juan Luis Cebrián Olga Barrio Manuel M.Ferrand Antonio Gala | Terenci Moix |
| Medio (30-70%) | | | | |
| Bajo (-30%) | | | Manuel Campo Miguel Ángel Nieto José Oneto Julián Lago Pedro J. Ramírez Jaime Capmany Gallego y Rey | |

Cuadro 5.6.1.5.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

ABRIL 1.989

IMAGEN CONTROVERTIDA

| | Alta (+65%) | Media (40-65%) | Baja (-40%) |
|---------------------|---------------|--|---|
| CONOCIMIENTO | Bibi Andersen | Jesús Hermida Joaquín Prats | I. Gabilondo R. María Mateo |
| Alto (+70) | | | |
| Medio (30-70%) | Terenci Moix | A. Aberastury J.M. García E. Sánchez E. Romero Julio C. Iglesias F. Sánchez Dragó Antonio Gala Francisco Umbral | Lalo Azcona E. Sotillos Luis del Olmo J. Arozamena M. Hidalgo M. Escario L. Mariñas José L. Cebrián Julia Otero Mingote Manuel M.Ferrand Anna Castells |
| Bajo (-30%) | | Miguel A. Gozalo J. Capmany José Oneto | Manuel Campo Olga Barrio P.J. Ramírez Miguel A. Nieto Julián Lago Gallego y Rey |

Cuadro 5.6.1.6.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

ABRIL 1.989

IMAGEN CONTROVERTIDA

| | Alta (+65%) | Media (40-65%) | Baja (-40%) |
|-------------------|-------------------------------|---|---|
| VALORACION | | | Iñaki Gabilondo Rosa M ^a Mateo Julia Otero |
| Alto (+7,0) | | | |
| Medio (5-7,0) | | Jesús Hermida J. Prats J. M. García E. Sánchez E. Romero M. A. Gozalo Julio C. Iglesias F. Sánchez Dragó José Oneto Antonio Gala Francisco Umbral | Gallego y Rey Anna Castells Manuel Campo María Escario Olga Barrio Eduardo Sotillos Lalo Azcona Juan Luis Cebrián L. del Olmo A. Aberastury J. Arozamena M. Hidalgo L. Mariñas J. Capmany Mingote Miguel A. Nieto Julián Lago P.J. Ramírez Manuel M.Ferrand |
| Bajo (-5,0) | Bibi Andersen Terenci Moix | | |

Cuadro 5.6.1.7.

**Nivel de Conocimiento de los Diferentes Comunicadores
Por Características de los Entrevistados**

| ABRIL 1.989 | M.Martín Ferrand | Antonio Gala | Francisco Umbral | Gallego y Rey | Anna Castells |
|----------------------------|-------------------------|---------------------|-------------------------|----------------------|----------------------|
| Total | 31 | 62 | 50 | 17 | 36 |
| Sexo | | | | | |
| Varones | 37 | 64 | 53 | 20 | 37 |
| Mujeres | 25 | 59 | 46 | 15 | 35 |
| Edad | | | | | |
| 18-19 años | 31 | 71 | 61 | 29 | 45 |
| 30-49 años | 43 | 74 | 64 | 22 | 45 |
| 50-64 años | 23 | 51 | 37 | 7 | 28 |
| 65 y más | 14 | 34 | 20 | 5 | 15 |
| Posición Social | | | | | |
| Muy Baja | 9 | 25 | 15 | 3 | 18 |
| Baja | 18 | 48 | 35 | 10 | 28 |
| Media | 32 | 67 | 54 | 20 | 37 |
| Alta | 63 | 85 | 78 | 28 | 55 |
| Muy Alta | 63 | 96 | 84 | 31 | 62 |
| Ideología | | | | | |
| Izquierda | 38 | 78 | 66 | 24 | 42 |
| Centro Izquierda | 43 | 75 | 68 | 25 | 50 |
| Centro | 38 | 71 | 56 | 13 | 49 |
| Centro Derecha | 48 | 70 | 58 | 26 | 42 |
| Derecha | 22 | 50 | 35 | 16 | 24 |
| Hábitat | | | | | |
| Rural | 16 | 38 | 28 | 9 | 25 |
| Urbano | 32 | 65 | 53 | 18 | 37 |
| Metropolitano | 42 | 76 | 63 | 23 | 44 |
| Exposición a Medios | | | | | |
| Alta | 54 | 83 | 72 | 33 | 56 |
| Media Alta | 42 | 77 | 68 | 22 | 46 |
| Media Baja | 23 | 60 | 44 | 15 | 34 |
| Baja | 18 | 42 | 30 | 9 | 21 |

Cuadro 5.6.1.8.

**Valoración Asignada a Diferentes Comunicadores
Sociales, por Características de los Entrevistados**

| ABRIL 1.989 | M.Martín Ferrand | Antonio Gala | Francisco Umbral | Gallego y Rey | Anna Castells |
|----------------------------|-------------------------|---------------------|-------------------------|----------------------|----------------------|
| Total | 6,7 | 6,1 | 5,3 | 6,0 | 6,3 |
| Sexo | | | | | |
| Varones | 6,5 | 5,8 | 5,1 | 6,0 | 6,2 |
| Mujeres | 6,9 | 6,4 | 5,4 | 6,1 | 6,4 |
| Edad | | | | | |
| 18-19 años | 6,4 | 6,0 | 5,4 | 6,2 | 6,1 |
| 30-49 años | 6,5 | 6,0 | 5,1 | 6,0 | 6,2 |
| 50-64 años | 7,5 | 6,5 | 5,6 | 6,2 | 6,9 |
| 65 y más | 7,0 | 5,7 | 4,8 | 4,8 | 6,4 |
| Posición Social | | | | | |
| Muy Baja | 7,0 | 6,7 | 6,0 | 5,0 | 7,5 |
| Baja | 6,9 | 6,0 | 5,4 | 5,8 | 6,4 |
| Media | 6,9 | 6,1 | 5,4 | 6,1 | 6,4 |
| Alta | 6,4 | 5,9 | 4,9 | 6,1 | 6,1 |
| Muy Alta | 5,4 | 6,8 | 4,8 | 5,7 | 6,1 |
| Ideología | | | | | |
| Izquierda | 6,5 | 6,4 | 5,6 | 6,0 | 6,5 |
| C. Izquierda | 6,3 | 6,1 | 5,2 | 6,1 | 6,4 |
| Centro | 7,0 | 6,1 | 5,5 | 5,6 | 6,2 |
| Centro Derecha | 6,8 | 5,7 | 4,6 | 6,2 | 6,0 |
| Derecha | 7,2 | 6,1 | 5,0 | 6,3 | 6,8 |
| Hábitat | | | | | |
| Rural | 7,0 | 6,0 | 5,6 | 6,2 | 6,2 |
| Urbano | 6,6 | 5,9 | 5,2 | 5,9 | 6,3 |
| Metropolitano | 6,7 | 6,3 | 5,1 | 6,1 | 6,0 |
| Exposición a Medios | | | | | |
| Alta | 6,6 | 6,1 | 4,7 | 6,1 | 6,1 |
| Media Alta | 6,7 | 6,3 | 5,5 | 6,2 | 6,4 |
| Media Baja | 7,0 | 6,1 | 5,5 | 6,0 | 6,6 |
| Baja | 6,5 | 5,7 | 5,3 | 5,7 | 6,1 |

5.6.2. Ranking de Comunicadores

Este mes de abril, se continúa con el nuevo modelo de ranking de comunicadores sociales iniciado el pasado mes de octubre. Estos irán ordenados según los tres indicadores de imagen: el nivel de conocimiento, las valoraciones medias otorgadas, y la disparidad de las mismas. Cada mes se preguntará por diferentes comunicadores, pero de cualquier forma, pueden ser incluidos más de un mes, y en esos casos los valores se corresponderán con el promedio resultante de los meses en que han sido incluidos.

En el cuadro 5.6.2.1. podemos observar que J. Prats sigue siendo el comunicador más conocido y Julián Lago el menos, y en el Cuadro 5.6.2.2. vemos que Julia Otero pasa a recibir la valoración más alta y Bibi Andersen pasa a recibir la más baja. Por su parte, en el último ranking se observa que Julia Otero, Manuel Campo, Rosa María Mateo, Olga Barrio y Lalo Azcona son los comunicadores menos polémicos, y Bibi Andersen tiene un elevado nivel de discrepancia, especialmente si se compara con los niveles de discrepancia, que tienen el resto de los comunicadores sociales.

Cuadro 5.6.2.1.

Ranking de Comunicadores Sociales que Conocen más los Entrevistados

OCTUBRE/1988-ABRIL 1989

| Comunicadores | % |
|--------------------------|----|
| 1. Joaquín Prats | 91 |
| 2. Jesús Hermida | 86 |
| 3. Bibi Andersen | 80 |
| 4. José María García | 76 |
| 5. Iñaki Gabilondo | 74 |
| 6. Rosa María Mateo | 70 |
| 7. Joaquín Arozamena | 69 |
| 8. Luis del Olmo | 67 |
| 9. Julia Otero | 63 |
| 10. Antonio Gala | 62 |
| 11. Encarna Sánchez | 57 |
| 12. Luis Mariñas | 54 |
| 13. Andrés Aberastury | 50 |
| 14. Terenci Moix | 50 |
| 15. Francisco Umbral | 50 |
| 16. Emilio Romero | 47 |
| 17. Eduardo Sotillos | 44 |
| 18. Mingote | 44 |
| 19. Lalo Azcona | 40 |
| 20. Anna Castells | 36 |
| 21. F. Sánchez Dragó | 33 |
| 22. Manuel Hidalgo | 32 |
| 23. Julio César Iglesias | 32 |
| 24. Juan Luis Cebrián | 32 |
| 25. Manuel M. Ferrand | 32 |
| 26. María Escario | 31 |
| 27. Miguel Ángel Gozálo | 27 |
| 28. Manuel Campo Vidal | 27 |
| 29. Miguel Ángel Nieto | 25 |
| 30. Pedro J. Ramírez | 21 |
| 31. Olga Barrio | 21 |
| 32. J. Oneto | 19 |
| 33. Jaime Campmany | 18 |
| 34. Gallego y Rey | 17 |
| 35. Julián Lago | 16 |

Cuadro 5.6.2.2.

Ranking de Comunicadores Sociales de Valoraciones Asignadas por los Entrevistados

OCTUBRE/1988-ABRIL 1989

| Comunicadores | X |
|---------------------------|----------|
| 1. Julia Otero | 7,8 |
| 2. Iñaki Gabilondo | 7,5 |
| 3. Rosa María Mateo | 7,3 |
| 4. Lalo Azcona | 6,9 |
| 5. Luis del Olmo | 6,8 |
| 6. Mingote | 6,8 |
| 7. Joaquín Prats | 6,7 |
| 8. Joaquín Arozamena | 6,7 |
| 9. Manuel Campo | 6,7 |
| 10. J. Luis Cebrián | 6,7 |
| 11. Miguel Ángel Nieto | 6,7 |
| 12. Manuel Martín Ferrand | 6,7 |
| 13. Jesús Hermida | 6,6 |
| 14. Andrés Aberasturi | 6,4 |
| 15. María Escario | 6,3 |
| 16. Olga Barrio | 6,3 |
| 17. Eduardo Sotillos | 6,3 |
| 18. Anna Castells | 6,3 |
| 19. José María García | 6,2 |
| 20. Encarna Sánchez | 6,1 |
| 21. Luis Mariñas | 6,1 |
| 22. Antonio Gala | 6,1 |
| 23. Julián Lago | 6,0 |
| 24. Manuel Hidalgo | 6,0 |
| 25. Gallego y Rey | 6,0 |
| 26. Emilio Romero | 5,9 |
| 27. F. Sánchez Dragó | 5,9 |
| 28. José Otero | 5,9 |
| 29. Pedro J. Ramírez | 5,8 |
| 30. Miguel Ángel Gozálo | 5,6 |
| 31. Julio César Iglesias | 5,3 |
| 32. Jaime Capmany | 5,3 |
| 33. Francisco Umbral | 5,3 |
| 34. Terenci Moix | 4,0 |
| 35. Bibi Andersen | 3,7 |

Cuadro 5.6.2.3.

Ranking de Discrepancia de Comunicadores Sociales

OCTUBRE/1988-ABRIL 1989

Discrepancia

| | |
|--------------------------|----|
| 1. Julia Otero | 27 |
| 2. Manuel Campo | 29 |
| 3. Rosa María Mateo | 30 |
| 4. Iñaki Gabilondo | 30 |
| 5. Olga Barrio | 30 |
| 6. Lalo Azcona | 30 |
| 7. Juan Luis Cebrian | 31 |
| 8. Manuel Martín Ferrand | 31 |
| 9. María Escario | 32 |
| 10. Anna Castells | 32 |
| 11. Mingote | 33 |
| 12. Eduardo Sotillos | 34 |
| 13. Miguel A. Nieto | 34 |
| 14. Joaquín Arozamena | 36 |
| 15. Luis Mariñas | 36 |
| 16. Gallego y Rey | 36 |
| 17. Andrés Aberastury | 38 |
| 18. Julián Lago | 38 |
| 19. Pedro J. Ramírez | 39 |
| 20. Luis del Olmo | 39 |
| 21. Manuel Hidalgo | 39 |
| 22. José Oneto | 40 |
| 23. Jesús Hermida | 42 |
| 24. Joaquín Prats | 42 |
| 25. Miguel Ángel Gozálo | 43 |
| 26. F. Sánchez Dragó | 44 |
| 27. Antonio Gala | 44 |
| 28. Julio César Iglesias | 45 |
| 29. Emilio Romero | 48 |
| 30. Jaime Capmany | 48 |
| 31. José María García | 49 |
| 32. Encarna Sánchez | 50 |
| 33. Francisco Umbral | 50 |
| 34. Terenci Moix | 61 |
| 35. Bibi Andersen | 77 |

5.7. INDICE DE EXPOSICION A MEDIOS DE COMUNICACION

5.7.1. Exposición a Medios de Comunicación

Como resumen de todos los datos anteriormente analizados, se ha construido un Índice de Exposición a Medios (IEM), ya descrito en la Metodología del Informe ASEP, y que puede variar entre 0 y 200, con un nivel de equilibrio en 100.

La construcción del I.E.M. ha variado con respecto a los sondeos realizados el curso pasado, por lo que los datos de este mes sólo son comparables con los obtenidos en los sondeos realizados desde el pasado mes de octubre.

El IEM mide la exposición a medios de la población entrevistada, ya sea en medios escritos (periódicos y revistas), radio o televisión. Con la modificación efectuada, el mes de octubre en el Índice de Exposición a Medios, tenemos cuatro posiciones de clasificación: alta, media-alta, media-baja y baja. Así, de acuerdo con las condiciones exigidas en la construcción del IEM para que un entrevistado fuese calificado en alguna de las cuatro posiciones, este mes de marzo tenemos: un 16% de los entrevistados tienen una exposición alta, el 25% una exposición a medios media-alta, el 24% media-baja y, finalmente, un 35% tiene una exposición a medios baja (Cuadro 5.7.1.1.). En relación al pasado mes de marzo se ha registrado este mes un significativo ascenso de IEM.

Al compararse el valor del IEM según diferentes segmentos de la población, las diferencias relativas siguen siendo perfectamente significativas. Así, la exposición a medios (Cuadro 5.7.1.2.) es menor entre las mujeres y entre los mayores de 50 años, y especialmente los mayores de 65 años, y aumenta más significativamente cuanto mayor es la posición social, y es mayor también en los núcleos urbanos y metropolitanos, sin que puedan apreciarse relaciones significativas según la ideología, aunque se aprecia una mayor exposición a medios de las personas de izquierda, centro izquierda y centro derecha este mes. La mayor exposición a medios se da este mes de abril entre las personas que tienen menos de 30 años y entre los individuos de posición social alta y muy alta y que habitan en núcleos metropolitanos.

El valor explicativo de este índice, como se ha demostrado, es muy alto y significativo, pero no es, como ya se ha señalado, comparable con el que se hizo en sondeos anteriores al del mes de octubre. Este índice se utiliza como variable explicativa en todos los volúmenes del informe ASEP sobre la opinión pública de los españoles.

Cuadro 5.7.1.1.

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

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Alta | 15% | 14% | 15% | 14% | 17% | 15% | 16% |
| Media Alta | 26 | 27 | 27 | 24 | 26 | 24 | 25 |
| Media Baja | 26 | 24 | 23 | 30 | 28 | 26 | 24 |
| Baja | 32 | 35 | 35 | 32 | 29 | 35 | 35 |
| IEM | 82 | 83 | 83 | 76 | 85 | 79 | 81 |

Cuadro 5.7.1.2.

**Índice de Exposición a Medios (IEM), por
Características Socioeconómicas**

| | X-88 | XI-88 | XII-88 | I-89 | II-89 | III-89 | IV-89 |
|-------------------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Total | 82 | 83 | 83 | 76 | 85 | 79 | 81 |
| Sexo: | | | | | | | |
| Varones | 102 | 102 | 104 | 94 | 109 | 99 | 102 |
| Mujeres | 64 | 65 | 65 | 59 | 64 | 61 | 62 |
| Edad: | | | | | | | |
| - 30 años | 94 | 94 | 99 | 90 | 97 | 91 | 102 |
| 30-49 años | 92 | 94 | 99 | 86 | 102 | 95 | 95 |
| 50-64 años | 79 | 71 | 66 | 60 | 70 | 63 | 66 |
| 65 y más años | 46 | 57 | 50 | 54 | 53 | 49 | 39 |
| Posición Social: | | | | | | | |
| Muy Baja | 24 | 21 | 29 | 20 | 20 | 24 | 20 |
| Baja | 46 | 61 | 54 | 53 | 54 | 51 | 47 |
| Media | 94 | 86 | 89 | 84 | 91 | 85 | 93 |
| Alta | 139 | 140 | 149 | 112 | 146 | 144 | 135 |
| Muy Alta | 172 | 145 | 169 | 159 | 166 | 151 | 162 |
| Ideología: | | | | | | | |
| Izquierda | 100 | 92 | 108 | 100 | 106 | 106 | 110 |
| Centro Izquierda | 88 | 99 | 100 | 75 | 102 | 102 | 102 |
| Centro | 91 | 94 | 84 | 86 | 94 | 82 | 84 |
| Centro Derecha | 97 | 112 | 95 | 86 | 102 | 86 | 110 |
| Derecha | 102 | 88 | 81 | 68 | 92 | 76 | 72 |
| Hábitat: | | | | | | | |
| Rural | 52 | 64 | 55 | 57 | 65 | 55 | 49 |
| Urbano | 87 | 86 | 86 | 72 | 82 | 122 | 88 |
| Metropolitano | 102 | 96 | 108 | 100 | 110 | 143 | 101 |