



INFORME A.S.E.P.

sobre

**LA OPINION PÚBLICA DE LOS
ESPAÑOLES**

ABRIL - 1990

FICHA TECNICA

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

Diseño Muestral: 1.218 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 **16 a 20 de Abril de 1990**, 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 **4 de Mayo de 1990**.

Análisis e Interpretación de Datos:

BLANCA GARCIA-MON MARAÑES
M^a José Ramírez Lafita
Sara Cortés García
Beatriz Nogueras Martínez
Enrique Sempere Domínguez

Proceso de Textos:

PALOMA MILLAN MARTINEZ
Esperanza Celdrán Lucía
Carmen Ruiz Otazo
Montserrat Pendolero Bonilla

Dirección:

Juan DIEZ NICOLAS

COPYRIGHT ASEP S.A., 1990. PROHIBIDA LA REPRODUCCION TOTAL O PARCIAL, INCLUSO CITANDO LA FUENTE.

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 .. | 10 |
| 2. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LA POBLACION ESPAÑOLA..... | 41 |
| 2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES | 42 |
| 2.1.1. Tamaño de los Hogares | 42 |
| 2.1.2. Estructura Ocupacional | 43 |
| 2.1.3. Niveles de Renta | 44 |
| 2.1.4. Equipamiento | 44 |
| 2.1.5. Status Socioeconómico Familiar..... | 45 |
| 2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS | 54 |
| 2.2.1. Características Demográficas | 54 |
| 2.2.2. Características Socioeconómicas | 54 |
| 2.2.3. Características Ecológicas | 55 |
| 2.2.4. Posición Social..... | 56 |
| 2.2.5. Clase Social Subjetiva | 56 |
| 3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS..... | 63 |
| 3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA..... | 64 |
| 3.1.1. Situación Financiera de los Hogares | 64 |
| 3.1.2. Situación Económica del Individuo | 68 |
| 3.1.3. Situación Económica de España | 73 |
| 3.2. PERSPECTIVAS SOBRE EL FUTURO ECONOMICO | 78 |
| 3.2.1. Perspectivas Económicas para el Individuo | 78 |
| 3.2.2. Perspectivas Económicas para España | 83 |
| 3.3. EL SENTIMIENTO DE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES | 87 |
| 3.3.1. Comparación de los Cinco Índices del Sentimiento del Consumidor | 87 |
| 3.3.2. Optimismo y Pesimismo de los Españoles | 92 |
| 3.3.3. Evaluación de la Situación Económica de España..... | 96 |
| 3.4. PAUTAS DE CONSUMO Y ESTILOS DE VIDA | 100 |
| 3.4.1. Presupuestos Familiares y Gastos en el Hogar | 100 |
| 3.4.2. Satisfacción con la Vida | 114 |
| 3.5. EVALUACION DE LA SITUACION ECONOMICA DE ESPAÑA | 124 |
| 3.5.1. Política Económica..... | 124 |
| 3.6. INSTITUCIONES ECONOMICAS | 129 |
| 3.6.1. Imagen de Empresas del Sector de Aparatos de Televisión, Vídeos, Cámaras, Etc..... | 129 |
| 3.6.2. Ranking de Empresas por Sectores | 134 |
| 3.6.3. Clientela de Instituciones Financieras | 137 |
| 4. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLITICOS..... | 142 |
| 4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS | 143 |
| 4.1.1. Autoposicionamiento Ideológico | 144 |
| 4.1.2. Práctica Religiosa..... | 149 |
| 4.1.3. Españolismo y Nacionalismo | 152 |
| 4.1.4. Comportamientos Electorales Pasados..... | 156 |
| 4.1.5. Post-materialismo..... | 159 |

| | |
|--|------------|
| 4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES | 167 |
| 4.2.1. Imagen de Instituciones | 167 |
| 4.2.2. Ranking de Instituciones y Grupos Sociales | 179 |
| 4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS | 183 |
| 4.3.1. Imagen de Personajes Públicos | 183 |
| 4.3.2. Ranking de Personajes Públicos | 194 |
| 4.4. EVALUACION DE LA COYUNTURA POLITICA Y SOCIAL | 198 |
| 4.4.1. Evaluación de la Sociedad Española | 198 |
| 4.4.2. Evaluación de la Labor del Gobierno de la Nación | 203 |
| 4.4.3. Satisfacción con el Gobierno | 207 |
| 4.4.4. Satisfacción con el Funcionamiento de la Democracia | 210 |
| 4.5. INTENCIONES DE VOTO | 213 |
| 4.5.1. Electorados Potenciales, Inasequibles e Indiferentes | 214 |
| 4.5.2. La Intención de Voto | 218 |
| 4.5.3. Transferencias de Voto | 225 |
| 4.5.4. Estimación de Voto Según el Modelo Predictivo ASEP | 229 |
| 5. UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACION..... | 232 |
| 5.1. PRENSA DIARIA | 233 |
| 5.1.1. Lectura de Prensa Diaria | 233 |
| 5.1.2. Perfil de los No-Lectores | 240 |
| 5.2. REVISTAS | 242 |
| 5.2.1. Lectura de Revistas | 242 |
| 5.2.2. Perfil de los No-Lectores de Revistas | 246 |
| 5.3. RADIO | 248 |
| 5.3.1. Audiencia de Radio | 248 |
| 5.3.2. Perfil de los Radio-Oyentes | 250 |
| 5.3.3. Audiencia por Emisoras | 252 |
| 5.4. TELEVISION | 257 |
| 5.4.1. Audiencia de Televisión | 257 |
| 5.4.2. Perfil de los Televidentes | 261 |
| 5.4.3. Los Telediarios | 263 |
| 5.4.4. Programas de T.V.E. | 266 |
| 5.4.5. Ranking de Programas Televisivos | 269 |
| 5.5. PUBLICIDAD | 271 |
| 5.5.1. El Anuncio del Mes | 271 |
| 5.5.2. Ranking de Anuncios | 274 |
| 5.6. LOS COMUNICADORES | 276 |
| 5.6.1. Imagen de Periodistas, Locutores de Radio y Presentadores de T.V. | 276 |
| 5.6.2. Ranking de Comunicadores | 291 |
| 5.7. EVALUACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION | 295 |
| 5.7.1. Cuestiones de Actualidad de los Diferentes Medios de Comunicación | 295 |
| 5.8. INDICE DE EXPOSICION A MEDIOS DE COMUNICACION | 300 |
| 5.8.1. Exposición a Medios de Comunicación | 300 |



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 anualmente su sistema de indicadores, desde el inicial en el curso 1986-87 hasta el actual, para el curso 1.989-90, tratando de mejorarlo sobre la base de la experiencia de su utilización durante esos años

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, puesto que no podía establecerse si los cambios observados eran cambios reales o productos del diferente contenido de las preguntas.
- 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 IGA (gasto promedio mensual por hogar en alimentación), o el IPM (proporción de entrevistados que pueden ser considerados como post-materialistas).
- 5) Y se ha vuelto a transformar 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), ocho pueden variar en una escala de 0 a 200, con punto de equilibrio en 100 (ISC, IPA, IESE, ISCV, IOS, ISD, ISG, IEMC). De los demás, tres constituyen medias aritméticas en escalas: de 1 a 5 (ISN), de 1 a 7 (IPI), de 1 a 4 (IPR), y otro es una medida aritmética sin límites determinados (IGA). Y los últimos, finalmente, son porcentajes, y por tanto pueden variar entre 0 y 100 (IAP e IPM).

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

Debe señalarse también que los catorce indicadores se calculan no 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, 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 ya se hizo el curso pasado, además de la serie temporal de los catorce indicadores se presenta el valor de cada indicador según los diferentes segmentos de población definidos en base al propio sistema de indicadores.

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

Finalmente, es propósito de ASEP el presentar cada mes alguna innovación en el análisis estadístico y la interpretación explicativa (y no solo descriptiva) del sistema de indicadores, con el fin de conceder mayor agilidad y variación a esta parte del Informe.

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 y estimada de voto, de forma que se pueda visualizar fácilmente la evolución de cada uno de ellos durante los últimos diez sondeos mensuales.

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

- La evaluación de la situación económica (ISC) vuelve a situarse por debajo del nivel de equilibrio, confirmándose así el descenso observado el mes pasado, y son también negativas las perspectivas respecto a su evolución (IESE). La propensión al ahorro (IPA) continúa siendo positiva, indicando un cierto predominio de los que ahorran sobre los que se endeudan. Y el gasto mensual promedio por hogar en alimentación (IGA) disminuye algo respecto al mes pasado. En consecuencia, los indicadores económicos confirman el empeoramiento ya observado el mes pasado respecto a su nivel de los últimos meses.
- La evaluación de la calidad de la vida continúa siendo muy positiva, pero ha disminuido mucho, alcanzando el valor más bajo de los últimos diez meses. Se observa este mes otra vez un ligero predominio de los optimistas sobre los pesimistas, aunque el nivel está muy próximo al equilibrio. Además, la práctica religiosa (IPR) parece totalmente estable, (de práctica media), como cabía esperar, ya que este tipo de actitudes y comportamientos varía, si lo hace, muy lentamente. Y la proporción de post-materialistas (personas con ideas más de vanguardia) vuelve a situarse en alrededor de un tercio de los entrevistados. En conjunto, por consiguiente, los cuatro indicadores sociales reflejan una situación similar a la de marzo, siendo bastante estables.
- El grado de satisfacción con el funcionamiento de la democracia sigue siendo alto, (aunque muy inferior al de los últimos cinco meses), y se observa también un índice positivo de satisfacción con el Gobierno (que también disminuye respecto a los últimos ocho meses, estando ya muy cerca del nivel de equilibrio). Aumenta algo el índice de

alienación política, posiblemente a causa de los diferentes escándalos políticos. El posicionamiento ideológico continúa entre el centro izquierda y el centro (como a lo largo de todo el curso pasado), aunque sigue más próximo al centro izquierda, y también continúa el equilibrio entre nacionalistas y españolistas, con posicionamiento claro en la categoría de quienes se sienten tan españoles como nacionalistas (vascos, gallegos, andaluces, etc.), y una persistente preponderancia de los españolistas sobre los nacionalistas. En conjunto, por tanto, se observa también una ligera satisfacción en los indicadores políticos, aunque como el mes pasado, inferior que en los meses precedentes, y estabilidad en aquellos que miden actitudes políticas básicas.

- Puesto que el índice de exposición a medios de comunicación ha vuelto a ser modificado desde septiembre, no es comparable con los valores obtenidos antes de esa fecha. No obstante, el índice continúa mostrando una baja exposición, y es muy similar en los ocho meses.
- En cuanto a la intención directa de voto, sin correcciones de ningún tipo, y comparando con los datos de marzo, se observa cierto crecimiento de la abstención ya decidida, y un fuerte crecimiento del nivel de indecisión (NS/NC).

Se observan algunos cambios significativos, aunque pequeños, en las intenciones de voto a los diferentes partidos. En efecto, disminuye algo la intención directa de voto hacia el PP (aunque sigue siendo la tercera más alta de los últimos diez meses), y sigue siendo muy baja la del CDS, que continúa en un nivel muy inferior al de antes de abril de 1989, y alcanza su nivel más bajo de los últimos diez meses, de forma que, como ya se observó desde mayo, el PP continúa teniendo una intención directa de voto muy superior a la del CDS.

Por otra parte, el PSOE logra una intención directa de voto bastante inferior a la de los meses precedentes, (y también inferior a la de los resultados reales en 1.989). IU, a su vez, repite una intención muy superior a los resultados reales de 1989, pero inferior, como en marzo, a la de los meses precedentes.

El dato más significativo de los datos de este mes vuelve a ser (como en estos últimos meses), la aparente disminución del voto "oculto" para el PP, que podría significar una mejora de imagen de éste partido, que se refleja en que sus votantes tengan menos empeño en ocultar sus intenciones reales.

Por otra parte, se percibe un creciente deterioro del PSOE, que por primera vez desde octubre obtiene una intención directa de voto inferior a sus resultados reales en aquella fecha.

En cuanto a la intención estimada de voto, y por comparación con el mes anterior, se reduce algo la intención de voto hacia el PP (que se sitúa así en el nivel de sus resultados reales de 1.989, reflejando posiblemente el acceso de Fraga a la Presidencia de Galicia), pero disminuye mucho el voto estimado para el PSOE, (que obtiene su valor más bajo desde septiembre) así como cierta disminución para IU y "otros" partidos, que sin embargo estarán por encima de sus resultados de 1.989. El CDS y los nacionalistas de centro e izquierda, obtienen este mes un voto estimado algo superior al de marzo, pero, mientras que en el caso del CDS esta estimación sigue por debajo de los resultados de 1.989 en el caso de los nacionalistas está algo por encima. La abstención estimada sería

más alta que en marzo, y también por encima de la realmente observada en las pasadas elecciones.

Comparando los datos estimados con los resultados de las recientes elecciones de X/89, se observan importantes signos de cambio que pueden resumirse así:

- Importante crecimiento del nivel de abstención.
 - Mantenimiento del voto al PP.
 - Crecimiento moderado de IU, nacionalistas y "otros" partidos.
 - Disminución significativa del voto para el PSOE y para el CDS.
- Los datos del sistema de indicadores este mes demuestran, en resumen, una situación todavía algo positiva, pero con una clara y fuerte tendencia al empeoramiento, respecto a meses pasados, en los indicadores socioeconómicos y políticos, mostrando así el progresivo desgaste del Gobierno y de los socialistas. Así, los españoles admiten estar bastante satisfechos con la vida que llevan y con el funcionamiento de la democracia e incluso algo satisfechos con el Gobierno. Además, los españoles se muestran muy moderados y centrados: se sitúan entre el centro izquierda y el centro (aunque más próximos al centro izquierda), se consideran tan españoles como nacionalistas, y medianamente practicantes en lo religioso. Pero se observa una creciente inseguridad en el futuro económico inmediato, tal y como se refleja en los valores negativos del sentimiento del consumidor y de la evaluación global de la situación económica, que este mes vuelven a ser negativos. Este menor optimismo y satisfacción se traducen en un índice más alto de alienación política, y probablemente explican el mantenimiento de las intenciones de voto hacia el PP, y la clara disminución del voto hacia el PSOE (por debajo ya de su nivel de las pasadas elecciones).

Como ya se anunciaba en meses anteriores, los datos reflejan cada vez con más claridad una situación de progresivo deterioro económico y falta de apoyo al Gobierno actual y a la oferta socialista.

Cuadro 1.1.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|----------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| ECONOMICOS Y DE CONSUMO | | | | | | | | | | |
| 1 -ISC | 97 | 95 | 97 | 100 | 101 | 100 | 100 | 100 | 96 | 96 |
| 2 -IPA | 106 | 110 | 117 | 115 | 114 | 117 | 116 | 119 | 119 | 118 |
| 3 -IESE | 94 | 91 | 97 | 100 | 103 | 101 | 103 | 100 | 94 | 93 |
| 4 -IGA | 38,9 | 39,1 | 40,5 | 42,6 | 41,3 | 40,9 | 43,0 | 40,9 | 43,2 | 42,9 |
| SOCIALES | | | | | | | | | | |
| 5 -ISCV | 166 | 166 | 169 | 169 | 167 | 173 | 168 | 170 | 174 | 164 |
| 6 -IOS | 103 | 100 | 99 | 105 | 102 | 102 | 101 | 105 | 101 | 102 |
| 7 -IPR | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,5 | 2,6 | 2,5 | 2,4 | 2,5 | 2,5 | 2,5 |
| 8 -IPM | 25 | 30 | 30 | 27 | 30 | 31 | 32 | 34 | 30 | 32 |
| POLITICOS | | | | | | | | | | |
| 9 -ISD | 128 | 124 | 130 | 128 | 143 | 146 | 140 | 137 | 138 | 129 |
| 10-ISG | 95 | 97 | 108 | 110 | 113 | 123 | 114 | 108 | 108 | 102 |
| 11-IAP | 43 | 45 | 42 | 41 | 31 | 34 | 35 | 32 | 34 | 40 |
| 12-IPI | 3,4 | 3,2 | 3,4 | 3,3 | 3,2 | 3,3 | 3,3 | 3,4 | 3,4 | 3,4 |
| 13-ISN | 3,4 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,3 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 3,2 |
| MEDIOS DE COMUNICACION | | | | | | | | | | |
| 14-IEMC | - | - | 39 | 41 | 38 | 38 | 37 | 39 | 39 | 37 |
| INTENCION DIRECTA DE VOTO | | | | | | | | | | |
| - PP | 9,6 | 7,3 | 8,1 | 7,7 | 13,0 | 11,5 | 11,0 | 14,7 | 15,0 | 13,8 |
| - CDS | 8,6 | 6,3 | 3,8 | 4,6 | 3,0 | 3,8 | 4,1 | 3,5 | 2,9 | 2,8 |
| - PSOE | 27,0 | 25,1 | 28,4 | 30,4 | 31,9 | 29,8 | 30,8 | 30,9 | 29,5 | 25,8 |
| - IU | 5,1 | 6,8 | 8,2 | 7,0 | 11,1 | 11,1 | 8,4 | 8,5 | 7,2 | 7,3 |
| - Otros | 7,1 | 9,2 | 9,4 | 9,4 | 10,0 | 9,4 | 10,8 | 9,7 | 10,8 | 9,6 |
| - No Votará | 12,5 | 15,3 | 8,2 | 9,0 | 7,1 | 8,2 | 8,3 | 14,7 | 9,7 | 10,2 |
| - NS/NC | 30,1 | 30,0 | 33,9 | 31,9 | 23,9 | 26,2 | 26,6 | 18,0 | 24,9 | 30,5 |

INTENCION DE VOTO ESTIMADA

| | | | | | | | | | | |
|-----------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| - PP | 15,7 | 13,6 | 15,5 | 13,8 | 19,5 | 17,7 | 16,5 | 19,3 | 18,9 | 17,7 |
| - CDS | 9,0 | 8,5 | 6,1 | 6,9 | 4,6 | 5,1 | 5,5 | 4,4 | 3,5 | 4,2 |
| - PSOE | 23,7 | 22,2 | 26,7 | 26,9 | 30,7 | 27,9 | 27,7 | 28,3 | 26,1 | 23,1 |
| - IU | 4,7 | 6,9 | 7,6 | 7,2 | 10,8 | 11,5 | 9,2 | 8,6 | 8,1 | 6,6 |
| - Nacional.Derecha | 4,8 | 6,1 | 6,7 | 6,3 | 7,1 | 7,9 | 8,0 | 7,3 | 7,2 | 7,6 |
| - Nacional. Izquierda | 4,6 | 4,0 | 2,3 | 3,4 | 1,6 | 1,3 | 2,0 | 1,0 | 1,8 | 2,0 |
| - Otros | 2,7 | 2,3 | 4,2 | 4,5 | 4,1 | 4,0 | 4,3 | 4,5 | 4,1 | 3,8 |
| - Abstención | 34,8 | 36,4 | 30,9 | 31,0 | 21,6 | 24,6 | 26,8 | 26,6 | 30,3 | 35,0 |

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, parece 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 alienación política (IAP), (porque es redundante con la intención de voto), y del gasto promedio en alimentación (IGA). Por el contrario, se han utilizado otras dos variables explicativas con un alto valor teórico y empírico: la posición social y la intención de voto.

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 62 por ciento del total de entrevistados. De manera semejante, sólo un 8 por ciento de los entrevistados no contestan si están o no satisfechos con la calidad de vida que llevan, y un 57 por ciento no son ni optimistas ni pesimistas, respecto a su futuro personal, 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 directa 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 del último mes con los de éste, 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.

Desde un punto de vista descriptivo, se observa un claro predominio de:

- los que ahorran sobre los que se endeudan.
- los satisfechos sobre los insatisfechos con su calidad de vida.
- los pesimistas sobre los optimistas al evaluar la futura situación económica.
- los satisfechos con el funcionamiento de la Democracia
- los de izquierda.
- los que se consideran más españoles que nacionalistas.
- los de práctica religiosa baja sobre los de práctica alta.

- los de baja exposición a medios sobre los de exposición alta.
- los materialistas
- los de baja posición social sobre los de posición alta
- los votantes del PSOE

Y se observa cierto equilibrio entre:

- los optimistas y pesimistas en lo personal.
- los satisfechos e insatisfechos con el Gobierno.

En cuanto a las relaciones de cada indicador con todos los demás, se presenta un cuadro resumen en el que se resaltan con signo + los valores de cada índice que son más altos y con signo - los más bajos para cada segmento.

Así, por ejemplo, el ISC es más alto: entre los que ahorran que entre los que se endeudan, entre los optimistas que entre los pesimistas, entre los de izquierda que entre los de derecha, etc.

Debe aclararse, además, que en relación con el IPI (índice de posicionamiento ideológico), el signo + significa más a la derecha, y el - más a la izquierda.

Y en relación con el ISN (índice de sentimiento nacionalista), el signo + equivale a más españolismo, y el - a más nacionalismo.

Finalmente, no se ha puesto ningún signo cuando las diferencias en el valor de los índices para los diversos segmentos son tan pequeñas que no parecen significativas (o cuando se trata de la relación de cada indicador consigo mismo).

Puesto que en cada uno de los cuadros, desde el 1.2.1. al 1.2.13. se ofrecen los valores precisos de los índices, este cuadro resumen ofrece solo la ventaja de facilitar una visualización rápida y general de las principales relaciones.

El examen de este cuadro resumen permite detectar algunas relaciones curiosas y a veces sorprendentes. Por ejemplo, los de baja exposición a medios están más satisfechos que los de exposición alta con el funcionamiento de la Democracia y con el Gobierno.

Los materialistas tienen más práctica religiosa que los post-materialistas. Los de posición social baja están más satisfechos con el Gobierno, mas alienados y se posicionan más a la derecha que los de posición social alta, etc.

| | ISC | IPA | IESE | IGA | ISCV | IO | IPR | ISD | ISG | IAP | IPI | ISN | IEM |
|---|-----|-----|------|-----|------|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | | | | | | |
| Ahorran | + | | + | + | + | + | | + | + | - | | | + |
| Se Endeudan | - | | - | - | - | - | | - | - | + | | | - |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | + | + | + | + | | + | | + | + | - | - | | |
| Insatisfechos | - | - | - | - | | - | | - | - | + | + | | |
| Optimismo Personal | | | | | | | | | | | | | |
| Optimistas | + | + | + | | + | | - | + | + | - | - | | + |
| Pesimistas | - | - | - | | - | | + | - | - | + | + | | - |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | | | | | | | |
| Optimistas | + | + | | | + | + | - | + | + | - | - | | |
| Pesimistas | - | - | | | - | - | + | - | - | + | + | | |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | + | | + | | + | + | | | + | | - | | - |
| Insatisfechos | - | | - | | - | - | | | - | | + | | + |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | + | | + | - | + | + | | + | | - | - | | - |
| Insatisfechos | - | | - | + | - | - | | - | | + | + | | + |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | | | | | | | |
| Izquierda | + | | + | | + | + | - | + | + | - | | | - |
| Centro | . | | . | | + | - | . | . | . | + | | | + |
| Derecha | - | | - | | - | - | + | - | - | - | | | + |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | | | | | | | |
| Más nacionalistas | | | | | | | - | - | - | + | - | | + |
| Más españoles | | | | | | | + | + | + | - | + | | - |
| Práctica Religiosa | | | | | | | | | | | | | |
| Alta | | | | - | | - | | + | | + | + | + | |
| Baja | | | | + | | + | | - | | - | - | - | |
| Exposición a Medios | | | | | | | | | | | | | |
| Alta | | + | | | + | + | | - | - | + | + | - | |
| Baja | | - | | | - | - | | + | + | - | - | + | |
| Postmaterialismo | | | | | | | | | | | | | |
| Materialistas | - | - | - | - | - | - | + | + | + | - | + | + | - |
| Post-materialistas | + | + | + | + | + | + | - | - | - | + | - | - | + |
| Posición Social | | | | | | | | | | | | | |
| Alta | + | + | | + | + | + | - | - | - | - | - | + | + |
| Baja | - | - | | - | - | - | + | + | + | + | + | - | - |
| Intención de Voto | | | | | | | | | | | | | |
| PP | . | + | - | | . | . | + | - | - | | + | + | + |
| CDS | - | . | . | | - | - | + | . | . | | . | . | + |
| PSOE | + | . | + | | + | + | . | + | + | | . | . | - |
| IU | . | - | . | | . | . | - | . | - | | - | . | . |

Cuadro 1.2.0.

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

| INDICADORES: | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| ----- Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.205) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | | | |
| Ahorran | 21% | 24% | 27% | 26% | 24% | 25% | 27% | 29% | 28% | 28% |
| Se Endeudan | 15 | 14 | 10 | 11 | 10 | 9 | 11 | 9 | 9 | 10 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 81% | 82% | 81% | 81% | 79% | 83% | 81% | 82% | 84% | 78% |
| Insatisfechos | 15 | 16 | 12 | 13 | 12 | 10 | 12 | 12 | 10 | 14 |
| Optimismo Personal | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 28% | 24% | 23% | 26% | 24% | 24% | 24% | 24% | 24% | 22% |
| Pesimistas | 25 | 24 | 24 | 21 | 22 | 22 | 23 | 20 | 22 | 21 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 25% | 21% | 26% | 25% | 26% | 24% | 26% | 24% | 20% | 18% |
| Pesimistas | 30 | 30 | 29 | 25 | 23 | 23 | 23 | 24 | 26 | 25 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 58% | 58% | 54% | 52% | 65% | 65% | 62% | 62% | 61% | 56% |
| Insatisfechos | 30 | 34 | 25 | 24 | 22 | 20 | 22 | 25 | 23 | 27 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 41% | 43% | 44% | 46% | 50% | 54% | 50% | 45% | 44% | 42% |
| Insatisfechos | 46 | 46 | 36 | 36 | 36 | 31 | 35 | 37 | 36 | 40 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 39% | 38% | 39% | 42% | 46% | 41% | 43% | 38% | 41% | 38% |
| Centro | 14 | 12 | 10 | 12 | 10 | 9 | 11 | 12 | 11 | 9 |
| Derecha | 14 | 12 | 15 | 13 | 14 | 15 | 15 | 15 | 15 | 16 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 21% | 21% | 23% | 19% | 21% | 20% | 21% | 22% | 22% | 21% |
| Más españoles | 36 | 33 | 34 | 34 | 28 | 31 | 26 | 26 | 27 | 29 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | | | | |
| Alta | 26% | 26% | 24% | 24% | 26% | 24% | 23% | 25% | 24% | 22% |
| Baja | 45 | 47 | 43 | 47 | 45 | 47 | 51 | 48 | 50 | 46 |

| | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Exposición a Medios | | | | | | | | | | |
| Alta | - | - | 6% | 3% | 2% | 3% | 2% | 3% | 3% | 2% |
| Baja | - | - | 63 | 62 | 64 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |
| Postmaterialismo | | | | | | | | | | |
| Materialistas | 75% | 70% | 70% | 73% | 70% | 69% | 68% | 66% | 70% | 68% |
| Post-materialistas | 25 | 30 | 30 | 27 | 30 | 31 | 32 | 34 | 30 | 32 |
| Posición Social | | | | | | | | | | |
| Alta | 16% | 16% | 17% | 17% | 15% | 18% | 19% | 18% | 20% | 20% |
| Baja | 39 | 37 | 38 | 37 | 38 | 39 | 35 | 37 | 36 | 37 |
| Intención de Voto Directa | | | | | | | | | | |
| PP | 10% | 7% | 8% | 8% | 13% | 12% | 11% | 15% | 15% | 14% |
| CDS | 9 | 6 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| PSOE | 27 | 25 | 28 | 30 | 32 | 30 | 31 | 31 | 30 | 26 |
| IU | 5 | 7 | 8 | 7 | 11 | 11 | 8 | 8 | 7 | 7 |

Cuadro 1.2.1.

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

| INDICADORES: | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 97 | 95 | 97 | 100 | 101 | 100 | 100 | 100 | 96 | 96 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | | | |
| Ahorran | 112 | 110 | 112 | 119 | 118 | 114 | 108 | 114 | 109 | 107 |
| Se Endeudan | 79 | 84 | 85 | 88 | 90 | 85 | 87 | 81 | 81 | 87 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 100 | 97 | 100 | 103 | 106 | 103 | 103 | 103 | 98 | 101 |
| Insatisfechos | 82 | 84 | 80 | 86 | 77 | 86 | 80 | 83 | 81 | 70 |
| Optimismo Personal | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 140 | 140 | 147 | 150 | 147 | 147 | 144 | 143 | 141 | 140 |
| Pesimistas | 47 | 43 | 43 | 42 | 48 | 46 | 48 | 50 | 46 | 42 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 152 | 150 | 148 | 154 | 153 | 152 | 148 | 148 | 151 | 148 |
| Pesimistas | 49 | 47 | 45 | 46 | 46 | 46 | 47 | 52 | 48 | 48 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 106 | 100 | 106 | 110 | 108 | 106 | 107 | 106 | 103 | 104 |
| Insatisfechos | 83 | 86 | 81 | 81 | 86 | 81 | 82 | 89 | 81 | 82 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 111 | 104 | 110 | 114 | 115 | 110 | 112 | 110 | 107 | 107 |
| Insatisfechos | 86 | 86 | 82 | 85 | 85 | 83 | 84 | 89 | 86 | 86 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 105 | 99 | 104 | 109 | 109 | 108 | 104 | 107 | 105 | 106 |
| Centro | 94 | 90 | 101 | 96 | 104 | 96 | 99 | 98 | 98 | 95 |
| Derecha | 94 | 88 | 88 | 93 | 90 | 89 | 90 | 90 | 86 | 89 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 99 | 100 | 98 | 98 | 96 | 96 | 99 | 98 | 96 | 94 |
| Más españoles | 94 | 95 | 96 | 101 | 98 | 103 | 98 | 98 | 95 | 94 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | | | | |
| Alta | 94 | 90 | 89 | 93 | 96 | 95 | 92 | 96 | 89 | 94 |
| Baja | 99 | 96 | 101 | 105 | 102 | 104 | 104 | 103 | 100 | 97 |

| | | | | | | | | | | |
|----------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Exposición a Medios | | | | | | | | | | |
| Alta | - | - | 96 | 104 | 97 | 110 | 118 | 99 | 88 | 93 |
| Baja | - | - | 93 | 98 | 101 | 99 | 99 | 98 | 95 | 95 |
| Postmaterialismo | | | | | | | | | | |
| Materialistas | 93 | 94 | 94 | 100 | 100 | 100 | 97 | 97 | 94 | 93 |
| Post-materialistas | 108 | 96 | 103 | 101 | 105 | 102 | 104 | 105 | 102 | 101 |
| Posición Social | | | | | | | | | | |
| Alta | 100 | 97 | 107 | 109 | 95 | 110 | 97 | 108 | 97 | 104 |
| Baja | 94 | 94 | 94 | 96 | 101 | 98 | 101 | 99 | 96 | 94 |
| Intención de Voto | | | | | | | | | | |
| PP | 95 | 82 | 88 | 88 | 88 | 90 | 84 | 88 | 84 | 87 |
| CDS | 94 | 86 | 92 | 92 | 112 | 96 | 107 | 98 | 79 | 79 |
| PSOE | 112 | 109 | 109 | 122 | 118 | 112 | 113 | 110 | 109 | 106 |
| IU | 88 | 102 | 95 | 92 | 100 | 101 | 94 | 97 | 101 | 92 |

Cuadro 1.2.2.

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

| INDICADORES: | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 106 | 110 | 117 | 115 | 114 | 117 | 116 | 119 | 119 | 118 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 110 | 113 | 121 | 119 | 119 | 120 | 121 | 124 | 122 | 124 |
| Insatisfechos | 90 | 96 | 94 | 100 | 90 | 92 | 91 | 95 | 104 | 89 |
| Optimismo Personal | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 118 | 122 | 129 | 131 | 128 | 132 | 124 | 134 | 126 | 131 |
| Pesimistas | 86 | 87 | 94 | 92 | 93 | 96 | 98 | 95 | 100 | 97 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 117 | 117 | 123 | 128 | 126 | 125 | 120 | 131 | 127 | 124 |
| Pesimistas | 98 | 100 | 106 | 105 | 102 | 107 | 105 | 110 | 110 | 112 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 111 | 113 | 121 | 121 | 117 | 120 | 120 | 123 | 120 | 119 |
| Insatisfechos | 102 | 107 | 111 | 106 | 106 | 109 | 106 | 114 | 119 | 114 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 111 | 112 | 122 | 120 | 118 | 118 | 119 | 124 | 121 | 120 |
| Insatisfechos | 105 | 108 | 116 | 112 | 112 | 114 | 114 | 116 | 119 | 117 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 110 | 113 | 120 | 120 | 115 | 116 | 117 | 124 | 122 | 121 |
| Centro | 105 | 110 | 112 | 121 | 126 | 120 | 121 | 121 | 121 | 116 |
| Derecha | 109 | 125 | 122 | 115 | 111 | 116 | 122 | 122 | 118 | 120 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 109 | 112 | 117 | 112 | 114 | 112 | 123 | 119 | 123 | 120 |
| Más españoles | 103 | 111 | 115 | 120 | 116 | 118 | 113 | 122 | 122 | 124 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | | | | |
| Alta | 105 | 111 | 117 | 112 | 110 | 118 | 112 | 120 | 115 | 120 |
| Baja | 109 | 110 | 118 | 120 | 116 | 118 | 119 | 122 | 122 | 116 |
| Exposición a Medios | | | | | | | | | | |
| Alta | - | - | 103 | 118 | 118 | 119 | 137 | 107 | 104 | 160 |
| Baja | - | - | 113 | 112 | 112 | 113 | 114 | 117 | 116 | 114 |

| | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | | | | |
| Materialistas | 104 | 108 | 114 | 115 | 112 | 115 | 113 | 117 | 117 | 114 |
| Post-materialistas | 112 | 116 | 123 | 116 | 120 | 120 | 122 | 125 | 125 | 127 |
| Posición Social | | | | | | | | | | |
| Alta | 128 | 125 | 128 | 122 | 122 | 126 | 134 | 132 | 131 | 148 |
| Baja | 99 | 102 | 111 | 109 | 106 | 107 | 110 | 113 | 111 | 104 |
| Intención de Voto | | | | | | | | | | |
| PP | 114 | 116 | 121 | 126 | 114 | 116 | 125 | 120 | 118 | 127 |
| CDS | 109 | 110 | 126 | 119 | 132 | 120 | 122 | 124 | 92 | 118 |
| PSOE | 104 | 111 | 117 | 126 | 118 | 116 | 115 | 119 | 114 | 114 |
| IU | 103 | 104 | 112 | 107 | 117 | 115 | 113 | 121 | 130 | 113 |

Cuadro 1.2.3.

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

| INDICADORES: | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 94 | 91 | 97 | 100 | 103 | 101 | 103 | 100 | 94 | 93 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | | | |
| Ahorran | 108 | 107 | 112 | 116 | 122 | 112 | 112 | 114 | 104 | 102 |
| Se Endeudan | 79 | 87 | 89 | 86 | 90 | 86 | 90 | 88 | 80 | 91 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 98 | 93 | 100 | 102 | 109 | 104 | 108 | 103 | 95 | 99 |
| Insatisfechos | 75 | 84 | 78 | 88 | 76 | 84 | 84 | 82 | 82 | 61 |
| Optimismo Personal | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 126 | 122 | 138 | 142 | 143 | 134 | 135 | 129 | 122 | 121 |
| Pesimistas | 58 | 53 | 53 | 55 | 57 | 59 | 65 | 68 | 61 | 54 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 109 | 100 | 109 | 116 | 114 | 109 | 115 | 111 | 105 | 107 |
| Insatisfechos | 71 | 76 | 73 | 70 | 77 | 74 | 75 | 81 | 68 | 66 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 115 | 109 | 117 | 121 | 128 | 117 | 121 | 118 | 112 | 110 |
| Insatisfechos | 79 | 74 | 74 | 76 | 74 | 75 | 80 | 82 | 74 | 76 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 108 | 97 | 107 | 114 | 116 | 110 | 108 | 111 | 106 | 105 |
| Centro | 91 | 90 | 103 | 95 | 107 | 97 | 100 | 91 | 101 | 96 |
| Derecha | 78 | 72 | 82 | 84 | 85 | 84 | 88 | 86 | 72 | 76 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 98 | 99 | 97 | 94 | 91 | 89 | 99 | 95 | 94 | 88 |
| Más españoles | 87 | 90 | 95 | 102 | 99 | 103 | 100 | 98 | 91 | 89 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | | | | |
| Alta | 93 | 88 | 89 | 90 | 99 | 99 | 94 | 95 | 84 | 91 |
| Baja | 95 | 92 | 103 | 105 | 103 | 104 | 108 | 105 | 98 | 95 |
| Exposición a Medios | | | | | | | | | | |
| Alta | - | - | 101 | 102 | 88 | 112 | 129 | 103 | 75 | 89 |
| Baja | - | - | 92 | 98 | 104 | 103 | 103 | 98 | 93 | 93 |

| | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | | | | |
| Materialistas | 90 | 91 | 94 | 100 | 104 | 104 | 102 | 98 | 92 | 89 |
| Post-materialistas | 107 | 93 | 102 | 100 | 102 | 96 | 106 | 105 | 98 | 102 |
| Posición Social | | | | | | | | | | |
| Alta | 96 | 87 | 106 | 104 | 89 | 105 | 91 | 103 | 88 | 99 |
| Baja | 93 | 93 | 95 | 98 | 108 | 102 | 106 | 101 | 95 | 95 |
| Intención de Voto | | | | | | | | | | |
| PP | 78 | 72 | 84 | 82 | 78 | 82 | 78 | 80 | 69 | 75 |
| CDS | 91 | 67 | 91 | 86 | 132 | 90 | 113 | 98 | 69 | 81 |
| PSOE | 121 | 116 | 119 | 133 | 118 | 119 | 126 | 120 | 118 | 113 |
| IU | 77 | 97 | 88 | 90 | 112 | 97 | 92 | 101 | 88 | 88 |

Cuadro 1.2.4.

Índice de Gastos en Alimentación, según el Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

| INDICADORES: | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 40 | 43 | 41 | 41 | 43 | 41 | 43 | 43 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | |
| Ahorran | 41 | 45 | 41 | 41 | 45 | 42 | 48 | 45 |
| Se Endeudan | 38 | 38 | 40 | 35 | 43 | 37 | 44 | 37 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | | |
| Satisfechos | 41 | 43 | 41 | 42 | 43 | 41 | 44 | 44 |
| Insatisfechos | 41 | 40 | 47 | 38 | 42 | 44 | 38 | 40 |
| Optimismo Personal | | | | | | | | |
| Optimistas | 39 | 41 | 43 | 42 | 44 | 40 | 42 | 44 |
| Pesimistas | 40 | 44 | 42 | 40 | 45 | 42 | 45 | 44 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | | |
| Optimistas | 41 | 43 | 40 | 40 | 43 | 40 | 44 | 46 |
| Pesimistas | 42 | 45 | 44 | 42 | 46 | 43 | 46 | 44 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | | |
| Satisfechos | 39 | 42 | 40 | 41 | 42 | 40 | 42 | 42 |
| Insatisfechos | 44 | 45 | 44 | 43 | 43 | 44 | 48 | 45 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | | |
| Satisfechos | 39 | 42 | 39 | 40 | 41 | 38 | 41 | 41 |
| Insatisfechos | 44 | 44 | 45 | 43 | 46 | 44 | 47 | 46 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | | |
| Izquierda | 42 | 42 | 42 | 41 | 44 | 43 | 45 | 44 |
| Centro | 39 | 45 | 42 | 42 | 45 | 38 | 42 | 46 |
| Derecha | 43 | 46 | 40 | 42 | 42 | 41 | 41 | 42 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 42 | 40 | 42 | 40 | 45 | 41 | 44 | 45 |
| Más españoles | 40 | 47 | 42 | 43 | 45 | 42 | 45 | 44 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | | |
| Alta | 39 | 40 | 39 | 39 | 40 | 38 | 42 | 39 |
| Baja | 42 | 43 | 43 | 41 | 45 | 43 | 43 | 44 |

| | | | | | | | | |
|----------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Exposición a Medios | | | | | | | | |
| Alta | 44 | 44 | 50 | 41 | 44 | 44 | 47 | 41 |
| Baja | 40 | 42 | 40 | 40 | 42 | 41 | 41 | 42 |
| Postmaterialismo | | | | | | | | |
| Materialistas | 40 | 42 | 40 | 40 | 42 | 40 | 42 | 41 |
| Post-materialistas | 42 | 44 | 44 | 43 | 45 | 42 | 46 | 46 |
| Posición Social | | | | | | | | |
| Alta | 45 | 49 | 48 | 45 | 50 | 44 | 50 | 50 |
| Baja | 36 | 37 | 35 | 36 | 36 | 36 | 35 | 35 |
| Intención de Voto | | | | | | | | |
| PP | 44 | 46 | 41 | 42 | 46 | 41 | 43 | 44 |
| CDS | 37 | 45 | 37 | 41 | 44 | 37 | 47 | 45 |
| PSOE | 41 | 41 | 41 | 39 | 42 | 40 | 40 | 43 |
| IU | 44 | 42 | 45 | 44 | 47 | 42 | 47 | 48 |

Cuadro 1.2.5.

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

| INDICADORES: | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---------------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 166 | 166 | 169 | 169 | 166 | 173 | 168 | 170 | 174 | 164 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | | | |
| Ahorran | 178 | 180 | 184 | 180 | 183 | 186 | 185 | 185 | 184 | 182 |
| Se Endeudan | 148 | 158 | 146 | 150 | 139 | 154 | 144 | 146 | 157 | 126 |
| Optimismo Personal | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 171 | 171 | 173 | 174 | 178 | 180 | 176 | 178 | 180 | 177 |
| Pesimistas | 146 | 146 | 152 | 150 | 138 | 159 | 148 | 145 | 158 | 132 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 176 | 169 | 175 | 173 | 178 | 181 | 181 | 179 | 182 | 184 |
| Pesimistas | 154 | 158 | 157 | 159 | 145 | 162 | 155 | 161 | 171 | 142 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 176 | 174 | 177 | 176 | 176 | 179 | 180 | 176 | 179 | 175 |
| Insatisfechos | 145 | 153 | 155 | 152 | 142 | 153 | 145 | 156 | 166 | 143 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 179 | 173 | 174 | 179 | 178 | 180 | 179 | 176 | 181 | 174 |
| Insatisfechos | 155 | 159 | 163 | 158 | 153 | 160 | 155 | 160 | 168 | 156 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 172 | 162 | 166 | 170 | 168 | 173 | 171 | 171 | 172 | 170 |
| Centro | 167 | 175 | 181 | 176 | 166 | 175 | 170 | 165 | 183 | 168 |
| Derecha | 158 | 181 | 173 | 173 | 163 | 171 | 176 | 174 | 177 | 158 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 166 | 168 | 170 | 173 | 165 | 168 | 167 | 170 | 164 | 164 |
| Más españoles | 163 | 164 | 168 | 168 | 168 | 176 | 166 | 169 | 179 | 165 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | | | | |
| Alta | 171 | 169 | 178 | 173 | 162 | 175 | 172 | 178 | 178 | 161 |
| Baja | 163 | 164 | 164 | 170 | 170 | 173 | 170 | 167 | 171 | 159 |
| Exposición a Medios | | | | | | | | | | |
| Alta | - | - | 149 | 183 | 169 | 166 | 177 | 160 | 160 | 175 |
| Baja | - | - | 167 | 165 | 169 | 172 | 170 | 169 | 173 | 164 |

| | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | | | | |
| Materialistas | 165 | 165 | 172 | 171 | 167 | 173 | 170 | 168 | 175 | 161 |
| Post-materialistas | 168 | 168 | 162 | 162 | 166 | 171 | 172 | 174 | 172 | 171 |
| Posición Social | | | | | | | | | | |
| Alta | 176 | 175 | 171 | 180 | 161 | 171 | 177 | 171 | 175 | 171 |
| Baja | 165 | 166 | 169 | 165 | 169 | 171 | 167 | 169 | 172 | 161 |
| Intención de Voto | | | | | | | | | | |
| PP | 169 | 181 | 175 | 177 | 163 | 173 | 178 | 180 | 177 | 159 |
| CDS | 161 | 173 | 178 | 178 | 163 | 162 | 171 | 180 | 186 | 151 |
| PSOE | 179 | 163 | 166 | 175 | 170 | 174 | 173 | 168 | 177 | 172 |
| IU | 161 | 158 | 149 | 166 | 164 | 166 | 162 | 165 | 172 | 160 |

Cuadro 1.2.6.

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

| INDICADORES: | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 103 | 100 | 99 | 105 | 102 | 102 | 101 | 105 | 101 | 102 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | | | |
| Ahorran | 125 | 121 | 122 | 131 | 128 | 124 | 117 | 125 | 121 | 120 |
| Se Endeudan | 79 | 77 | 79 | 89 | 87 | 71 | 85 | 78 | 96 | 79 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 108 | 104 | 102 | 109 | 109 | 106 | 105 | 110 | 104 | 108 |
| Insatisfechos | 84 | 87 | 81 | 88 | 72 | 86 | 76 | 81 | 78 | 68 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 141 | 138 | 136 | 149 | 142 | 140 | 134 | 133 | 138 | 140 |
| Pesimistas | 75 | 72 | 62 | 68 | 62 | 66 | 67 | 78 | 75 | 72 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 110 | 104 | 108 | 113 | 107 | 108 | 107 | 108 | 106 | 108 |
| Insatisfechos | 96 | 96 | 84 | 90 | 88 | 85 | 88 | 103 | 95 | 93 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 114 | 106 | 109 | 117 | 112 | 111 | 112 | 111 | 108 | 112 |
| Insatisfechos | 96 | 96 | 91 | 94 | 90 | 87 | 88 | 98 | 98 | 93 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 110 | 107 | 105 | 114 | 110 | 111 | 106 | 114 | 110 | 111 |
| Centro | 103 | 90 | 101 | 102 | 106 | 98 | 108 | 104 | 101 | 101 |
| Derecha | 107 | 101 | 90 | 101 | 88 | 93 | 87 | 94 | 98 | 102 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 109 | 110 | 104 | 102 | 101 | 99 | 104 | 104 | 105 | 104 |
| Más españoles | 102 | 99 | 95 | 108 | 98 | 106 | 96 | 100 | 103 | 100 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | | | | |
| Alta | 93 | 91 | 88 | 96 | 92 | 95 | 93 | 100 | 92 | 96 |
| Baja | 109 | 104 | 103 | 111 | 105 | 109 | 105 | 109 | 106 | 103 |
| Exposición a Medios | | | | | | | | | | |
| Alta | - | - | 104 | 116 | 117 | 112 | 119 | 104 | 101 | 108 |
| Baja | - | - | 95 | 102 | 99 | 99 | 100 | 98 | 96 | 98 |

| | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | | | | |
| Materialistas | 97 | 99 | 94 | 104 | 97 | 98 | 97 | 100 | 97 | 99 |
| Post-materialistas | 121 | 103 | 110 | 108 | 114 | 112 | 109 | 114 | 110 | 108 |
| Posición Social | | | | | | | | | | |
| Alta | 110 | 112 | 113 | 119 | 103 | 120 | 106 | 124 | 113 | 118 |
| Baja | 96 | 97 | 93 | 98 | 97 | 95 | 100 | 99 | 96 | 94 |
| Intención de Voto | | | | | | | | | | |
| PP | 116 | 86 | 93 | 98 | 90 | 97 | 85 | 97 | 98 | 99 |
| CDS | 101 | 108 | 92 | 101 | 115 | 93 | 114 | 107 | 81 | 85 |
| PSOE | 115 | 110 | 107 | 125 | 114 | 114 | 112 | 111 | 108 | 108 |
| IU | 96 | 112 | 101 | 94 | 108 | 102 | 98 | 100 | 119 | 97 |

Cuadro 1.2.7.

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

| INDICADORES: | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,5 | 2,6 | 2,5 | 2,4 | 2,5 | 2,5 | 2,5 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | | | |
| Ahorran | 2,6 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,4 | 2,6 | 2,3 | 2,5 | 2,4 | 2,5 |
| Se Endeudan | 2,8 | 2,5 | 2,5 | 2,7 | 2,5 | 2,8 | 2,4 | 2,6 | 2,5 | 2,5 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 2,6 | 2,6 | 2,7 | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,4 | 2,6 | 2,5 | 2,5 |
| Insatisfechos | 2,4 | 2,5 | 2,3 | 2,5 | 2,8 | 2,5 | 2,4 | 2,4 | 2,2 | 2,4 |
| Optimismo Personal | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 2,3 | 2,4 | 2,3 | 2,4 | 2,4 | 2,3 | 2,3 | 2,3 | 2,3 | 2,3 |
| Pesimistas | 2,7 | 2,8 | 2,8 | 2,6 | 2,7 | 2,7 | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,5 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 2,5 | 2,6 | 2,4 | 2,3 | 2,6 | 2,6 | 2,3 | 2,4 | 2,3 | 2,4 |
| Pesimistas | 2,6 | 2,7 | 2,8 | 2,7 | 2,6 | 2,7 | 2,6 | 2,7 | 2,6 | 2,6 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,5 | 2,4 | 2,5 | 2,5 | 2,5 |
| Insatisfechos | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,6 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,4 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 2,7 | 2,7 | 2,6 | 2,5 | 2,6 | 2,5 | 2,3 | 2,5 | 2,5 | 2,4 |
| Insatisfechos | 2,6 | 2,4 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,4 | 2,5 | 2,4 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 2,2 | 2,1 | 2,2 | 2,1 | 2,2 | 2,1 | 2,0 | 2,1 | 2,0 | 2,1 |
| Centro | 2,8 | 2,8 | 2,7 | 2,8 | 2,8 | 3,0 | 2,7 | 2,7 | 2,7 | 2,7 |
| Derecha | 3,4 | 3,2 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 3,0 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 2,4 | 2,4 | 2,5 | 2,3 | 2,5 | 2,4 | 2,3 | 2,5 | 2,3 | 2,4 |
| Más españoles | 2,6 | 2,7 | 2,8 | 2,6 | 2,6 | 2,4 | 2,4 | 2,7 | 2,6 | 2,6 |
| Exposición a Medios | | | | | | | | | | |
| Alta | - | - | 2,2 | 2,3 | 2,3 | 2,5 | 2,8 | 3,0 | 2,3 | 2,5 |
| Baja | - | - | 2,7 | 2,5 | 2,6 | 2,6 | 2,4 | 2,6 | 2,5 | 2,5 |

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

Cuadro 1.2.8.

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

| INDICADORES: | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 128 | 124 | 130 | 128 | 142 | 146 | 140 | 137 | 138 | 129 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | | | |
| Ahorran | 132 | 134 | 136 | 139 | 152 | 153 | 150 | 144 | 138 | 130 |
| Se Endeudan | 109 | 122 | 107 | 106 | 128 | 128 | 119 | 120 | 131 | 114 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 136 | 130 | 134 | 133 | 151 | 151 | 148 | 141 | 141 | 137 |
| Insatisfechos | 91 | 101 | 97 | 101 | 103 | 111 | 94 | 102 | 118 | 88 |
| Optimismo Personal | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 130 | 121 | 140 | 138 | 148 | 150 | 146 | 135 | 143 | 128 |
| Pesimistas | 104 | 106 | 104 | 104 | 120 | 120 | 117 | 122 | 124 | 99 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 148 | 138 | 146 | 156 | 165 | 161 | 164 | 156 | 165 | 152 |
| Pesimistas | 93 | 101 | 101 | 94 | 112 | 114 | 108 | 110 | 109 | 86 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 173 | 166 | 170 | 164 | 178 | 180 | 176 | 182 | 181 | 176 |
| Insatisfechos | 89 | 83 | 84 | 81 | 96 | 94 | 92 | 87 | 87 | 82 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 142 | 127 | 141 | 136 | 155 | 155 | 149 | 145 | 155 | 142 |
| Centro | 118 | 131 | 122 | 119 | 136 | 141 | 143 | 142 | 135 | 122 |
| Derecha | 115 | 102 | 110 | 112 | 113 | 135 | 127 | 116 | 113 | 106 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 111 | 115 | 128 | 121 | 122 | 136 | 132 | 139 | 125 | 112 |
| Más españoles | 129 | 125 | 123 | 129 | 141 | 142 | 140 | 129 | 138 | 125 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | | | | |
| Alta | 127 | 127 | 129 | 128 | 136 | 139 | 135 | 137 | 131 | 127 |
| Baja | 126 | 127 | 128 | 126 | 145 | 148 | 146 | 140 | 138 | 126 |
| Exposición a Medios | | | | | | | | | | |
| Alta | - | - | 111 | 126 | 127 | 137 | 131 | 126 | 115 | 114 |
| Baja | - | - | 128 | 130 | 144 | 150 | 142 | 140 | 140 | 134 |

| | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | | | | |
| Materialistas | 130 | 132 | 131 | 133 | 146 | 150 | 143 | 140 | 137 | 134 |
| Post-materialistas | 123 | 105 | 126 | 115 | 136 | 135 | 135 | 132 | 140 | 120 |
| Posición Social | | | | | | | | | | |
| Alta | 121 | 107 | 122 | 117 | 132 | 135 | 138 | 126 | 129 | 130 |
| Baja | 132 | 132 | 140 | 138 | 146 | 156 | 144 | 155 | 146 | 137 |
| Intención de Voto | | | | | | | | | | |
| PP | 105 | 101 | 107 | 100 | 105 | 124 | 117 | 122 | 106 | 100 |
| CDS | 136 | 91 | 112 | 118 | 125 | 151 | 147 | 136 | 155 | 111 |
| PSOE | 164 | 167 | 162 | 162 | 178 | 174 | 169 | 172 | 174 | 164 |
| IU | 100 | 76 | 97 | 91 | 129 | 136 | 124 | 117 | 128 | 116 |

Cuadro 1.2.9.

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

| INDICADORES: | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 95 | 97 | 108 | 110 | 113 | 123 | 114 | 108 | 108 | 102 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | | | |
| Ahorran | 100 | 105 | 108 | 116 | 121 | 124 | 115 | 113 | 107 | 99 |
| Se Endeudan | 84 | 99 | 84 | 93 | 104 | 105 | 99 | 85 | 97 | 83 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 102 | 102 | 110 | 116 | 121 | 128 | 121 | 112 | 112 | 107 |
| Insatisfechos | 62 | 82 | 90 | 76 | 77 | 89 | 79 | 79 | 87 | 77 |
| Optimismo Personal | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 103 | 96 | 114 | 122 | 129 | 132 | 126 | 112 | 112 | 109 |
| Pesimistas | 73 | 78 | 84 | 79 | 87 | 89 | 83 | 84 | 94 | 71 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 116 | 126 | 131 | 145 | 152 | 150 | 148 | 132 | 138 | 127 |
| Pesimistas | 61 | 66 | 69 | 70 | 57 | 78 | 80 | 71 | 74 | 65 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 128 | 130 | 140 | 144 | 143 | 152 | 144 | 141 | 141 | 138 |
| Insatisfechos | 34 | 43 | 41 | 42 | 41 | 44 | 38 | 32 | 32 | 34 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 111 | 103 | 126 | 127 | 130 | 135 | 128 | 121 | 124 | 123 |
| Centro | 89 | 80 | 114 | 102 | 109 | 128 | 105 | 110 | 109 | 79 |
| Derecha | 64 | 73 | 76 | 75 | 72 | 88 | 76 | 68 | 81 | 68 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 76 | 94 | 105 | 96 | 98 | 107 | 113 | 112 | 94 | 77 |
| Más españoles | 95 | 96 | 106 | 110 | 103 | 120 | 102 | 100 | 110 | 93 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | | | | |
| Alta | 94 | 110 | 109 | 111 | 113 | 119 | 105 | 111 | 104 | 99 |
| Baja | 91 | 94 | 107 | 112 | 114 | 123 | 121 | 108 | 108 | 102 |
| Exposición a Medios | | | | | | | | | | |
| Alta | - | - | 121 | 87 | 82 | 100 | 110 | 91 | 80 | 93 |
| Baja | - | - | 109 | 115 | 121 | 129 | 119 | 116 | 114 | 110 |

| | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Postmaterialismo | | | | | | | | | | |
| Materialistas | 101 | 106 | 111 | 116 | 120 | 130 | 121 | 116 | 113 | 109 |
| Post-materialistas | 76 | 75 | 110 | 94 | 98 | 106 | 100 | 94 | 97 | 89 |
| Posición Social | | | | | | | | | | |
| Alta | 75 | 69 | 94 | 101 | 78 | 98 | 100 | 84 | 101 | 96 |
| Baja | 108 | 110 | 122 | 123 | 129 | 137 | 129 | 130 | 119 | 118 |
| Intención de Voto | | | | | | | | | | |
| PP | 55 | 64 | 76 | 66 | 64 | 71 | 67 | 61 | 70 | 61 |
| CDS | 83 | 55 | 82 | 89 | 80 | 135 | 88 | 87 | 109 | 77 |
| PSOE | 157 | 168 | 162 | 168 | 175 | 175 | 170 | 170 | 158 | 161 |
| IU | 48 | 40 | 80 | 66 | 67 | 85 | 70 | 61 | 87 | 74 |

Cuadro 1.2.10.

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

| INDICADORES: | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 43 | 45 | 42 | 41 | 31 | 34 | 35 | 32 | 34 | 40 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | | | |
| Ahorran | 38 | 42 | 35 | 33 | 26 | 34 | 30 | 29 | 33 | 39 |
| Se Endeudan | 39 | 47 | 36 | 42 | 35 | 32 | 38 | 31 | 26 | 44 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 41 | 44 | 42 | 40 | 31 | 34 | 34 | 31 | 34 | 40 |
| Insatisfechos | 50 | 47 | 39 | 45 | 28 | 33 | 37 | 32 | 30 | 47 |
| Optimismo Personal | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 35 | 38 | 36 | 31 | 23 | 28 | 25 | 27 | 28 | 38 |
| Pesimistas | 50 | 50 | 46 | 49 | 37 | 37 | 37 | 32 | 37 | 44 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 28 | 30 | 32 | 26 | 20 | 27 | 23 | 26 | 23 | 37 |
| Pesimistas | 46 | 46 | 46 | 47 | 36 | 36 | 35 | 32 | 35 | 41 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 37 | 42 | 38 | 37 | 28 | 30 | 31 | 27 | 29 | 38 |
| Insatisfechos | 46 | 45 | 41 | 45 | 31 | 39 | 36 | 36 | 36 | 39 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 30 | 35 | 30 | 32 | 23 | 29 | 28 | 24 | 26 | 34 |
| Insatisfechos | 46 | 48 | 47 | 45 | 31 | 34 | 34 | 32 | 35 | 39 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 23 | 25 | 26 | 21 | 17 | 17 | 17 | 15 | 18 | 26 |
| Centro | 40 | 35 | 43 | 38 | 22 | 32 | 35 | 36 | 35 | 37 |
| Derecha | 30 | 31 | 26 | 32 | 15 | 18 | 19 | 12 | 18 | 21 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 46 | 39 | 37 | 34 | 32 | 35 | 32 | 34 | 32 | 42 |
| Más españoles | 42 | 48 | 43 | 38 | 28 | 31 | 30 | 31 | 34 | 38 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | | | | |
| Alta | 45 | 48 | 44 | 42 | 29 | 37 | 38 | 37 | 40 | 47 |
| Baja | 40 | 44 | 39 | 40 | 30 | 34 | 31 | 32 | 32 | 36 |

| | | | | | | | | | | |
|----------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Exposición a Medios | | | | | | | | | | |
| Alta | - | - | 20 | 49 | 14 | 11 | 34 | 32 | 27 | 49 |
| Baja | - | - | 48 | 44 | 34 | 37 | 38 | 34 | 37 | 42 |
| Postmaterialismo | | | | | | | | | | |
| Materialistas | 43 | 46 | 44 | 44 | 32 | 35 | 37 | 31 | 37 | 39 |
| Post-materialistas | 41 | 42 | 37 | 33 | 28 | 34 | 30 | 35 | 28 | 43 |
| Posición Social | | | | | | | | | | |
| Alta | 44 | 33 | 38 | 33 | 27 | 30 | 28 | 29 | 30 | 39 |
| Baja | 46 | 51 | 46 | 49 | 33 | 38 | 41 | 34 | 37 | 48 |

Cuadro 1.2.11.

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

| INDICADORES: | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 3,4 | 3,2 | 3,4 | 3,3 | 3,2 | 3,3 | 3,3 | 3,4 | 3,4 | 3,4 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | | | |
| Ahorran | 3,4 | 3,3 | 3,4 | 3,3 | 3,2 | 3,4 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,4 |
| Se Endeudan | 3,4 | 3,1 | 3,4 | 3,4 | 3,3 | 3,5 | 3,2 | 3,5 | 3,3 | 3,5 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 3,3 | 3,3 | 3,4 | 3,3 | 3,2 | 3,3 | 3,3 | 3,4 | 3,4 | 3,3 |
| Insatisfechos | 3,6 | 2,8 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,3 | 3,1 | 3,5 |
| Optimismo Personal | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 3,3 | 3,2 | 3,1 | 3,2 | 2,9 | 3,0 | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,4 |
| Pesimistas | 3,4 | 3,4 | 3,6 | 3,4 | 3,4 | 3,5 | 3,5 | 3,8 | 3,6 | 3,7 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 3,0 | 3,0 | 3,1 | 3,0 | 3,0 | 3,0 | 3,0 | 3,2 | 3,1 | 3,1 |
| Pesimistas | 3,6 | 3,5 | 3,7 | 3,6 | 3,6 | 3,7 | 3,6 | 3,8 | 3,8 | 3,8 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 3,2 | 3,1 | 3,2 | 3,2 | 3,0 | 3,2 | 3,2 | 3,3 | 3,2 | 3,2 |
| Insatisfechos | 3,5 | 3,3 | 3,7 | 3,4 | 3,6 | 3,5 | 3,5 | 3,6 | 3,7 | 3,6 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 3,1 | 3,0 | 3,1 | 3,0 | 3,0 | 3,0 | 3,0 | 3,1 | 3,2 | 3,0 |
| Insatisfechos | 3,6 | 3,4 | 3,7 | 3,5 | 3,6 | 3,6 | 3,5 | 3,6 | 3,6 | 3,7 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 3,1 | 3,0 | 2,9 | 3,1 | 3,2 | 2,9 | 3,1 | 3,0 | 3,1 | 3,4 |
| Más españoles | 3,5 | 3,3 | 3,6 | 3,4 | 3,3 | 3,4 | 3,4 | 3,6 | 3,7 | 3,6 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | | | | |
| Alta | 4,1 | 3,9 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,4 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,3 |
| Baja | 3,0 | 2,9 | 2,9 | 2,8 | 2,8 | 2,9 | 3,0 | 3,0 | 2,9 | 3,0 |
| Exposición a Medios | | | | | | | | | | |
| Alta | - | - | 3,5 | 3,1 | 3,3 | 3,5 | 3,8 | 3,5 | 3,5 | 3,6 |
| Baja | - | - | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,4 | 3,3 |

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

Cuadro 1.2.12.

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

| INDICADORES: | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 3,4 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,3 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 3,2 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | | | |
| Ahorran | 3,2 | 3,3 | 3,3 | 3,4 | 3,3 | 3,3 | 3,0 | 3,1 | 3,1 | 3,2 |
| Se Endeudan | 3,4 | 3,4 | 3,4 | 3,1 | 3,2 | 3,1 | 3,2 | 3,0 | 2,8 | 3,1 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,3 | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 3,2 |
| Insatisfechos | 3,4 | 3,3 | 3,4 | 3,3 | 3,1 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 2,8 | 3,1 |
| Optimismo Personal | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 3,4 | 3,3 | 3,2 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 3,2 |
| Pesimistas | 3,4 | 3,4 | 3,4 | 3,2 | 3,3 | 3,1 | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,2 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,4 | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,1 | 3,2 | 3,1 |
| Pesimistas | 3,5 | 3,4 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,1 | 3,2 | 3,1 | 3,2 | 3,2 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 3,4 | 3,4 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,2 | 3,2 |
| Insatisfechos | 3,2 | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,1 | 3,2 | 3,1 | 3,2 | 3,0 | 3,1 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | | | | |
| Satisfechos | 3,4 | 3,4 | 3,3 | 3,4 | 3,2 | 3,3 | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 3,2 |
| Insatisfechos | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,1 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,3 | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 3,1 |
| Centro | 3,2 | 3,2 | 3,4 | 3,4 | 3,2 | 3,4 | 3,1 | 3,1 | 3,3 | 3,2 |
| Derecha | 3,5 | 3,5 | 3,5 | 3,6 | 3,3 | 3,4 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,2 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | | | | |
| Alta | 3,4 | 3,5 | 3,5 | 3,5 | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,3 |
| Baja | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,2 | 3,3 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 3,1 |
| Exposición a Medios | | | | | | | | | | |
| Alta | - | - | 3,4 | 3,5 | 3,5 | 3,5 | 3,6 | 3,2 | 3,5 | 2,7 |
| Baja | - | - | 3,2 | 3,3 | 3,2 | 3,3 | 3,1 | 3,1 | 3,4 | 3,2 |

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

Cuadro 1.2.13.

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

| INDICADORES: | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 39 | 41 | 38 | 38 | 37 | 39 | 39 | 37 |
| Propensión al Ahorro | | | | | | | | |
| Ahorran | 48 | 50 | 48 | 49 | 45 | 46 | 45 | 49 |
| Se Endeudan | 44 | 46 | 47 | 42 | 40 | 45 | 42 | 34 |
| Satisfacción con Calidad de Vida | | | | | | | | |
| Satisfechos | 40 | 43 | 37 | 38 | 36 | 39 | 39 | 37 |
| Insatisfechos | 39 | 32 | 43 | 35 | 38 | 39 | 39 | 38 |
| Optimismo Personal | | | | | | | | |
| Optimistas | 46 | 50 | 49 | 48 | 41 | 52 | 48 | 47 |
| Pesimistas | 34 | 40 | 39 | 36 | 36 | 36 | 34 | 37 |
| Evaluación Situación Económica | | | | | | | | |
| Optimistas | 49 | 48 | 43 | 41 | 41 | 47 | 45 | 41 |
| Pesimistas | 38 | 42 | 48 | 43 | 40 | 42 | 44 | 41 |
| Satisfacción con Democracia | | | | | | | | |
| Satisfechos | 41 | 41 | 38 | 36 | 38 | 38 | 38 | 36 |
| Insatisfechos | 42 | 46 | 42 | 46 | 42 | 45 | 47 | 48 |
| Satisfacción con Gobierno | | | | | | | | |
| Satisfechos | 41 | 38 | 34 | 33 | 34 | 35 | 35 | 31 |
| Insatisfechos | 43 | 47 | 48 | 45 | 42 | 48 | 47 | 44 |
| Posicionamiento Ideológico | | | | | | | | |
| Izquierda | 45 | 47 | 43 | 43 | 40 | 42 | 45 | 42 |
| Centro | 42 | 41 | 43 | 45 | 39 | 42 | 42 | 48 |
| Derecha | 48 | 47 | 49 | 46 | 44 | 51 | 39 | 47 |
| Sentimiento Nacionalista | | | | | | | | |
| Más nacionalistas | 36 | 43 | 39 | 41 | 36 | 36 | 42 | 49 |
| Más españoles | 46 | 45 | 44 | 43 | 44 | 44 | 41 | 33 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | | |
| Alta | 38 | 42 | 37 | 32 | 39 | 37 | 36 | 35 |
| Baja | 42 | 40 | 40 | 39 | 36 | 40 | 40 | 36 |

| | | | | | | | | |
|--------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Postmaterialismo | | | | | | | | |
| Materialistas | 36 | 36 | 35 | 33 | 32 | 34 | 33 | 31 |
| Post-materialista | 48 | 54 | 46 | 51 | 47 | 48 | 51 | 49 |
| Posición Social | | | | | | | | |
| Alta | 61 | 58 | 63 | 67 | 60 | 67 | 63 | 60 |
| Baja | 25 | 31 | 26 | 23 | 23 | 21 | 23 | 22 |
| Intención de Voto | | | | | | | | |
| PP | 54 | 56 | 52 | 53 | 49 | 54 | 44 | 43 |
| CDS | 61 | 32 | 45 | 41 | 44 | 43 | 47 | 42 |
| PSOE | 42 | 34 | 32 | 32 | 31 | 31 | 32 | 28 |
| IU | 52 | 60 | 48 | 51 | 46 | 41 | 54 | 38 |



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, menos de un 10 por ciento de los españoles de 18 y más años residen en hogares unipersonales, un 68 por ciento residen en hogares de dos, tres o cuatro personas, y menos de cuarta parte reside en hogares de cinco o más personas.

Por comparación con otros países europeos, el promedio resultante de 3,4 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 3,4 personas por hogar, es casi idéntico en todos los sondeos realizados hasta ahora, y 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. Este mes se puede observar que el tamaño promedio de los hogares está positivamente relacionado con el nivel

de status socioeconómico familiar, siendo las diferencias muy significativas. Las diferencias rural-urbanas o por el status ocupacional del cabeza de familia no parecen ser 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 son muy similares, 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, algo menos de 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 algo más 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. Es el status ocupacional bajo el que parece presentar, con un 6 por ciento, una ligera disminución. Un 3 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 más de un 10 por ciento de los cabezas de familia trabajan en el sector público, algo más de 4 de cada 10 cabezas de familia trabajan por cuenta ajena en el sector privado y un 13 por ciento de los cabezas de familia trabajan en el sector privado por cuenta propia.

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 19 por ciento no contesta en el presente estudio, disminuyendo la proporción de sin respuesta). Se registra un 10% de hogares con renta inferior a 45.000 pts. mes, manteniéndose la proporción de hogares con rentas comprendidas entre las 75.000 y 100.000 pts. y 100.000 a 150.000 pts. mes, (alrededor del 20 por ciento, como en meses anteriores). Y se mantiene en el 10 por ciento la proporción de hogares con rentas de 150.000 a 200.000 pts.

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.

2.1.4. Equipamiento

De los nueve bienes o artículos incluidos en este estudio, la lavadora de ropa parece ser el más ubicuo pues la tienen un 91 por ciento de los hogares. El 90 por ciento de los hogares tienen también TV en color (cuya difusión ha sido extraordinariamente rápida), y el 76 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 algo más de un tercio de los hogares sigue aún careciendo de este artículo, que hoy puede ser considerado de primera necesidad). Un 62 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 es superior, con un 43 por ciento y alrededor del 10 por ciento disponen de lavavajillas y de microordenador, aunque parecería previsible que ambos bienes experimentarían un importante crecimiento en poco tiempo.

El promedio de artículos es de 4,9 por hogar, con un coeficiente de variación del 38 por ciento (derivado del cociente entre la media aritmética y la desviación estándar). Estos valores coinciden en general con los datos de anteriores sondeos, (lo que ratifica su representatividad), aunque se observa, en conjunto, un progresivo incremento de la proporción de hogares que poseen cada artículo.

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.

Algo más de una cuarta parte de los hogares tienen un status socioeconómico familiar bajo o medio bajo, un 52 por ciento tiene status socioeconómico medio y casi un 20 por ciento de los hogares 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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1 | 9% | 8% | 9% | 8% | 8% | 8% | 9% | 9% | 7% | 8% |
| 2 | 22 | 21 | 21 | 22 | 22 | 22 | 21 | 21 | 23 | 24 |
| 3 | 21 | 20 | 20 | 22 | 20 | 22 | 19 | 22 | 23 | 21 |
| 4 | 25 | 25 | 23 | 25 | 25 | 23 | 24 | 24 | 24 | 23 |
| 5 | 12 | 15 | 15 | 14 | 15 | 14 | 15 | 13 | 13 | 14 |
| 6 | 6 | 6 | 7 | 6 | 6 | 5 | 6 | 6 | 6 | 5 |
| 7 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 8 y más | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| NS/NC | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | - | * |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |
| Tamaño Medio del Hogar | 3,5 | 3,5 | 3,6 | 3,4 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | 3,5 | 3,5 | 3,4 |

Cuadro 2.1.1.2.

Tamaño Medio del Hogar, por Características Socioeconómicas de los Hogares

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|--|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 3,5 | 3,5 | 3,6 | 3,4 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | 3,5 | 3,5 | 3,4 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 3,6 | 3,5 | 3,7 | 3,3 | 3,2 | 3,2 | 3,4 | 3,4 | 3,3 | 3,3 |
| Urbano | 3,5 | 3,6 | 3,6 | 3,5 | 3,1 | 3,4 | 3,6 | 3,5 | 3,5 | 3,6 |
| Metropolitano | 3,4 | 3,3 | 3,3 | 3,5 | 3,7 | 3,6 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | 3,4 |
| Status Ocupacional del Cabeza de Familia: | | | | | | | | | | |
| Alto | 3,6 | 3,4 | 3,7 | 3,4 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | 3,1 | 3,8 | 3,1 |
| Medio | 3,9 | 3,6 | 4,0 | 3,5 | 3,3 | 3,4 | 3,8 | 3,6 | 3,8 | 3,6 |
| Bajo | 3,9 | 3,6 | 4,1 | 3,5 | 3,2 | 3,6 | 3,8 | 4,0 | 3,9 | 3,6 |
| En Paro | 4,0 | 4,0 | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 3,5 | 3,9 | 3,8 | 3,7 | 4,5 |
| Amas de Casa | 3,2 | 3,8 | 3,2 | 4,2 | 3,9 | 3,5 | 3,2 | 3,8 | 2,5 | 3,5 |
| Jubilados | 2,6 | 2,3 | 2,8 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 2,7 | 2,3 | 2,6 | 2,4 |
| Status Socio-Económico Familiar: | | | | | | | | | | |
| Alto, Medio Alto | 3,8 | 3,9 | 4,1 | 3,5 | 3,2 | 3,4 | 3,9 | 4,0 | 4,1 | 3,9 |
| Medio | 3,8 | 3,9 | 3,9 | 3,5 | 3,3 | 3,4 | 3,8 | 3,7 | 3,7 | 3,7 |
| Medio Bajo | 3,1 | 2,8 | 2,9 | 3,4 | 3,3 | 3,4 | 2,7 | 2,8 | 2,6 | 2,9 |
| Bajo | 2,3 | 2,3 | 2,4 | 3,3 | 3,2 | 3,3 | 2,2 | 2,7 | 2,0 | 2,0 |

Cuadro 2.1.2.1.

Status Ocupacional del Cabeza de Familia

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Alto | 6% | 6% | 8% | 5% | 4% | 6% | 6% | 7% | 6% | 8% |
| Medio | 50 | 50 | 50 | 54 | 51 | 51 | 50 | 51 | 55 | 51 |
| Bajo | 8 | 8 | 7 | 6 | 7 | 7 | 6 | 5 | 6 | 6 |
| En Paro | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| Ama de Casa | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | * | * | * | * |
| Jubilado | 29 | 30 | 30 | 30 | 31 | 30 | 31 | 31 | 29 | 30 |
| NS/NC | * | - | 1 | 1 | - | 1 | 1 | 1 | * | * |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |

Cuadro 2.1.2.2.

Sector Económico del Cabeza de Familia

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|--------------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| No Activos | 31% | 32% | 32% | 31% | 32% | 31% | 32% | 31% | 29% | 31% |
| En Paro | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| Sector Público | 7 | 9 | 8 | 8 | 6 | 7 | 9 | 8 | 8 | 12 |
| Privados C. Ajena | 45 | 43 | 45 | 45 | 45 | 44 | 39 | 42 | 42 | 41 |
| Privados C. Propia | 13 | 12 | 13 | 12 | 11 | 14 | 15 | 13 | 17 | 13 |
| NS/NC | - | - | - | 1 | 1 | - | - | - | - | - |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |

Cuadro 2.1.3.1.

Distribución de los Hogares por Niveles de Renta Familiar

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|----------------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Menos de 45.000pts. | 16% | 14% | 14% | 12% | 13% | 12% | 11% | 9% | 9% | 10% |
| De 45 a 75.000pts. | 17 | 17 | 17 | 15 | 17 | 15 | 16 | 17 | 14 | 16 |
| De 75 a 100.000pts. | 19 | 19 | 21 | 23 | 21 | 22 | 21 | 21 | 20 | 20 |
| De 100 a 150.000pts. | 14 | 17 | 16 | 19 | 17 | 16 | 18 | 18 | 21 | 19 |
| De 150 a 200.000pts | 6 | 6 | 7 | 8 | 7 | 7 | 8 | 7 | 10 | 10 |
| De 200 a 275.000pts. | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| De 275 a 350.000pts. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| De 350 a 450.000pts. | * | - | * | * | 1 | * | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Más de 450.000 pts. | * | - | * | 1 | * | 1 | 1 | * | 1 | * |
| Sin Respuesta | 24 | 22 | 21 | 16 | 20 | 23 | 18 | 21 | 19 | 19 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |

Cuadro 2.1.4.1.

Equipamiento de los Hogares

| Porcentaje de Hogares con: | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-----------------------------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Lavadora | 89 | 90 | 91 | 90 | 92 | 90 | 92 | 92 | 93 | 91 |
| T.V. color | 87 | 88 | 90 | 91 | 90 | 89 | 92 | 91 | 92 | 90 |
| Vivienda Propia | 74 | 73 | 77 | 76 | 77 | 76 | 76 | 75 | 77 | 76 |
| Teléfono | 67 | 70 | 70 | 68 | 68 | 68 | 74 | 70 | 69 | 69 |
| Automóvil | 60 | 60 | 61 | 61 | 63 | 60 | 64 | 64 | 65 | 62 |
| Equipo HIFI | 27 | 25 | 30 | 26 | 24 | 25 | 33 | 32 | 32 | 31 |
| Video | 35 | 35 | 38 | 39 | 36 | 39 | 44 | 42 | 44 | 43 |
| Lavavajillas | 9 | 8 | 10 | 10 | 9 | 8 | 12 | 11 | 10 | 12 |
| Microordenador | 9 | 7 | 10 | 8 | 6 | 7 | 9 | 8 | 8 | 9 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |
| Media (x) artículos por Hogar | 4,6 | 4,6 | 4,8 | 4,7 | 4,6 | 4,7 | 5,0 | 4,9 | 4,9 | 4,9 |
| Coefficiente de Variación (%) | 39 | 36 | 37 | 38 | 37 | 38 | 36 | 36 | 35 | 38 |

Cuadro 2.1.4.2.

Equipamiento de los Hogares según Características Socioeconómicas de los Hogares.

Equipamiento:

| ABRIL 1990 | Total Muestra | Vivienda Propia | Auto-móvil | TV Color | Video | Telé-fono | Lava-dora | Lavava -jillas | HIFI | Microor denador | X Art | CV% |
|--|---------------|-----------------|------------|----------|-------|-----------|-----------|----------------|------|-----------------|-------|-----|
| TOTAL | (1218) | 76% | 62 | 90 | 43 | 69 | 91 | 12 | 31 | 9 | 4.9 | 38 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | | | |
| Rural | (303) | 82% | 56 | 83 | 23 | 56 | 85 | 6 | 16 | 3 | 4.2 | 41 |
| Urbano | (574) | 74% | 65 | 92 | 47 | 68 | 91 | 13 | 32 | 11 | 4.9 | 38 |
| Metropolitano | (339) | 75% | 64 | 94 | 53 | 84 | 95 | 14 | 44 | 12 | 5.4 | 32 |
| Status Socioeconómico Familiar: | | | | | | | | | | | | |
| Alto, Medio Alto | (220) | 82% | 94 | 98 | 71 | 89 | 97 | 37 | 64 | 26 | 6.5 | 22 |
| Medio | (637) | 73% | 71 | 94 | 48 | 72 | 96 | 8 | 33 | 8 | 5.0 | 32 |
| Medio Bajo | (284) | 84% | 34 | 90 | 21 | 66 | 88 | 3 | 11 | 1 | 4.0 | 32 |
| Bajo | (77) | 57% | 1 | 39 | - | 6 | 41 | 1 | 1 | - | 1.6 | 31 |

Cuadro 2.1.5.1.

Índice de Status Socioeconómico Familiar

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Alto, Medio Alto | 12% | 12% | 14% | 14% | 12% | 13% | 16% | 15% | 18% | 18% |
| Medio | 53 | 54 | 55 | 57 | 55 | 55 | 54 | 56 | 56 | 52 |
| Medio Bajo | 26 | 27 | 25 | 23 | 26 | 25 | 24 | 23 | 21 | 23 |
| Bajo | 9 | 7 | 6 | 7 | 6 | 7 | 6 | 6 | 4 | 6 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |

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) coincide de nuevo con la muestra con un 24 por ciento. La proporción de casados es igualmente similar en ambos casos (65 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 4 por ciento. Esta cifra parece congruente con la que proporcionan las estadísticas oficiales, ya que la muestra se refiere sólo a personas de 18 y más años; 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 61 por ciento, y un 6 por ciento habría logrado terminar los estudios universitarios o técnicos superiores, (manteniéndose en la tónica general observada en meses anteriores).

En cuanto a la ocupación, la proporción de parados (6 por ciento sobre la población total de 18 y más años, y 12 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". No obstante, los datos sugieren una tendencia similar a los datos oficiales en el sentido de que el paro parece estar estabilizado. 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 (48 por ciento, al incluir a los parados), es este mes idéntica 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 10 por ciento, (el nivel más alto registrado hasta ahora), y los que trabajan por cuenta ajena en el sector privado son algo más de 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 37% de entrevistados de posición social baja, frente a un 20% 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**

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XIII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 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 | 6% | 5% | 5% | 5% | 4% | 5% | 4% | 4% | 5% | 5% |
| 20 a 29 | 20 | 21 | 21 | 21 | 22 | 21 | 22 | 22 | 21 | 21 |
| 30 a 39 | 21 | 20 | 21 | 20 | 19 | 19 | 20 | 20 | 20 | 21 |
| 40 a 49 | 14 | 15 | 14 | 15 | 16 | 16 | 15 | 15 | 15 | 14 |
| 50 a 59 | 15 | 15 | 15 | 14 | 13 | 15 | 14 | 14 | 14 | 13 |
| 60 a 64 | 8 | 8 | 8 | 8 | 9 | 8 | 8 | 8 | 9 | 9 |
| 65 y más | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 |
| Estado Civil | | | | | | | | | | |
| Soltero/a | 24% | 25% | 25% | 22% | 24% | 23% | 24% | 23% | 24% | 24% |
| Casado/a | 64 | 63 | 63 | 65 | 64 | 65 | 64 | 65 | 65 | 65 |
| En Pareja | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Viudo/a | 8 | 8 | 9 | 10 | 9 | 8 | 8 | 7 | 8 | 8 |
| Divorciado/a | 1 | - | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | * | * | 1 |
| Separado/a | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| NS/NC | * | 1 | * | 1 | 1 | 1 | * | 2 | * | 1 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |

Cuadro 2.2.2.1.

**Distribución de los Entrevistados por
Características Socioeconómicas**

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Educación Entrevist. | | | | | | | | | | |
| No Sabe Leer | 4% | 5% | 5% | 6% | 5% | 6% | 4% | 3% | 5% | 4% |
| Sabe Leer | 27 | 26 | 26 | 26 | 27 | 25 | 27 | 25 | 23 | 27 |
| Primarios | 33 | 35 | 30 | 34 | 34 | 33 | 29 | 34 | 36 | 30 |
| F.P. 1er. Grado | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| F.P. 2do. Grado | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Bach. Elemental | 7 | 7 | 7 | 5 | 6 | 6 | 9 | 7 | 6 | 5 |
| Bach. Superior | 11 | 9 | 11 | 9 | 9 | 9 | 12 | 11 | 9 | 11 |
| Tit. Grado Medio | 4 | 5 | 6 | 4 | 5 | 5 | 6 | 4 | 6 | 7 |
| Universitarios | 6 | 4 | 5 | 6 | 4 | 6 | 4 | 8 | 5 | 6 |
| NC | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | - | * | * | 1 |
| Status Ocupa. Entrevist. | | | | | | | | | | |
| Alto | 4% | 5% | 4% | 3% | 2% | 4% | 5% | 5% | 5% | 6% |
| Medio | 30% | 30 | 31 | 33 | 31 | 32 | 31 | 32 | 33 | 31 |
| Bajo | 7 | 6 | 5 | 5 | 5 | 6 | 4 | 4 | 6 | 5 |
| En Paro | 6 | 5 | 5 | 5 | 6 | 6 | 6 | 6 | 5 | 6 |
| Ama de Casa | 28 | 28 | 27 | 28 | 28 | 28 | 26 | 29 | 27 | 26 |
| Jubilado | 19 | 18 | 20 | 19 | 20 | 17 | 19 | 18 | 17 | 19 |
| Estudiantes | 6 | 7 | 7 | 6 | 6 | 6 | 6 | 5 | 6 | 6 |
| NS/NC | * | - | * | * | * | * | * | * | * | - |
| Sector Econ. Entrev. | | | | | | | | | | |
| No Activos | 53% | 52% | 54% | 53% | 54% | 51% | 51% | 52% | 50% | 51% |
| En Paro | 6 | 5 | 5 | 5 | 6 | 6 | 6 | 6 | 5 | 6 |
| Sector Público | 5 | 7 | 6 | 6 | 4 | 6 | 8 | 7 | 6 | 10 |
| Privado. C. Ajena | 28 | 28 | 28 | 28 | 30 | 30 | 25 | 28 | 28 | 25 |
| Privado. C. Propia | 8 | 8 | 7 | 7 | 5 | 7 | 10 | 7 | 9 | 8 |
| NS/NC | - | - | - | 1 | 1 | - | - | - | 2 | - |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |

Cuadro 2.2.3.1.

**Distribución de los Entrevistados por
Características Ecológicas**

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Comunidad Autónoma | | | | | | | | | | |
| Andalucía | 17% | 18% | 17% | 18% | 18% | 17% | 17% | 18% | 17% | 17% |
| Aragón | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Asturias | 3 | 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 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| Castilla y León | 7 | 7 | 7 | 6 | 7 | 7 | 7 | 6 | 7 | 7 |
| Castilla-Mancha | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Cataluña | 16 | 16 | 16 | 15 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 |
| Extremadura | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Galicia | 7 | 8 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 6 | 7 |
| La Rioja | 1 | * | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Madrid | 13 | 12 | 13 | 13 | 12 | 12 | 13 | 12 | 12 | 13 |
| Murcia | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Navarra | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| P. Vasco | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 5 | 5 | 6 | 6 | 6 |
| C. Valenciana | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 9 | 10 | 10 | 10 | 9 |
| Hábitat | | | | | | | | | | |
| Rural | 26% | 25% | 26% | 25% | 26% | 26% | 24% | 26% | 25% | 25% |
| Urbano | 46 | 47 | 46 | 47 | 46 | 46 | 48 | 46 | 48 | 47 |
| Metropolitano | 28 | 28 | 29 | 28 | 28 | 28 | 27 | 28 | 28 | 28 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |

Cuadro 2.2.4.1.

Índice de Posición Social

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|----------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Muy Baja | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 4% | 3% | 4% |
| Baja | 34 | 33 | 33 | 33 | 34 | 36 | 32 | 33 | 33 | 33 |
| Media | 45 | 47 | 45 | 45 | 47 | 43 | 46 | 45 | 44 | 43 |
| Alta | 15 | 14 | 15 | 15 | 13 | 16 | 17 | 15 | 18 | 17 |
| Muy Alta | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |

Cuadro 2.2.5.1.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Alta | 1% | -% | *% | *% | 1% | *% | *% | *% | 1% | *% |
| Media Alta | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Media Media | 50 | 50 | 51 | 49 | 44 | 49 | 50 | 56 | 52 | 55 |
| Media Baja | 28 | 32 | 28 | 33 | 33 | 31 | 30 | 29 | 30 | 27 |
| Baja | 13 | 11 | 12 | 11 | 15 | 13 | 13 | 8 | 10 | 10 |
| NS/NC | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |



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 ha llevado a eliminar ciertos índices y algunas variables explicativas que han resultado poco operativas o significativas, y, por el contrario, se han añadido nuevas variables que parecen altamente explicativas.

3.1.1. Situación Financiera de los Hogares

En más de dos de cada cuatro 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 10% 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 6% dicen gastar sus ahorros para vivir. Por lo tanto, el 28% restante (dejando aparte el 2% que no contestaron a esta pregunta) ahorra parte de lo que gana; un 27% dice ahorrar algo y un 1% ahorra bastante. En conjunto, por tanto, la proporción de hogares que ahorran es ocho 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 el sondeo ASEP realizado hace un año, se observa un gran aumento del ahorro y una disminución del endeudamiento, y, en relación con el pasado mes de marzo la situación prácticamente no ha variado.

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 118, lo que demuestra un claro predominio del ahorro en los hogares españoles, y dicha propensión al ahorro, si se compara con la registrada el pasado mes de febrero, es casi idéntica. Por lo tanto, este índice vuelve a obtener este mes uno de sus máximos niveles. 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, sobre todo desde el pasado mes de octubre, 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 urbanos y metropolitanos.

Debe resaltarse que, este mes de abril, el alto nivel alcanzado por el IPA ha repercutido en todos los segmentos de la sociedad. Sólo los hogares en los que el cabeza de familia es parado, los de status medio bajo y bajo y los individuos insatisfechos con sus vidas 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.

Sin embargo, los hogares con status socioeconómico alto y status ocupacional alto o medio, los entrevistados menores de 50 años y los que están satisfechos con sus vidas 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 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 en todos los sondeos.

El IPA se ha mantenido este mes casi en el mismo nivel en relación al valor del último sondeo, y se puede afirmar 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 para el conjunto de los hogares.

El valor explicativo de éste índice es sin duda evidente y por ello se han tomado como variables explicativas sus tres componentes básicos -ahorro, mantenimiento, endeudamiento-, puesto que ésta pregunta la responde casi el 100% de los entrevistados, lo que supone que éste 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. Además, es también interesante resaltar que el mayor ahorro familiar se da en los estratos más jóvenes de la sociedad (menores de 50 años), lo que demuestra que el nivel de vida de los españoles está subiendo.

El alto nivel que se registra en el IPA puede estar influido por la restricción en la concesión de créditos que se ha producido desde el pasado mes de julio y por el fomento del ahorro a través de las supercuentas. Este hecho posiblemente fomenta el ahorro familiar y reduce el consumo, situación que persigue el gobierno para "enfriar" la economía y que parece que se está consiguiendo.

Cuadro 3.1.1.1.

Situación Financiera del Hogar

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Me prestan dinero | 4% | 3% | 2% | 4% | 4% | 4% | 5% | 4% | 3% | 4% |
| Gasto mis ahorros | 11 | 11 | 8 | 8 | 6 | 5 | 6 | 5 | 6 | 6 |
| Gasto lo que gano | 62 | 58 | 60 | 60 | 65 | 63 | 61 | 59 | 59 | 60 |
| Ahorro algo | 20 | 23 | 26 | 26 | 24 | 25 | 25 | 27 | 27 | 27 |
| Ahorro bastante | 1 | 1 | 1 | * | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| NS/NC | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |
| IPA | 106 | 110 | 117 | 115 | 114 | 117 | 116 | 119 | 119 | 118 |

Cuadro 3.1.1.2.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|----------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 106 | 110 | 117 | 115 | 114 | 117 | 116 | 119 | 119 | 118 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 106 | 104 | 117 | 111 | 114 | 114 | 118 | 114 | 120 | 115 |
| Urbano | 105 | 112 | 119 | 118 | 115 | 118 | 115 | 121 | 121 | 119 |
| Metropolitano | 109 | 113 | 114 | 115 | 113 | 116 | 116 | 122 | 116 | 119 |
| Status Socioeconómico | | | | | | | | | | |
| Familiar: | | | | | | | | | | |
| Alto | 136 | 132 | 136 | 140 | 131 | 135 | 140 | 137 | 142 | 151 |
| Medio | 110 | 114 | 122 | 119 | 119 | 122 | 118 | 122 | 120 | 119 |
| Medio Bajo | 96 | 98 | 98 | 96 | 101 | 103 | 101 | 109 | 104 | 99 |
| Bajo | 82 | 86 | 102 | 94 | 97 | 91 | 98 | 91 | 101 | 90 |
| Status Ocupacional del | | | | | | | | | | |
| Cabeza de Familia: | | | | | | | | | | |
| Alto | 130 | 133 | 138 | 131 | 143 | 131 | 132 | 135 | 132 | 147 |
| Medio | 113 | 116 | 123 | 122 | 118 | 124 | 122 | 123 | 126 | 125 |
| Bajo | 97 | 108 | 110 | 102 | 100 | 107 | 112 | 107 | 116 | 119 |
| En Paro | 73 | 75 | 67 | 92 | 95 | 91 | 87 | 98 | 90 | 73 |
| Amas de Casa | 114 | 102 | 113 | 90 | 86 | 100 | 153 | 100 | 115 | 100 |
| Jubilados | 97 | 101 | 107 | 107 | 111 | 108 | 109 | 115 | 107 | 103 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| 18-29 | 120 | 121 | 128 | 124 | 122 | 127 | 124 | 124 | 127 | 125 |
| 30-49 | 107 | 112 | 117 | 116 | 115 | 119 | 119 | 122 | 127 | 126 |
| 50-64 | 98 | 99 | 110 | 110 | 106 | 112 | 112 | 112 | 107 | 109 |
| 65 y más | 97 | 104 | 105 | 106 | 111 | 102 | 105 | 119 | 110 | 102 |
| Satisfacción con la vida: | | | | | | | | | | |
| Satisfecho | 110 | 113 | 121 | 119 | 119 | 120 | 121 | 124 | 122 | 124 |
| Indiferente | 106 | 99 | 103 | 94 | 102 | 116 | 104 | 104 | 100 | 106 |
| Insatisfecho | 90 | 96 | 94 | 100 | 90 | 92 | 91 | 95 | 104 | 89 |

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, ha resultado ser muy significativo en los precedentes sondeos ASEP.

Al comparar el presente con los últimos seis meses, el 65% de los entrevistados opinan que su situación económica personal no ha variado, un 20% creen que es peor y 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.

Así, este mes, la proporción de personas que dicen que su situación económica personal es mejor de lo que era hace seis meses ha descendido levemente, pero el porcentaje de quienes creen que ha empeorado también ha descendido, y sin embargo la proporción de quienes creen que su situación es igual ha ascendido 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 según este índice es similar a la que resultó hace un año después de haber estado algunos meses muy cerca del nivel de equilibrio. Sin embargo, la tendencia de este indicador es claramente zigzagueante.

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 muy similar a la del pasado mes de marzo para casi todos los estratos. Aún así, el contexto general sigue siendo negativo, pues el ISC-1 sigue distante de los 100 puntos, y el clima pesimista se registra en casi todos los segmentos. Parece lógico que los jóvenes sean casi los únicos que puedan experimentar cierta 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 individuos de posición social alta y muy alta, los de clase alta, los de izquierda y centro izquierda los que ahorran, los satisfechos y los que viven en zonas metropolitanas, 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. El clima de pesimismo registrado en enero ha desaparecido en gran parte de los segmentos de la población que han reactivado su optimismo, si bien la tónica general sigue siendo pesimista, como lo fue el mes pasado.

Hay que señalar que este mes las mujeres obtienen 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 65 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 autopoicionan en el centro derecha en la escala de ideología y entre los habitantes de zonas rurales. Además, mientras quienes ahorran observan su situación personal con cierto 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, y llega al punto neutro entre los más satisfechos.

La visión que los españoles tienen de su situación económica actual es similar a la registrada hace un año y muy similar a la del mes pasado. Dada la tendencia variable y zigzagueante de este índice, no se puede prever si esta tendencia va a perdurar o no. Sin embargo, la gran mayoría de los españoles creen que su situación no ha variado al compararla con la de seis meses atrás.

Los entrevistados continúan por tanto este año con una visión pesimista de su situación económica actual, ya que en ningún sondeo ha alcanzado este indicador el punto de equilibrio entre las dos posturas extremas, dominando siempre la visión pesimista sobre la optimista.

Cuadro 3.1.2.1.

Situación Económica del Individuo

Situación Personal Respecto a hace seis meses:

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Mejor | 19% | 16% | 16% | 19% | 16% | 18% | 16% | 16% | 16% | 15% |
| Igual | 56 | 60 | 60 | 61 | 63 | 61 | 60 | 63 | 61 | 65 |
| Peor | 24 | 23 | 23 | 20 | 21 | 21 | 24 | 20 | 22 | 20 |
| NS/NC | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | * | * |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |
| I.S.C. (1) (Econ. Personal Presente) | 95 | 93 | 94 | 99 | 95 | 97 | 92 | 96 | 95 | 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**

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 95 | 93 | 94 | 99 | 95 | 97 | 92 | 96 | 95 | 95 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 96 | 94 | 98 | 103 | 98 | 102 | 92 | 98 | 96 | 96 |
| Mujeres | 94 | 92 | 90 | 94 | 92 | 92 | 92 | 95 | 94 | 94 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 115 | 104 | 111 | 107 | 111 | 115 | 103 | 111 | 110 | 110 |
| 30 a 49 años | 89 | 92 | 95 | 97 | 91 | 96 | 95 | 99 | 96 | 98 |
| 50 a 64 años | 80 | 81 | 75 | 96 | 87 | 84 | 78 | 81 | 80 | 78 |
| 65 y más años | 94 | 94 | 89 | 94 | 91 | 88 | 89 | 91 | 91 | 90 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 102 | 82 | 89 | 88 | 108 | 79 | 92 | 92 | 97 | 96 |
| Baja | 87 | 92 | 89 | 92 | 93 | 92 | 90 | 96 | 92 | 90 |
| Media | 99 | 92 | 93 | 98 | 97 | 97 | 90 | 92 | 95 | 94 |
| Alta | 100 | 103 | 106 | 116 | 91 | 109 | 99 | 107 | 100 | 107 |
| Muy Alta | 67 | 94 | 106 | 101 | 94 | 114 | 109 | 128 | 110 | 105 |
| Clase Soc. Subjetiva: | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 119 | 103 | 119 | 123 | 113 | 90 | 99 | 105 | 107 | 108 |
| Media | 97 | 95 | 95 | 98 | 96 | 100 | 94 | 98 | 96 | 97 |
| Baja | 78 | 80 | 74 | 94 | 86 | 78 | 81 | 74 | 85 | 83 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 103 | 96 | 103 | 104 | 102 | 103 | 94 | 103 | 102 | 103 |
| Centro Izquierda | 104 | 100 | 98 | 106 | 103 | 109 | 100 | 98 | 106 | 109 |
| Centro | 85 | 88 | 94 | 102 | 92 | 87 | 94 | 97 | 89 | 94 |
| Centro Derecha | 105 | 101 | 93 | 96 | 92 | 99 | 84 | 88 | 96 | 87 |
| Derecha | 86 | 96 | 78 | 88 | 84 | 86 | 75 | 89 | 86 | 92 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 91 | 88 | 87 | 90 | 101 | 90 | 95 | 97 | 91 | 89 |
| Urbano | 96 | 96 | 98 | 102 | 93 | 98 | 92 | 96 | 100 | 95 |
| Metropolitano | 96 | 94 | 93 | 100 | 92 | 101 | 89 | 97 | 90 | 101 |

Actitud ante ahorro

| | | | | | | | | | | |
|--------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Endeudados | 64 | 71 | 72 | 81 | 73 | 70 | 60 | 64 | 75 | 76 |
| Viven al día | 93 | 89 | 88 | 90 | 92 | 92 | 90 | 91 | 89 | 90 |
| Ahorran | 118 | 114 | 116 | 124 | 113 | 118 | 109 | 118 | 116 | 113 |

Satisfacción con la vida:

| | | | | | | | | | | |
|---------------|-----|----|----|-----|-----|-----|----|-----|----|-----|
| Satisfechos | 100 | 98 | 98 | 103 | 102 | 100 | 96 | 101 | 97 | 101 |
| Indiferentes | 75 | 62 | 82 | 88 | 74 | 77 | 88 | 81 | 86 | 88 |
| Insatisfechos | 70 | 71 | 75 | 79 | 65 | 78 | 68 | 72 | 77 | 66 |

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 15% de los entrevistados piensan que ha mejorado la situación económica de España en relación a los últimos seis meses, proporción que es este mes idéntica a la registrada el pasado mes de marzo. Sin embargo, el 52% de los españoles opinan que la situación no ha cambiado y un 24% creen que ha empeorado. En consecuencia, el ISC-3 obtiene un valor de 91 puntos, lo que supone que es muy similar al obtenido en el último sondeo, y ha vuelto a situarse por debajo del punto de equilibrio, nivel que sólo alcanzó el pasado mes de noviembre por primera vez, según se observa en el Cuadro 3.1.3.1. Este mes, y en relación al último sondeo, asciende el porcentaje de individuos que creen que la situación económica del país es igual a la de los últimos seis meses, desciende levemente la proporción de entrevistados que creen que ha empeorado y se mantiene la de los que creen que ha mejorado. Sin duda, la percepción de los españoles sobre la situación actual de la economía española es muy similar este mes que el pasado. Así, el índice correspondiente vuelve a estar por debajo del punto neutro, y se sitúa de nuevo 9 puntos por debajo de este nivel. Así, este mes de abril la situación del país en el presente se percibe de forma muy similar a como se veía hace un año, pero en relación al pasado mes de noviembre se ha invertido definitivamente la tendencia ascendente de este indicador.

La situación económica del país en el presente es valorada de diferente modo según las características sociodemográficas de la población entrevistada. 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, y el ISC-3 solo supera este mes el nivel de equilibrio entre los individuos de izquierda y centro izquierda. El pesimismo se detecta en todas las demás capas de la sociedad, lo que indica, en relación al mes pasado, que se mantiene la pérdida de optimismo entre la mayoría de los segmentos de la población.

La evaluación de la situación de la economía española, es además realmente pesimista según la opinión de los individuos de derecha y centro derecha y de los segmentos de personas que se sienten insatisfechas ante su vida. Además, parece que el pesimismo ante la situación de la economía española es mayor en los núcleos rurales este mes.

Por lo tanto se continúa el año 1990 con un indicador que vuelve a situarse por debajo, y bastante alejado, del nivel de equilibrio, lo que sin duda consolida cierta desesperanza entre los españoles ante la situación de la economía española en la actualidad. La tendencia de este indicador desde el pasado mes de mayo de 1989 mostró mes a mes un nítido ascenso hasta noviembre que por primera vez se vio truncado el mes de diciembre, para mantener un descenso casi constante hasta este mes.

Como conclusión podemos decir que la evaluación de la coyuntura económica del país es este mes bastante peor que la relativa a la situación individual. Sin embargo, los dos componentes del Índice del Sentimiento del Consumidor hasta aquí comentados y que determinan la situación económica actual, muestran la misma tendencia que consolida el descenso del mes pasado. Tanto el índice referente al país como el individual vuelven a estar por debajo del punto neutro, pero estos dos índices y la propensión al ahorro no ha experimentado variación alguna este mes con respecto al mes pasado.

Con los datos de este mes que consolidan la tendencia del mes pasado se puede decir que los españoles ya no perciben mejor la situación actual de España y su situación individual que hace un año, ya que estos índices vuelven a los niveles registrados hace un año después de haber experimentado cierto ascenso en los primeros sondeos de este curso.

Cuadro 3.1.3.1.

Situación Económica del País

Situación del País respecto a hace seis meses:

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Mejor | 20% | 17% | 21% | 21% | 21% | 19% | 20% | 19% | 15% | 15% |
| Igual | 43 | 45 | 42 | 48 | 52 | 52 | 49 | 50 | 51 | 52 |
| Peor | 28 | 28 | 28 | 23 | 20 | 21 | 22 | 24 | 25 | 24 |
| NS/NC | 9 | 10 | 9 | 8 | 7 | 8 | 9 | 7 | 10 | 10 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |
| I.S.C. (3) (Econ. del País Presente) | 92 | 89 | 93 | 98 | 101 | 97 | 98 | 96 | 90 | 91 |

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**

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 92 | 89 | 93 | 98 | 101 | 97 | 98 | 96 | 90 | 91 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 92 | 93 | 98 | 105 | 106 | 99 | 101 | 99 | 92 | 92 |
| Mujeres | 91 | 85 | 88 | 91 | 97 | 96 | 95 | 92 | 88 | 89 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 95 | 88 | 97 | 103 | 106 | 99 | 109 | 99 | 94 | 94 |
| 30 a 49 años | 89 | 89 | 97 | 97 | 93 | 97 | 90 | 95 | 86 | 90 |
| 50 a 64 años | 88 | 86 | 82 | 92 | 104 | 92 | 95 | 88 | 90 | 85 |
| 65 y más años | 98 | 94 | 93 | 100 | 107 | 103 | 101 | 102 | 92 | 94 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 91 | 90 | 94 | 99 | 120 | 102 | 99 | 93 | 92 | 93 |
| Baja | 90 | 90 | 91 | 95 | 103 | 100 | 103 | 99 | 90 | 92 |
| Media | 92 | 89 | 91 | 98 | 101 | 93 | 97 | 92 | 90 | 87 |
| Alta | 94 | 85 | 97 | 102 | 92 | 97 | 91 | 96 | 87 | 96 |
| Muy Alta | 94 | 78 | 122 | 101 | 82 | 132 | 77 | 103 | 90 | 96 |
| Clase Soc. Subjetiva: | | | | | | | | | | |
| Alta, Media Alta | 114 | 87 | 105 | 111 | 112 | 86 | 102 | 94 | 90 | 94 |
| Media | 92 | 89 | 93 | 97 | 104 | 100 | 97 | 97 | 92 | 91 |
| Baja | 92 | 87 | 82 | 103 | 88 | 87 | 98 | 79 | 79 | 82 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 101 | 92 | 105 | 112 | 113 | 107 | 105 | 102 | 101 | 103 |
| Centro Izquierda | 105 | 102 | 98 | 108 | 111 | 106 | 95 | 105 | 103 | 104 |
| Centro | 91 | 84 | 95 | 92 | 104 | 97 | 92 | 94 | 92 | 92 |
| Centro Derecha | 84 | 75 | 84 | 86 | 92 | 86 | 100 | 79 | 71 | 74 |
| Derecha | 73 | 66 | 79 | 88 | 79 | 77 | 76 | 75 | 71 | 73 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 97 | 94 | 92 | 97 | 112 | 98 | 105 | 98 | 92 | 88 |
| Urbano | 90 | 93 | 94 | 102 | 100 | 98 | 98 | 95 | 96 | 92 |
| Metropolitano | 90 | 78 | 92 | 92 | 93 | 96 | 91 | 94 | 78 | 91 |

Situación ante ahorro:

| | | | | | | | | | | |
|--------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|
| Endeudados | 76 | 85 | 85 | 86 | 92 | 91 | 89 | 80 | 68 | 89 |
| Viven al día | 92 | 85 | 88 | 93 | 98 | 96 | 96 | 92 | 90 | 87 |
| Ahorran | 103 | 102 | 106 | 112 | 115 | 106 | 104 | 108 | 97 | 100 |

Satisfacción con la vida:

| | | | | | | | | | | |
|---------------|----|----|----|-----|-----|-----|-----|----|----|----|
| Satisfechos | 95 | 91 | 96 | 101 | 107 | 100 | 102 | 98 | 91 | 96 |
| Indiferentes | 80 | 84 | 84 | 83 | 85 | 93 | 82 | 99 | 85 | 84 |
| Insatisfechos | 74 | 82 | 75 | 85 | 78 | 82 | 78 | 79 | 79 | 64 |

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.

Hace ya más de un año, este indicador experimentó un ascenso claro y desde entonces este índice ha superado todos los meses el nivel de equilibrio con leves altibajos. Una vez más, se ha confirmado la tendencia zigzagueante de este indicador, puesto que las oscilaciones perduran pero siempre en un nivel que pone en evidencia un mayor optimismo del que fue habitual en los cursos precedentes. Este mes de abril las perspectivas de los españoles siguen siendo positivas de cara a los próximos seis meses, puesto que el ISC-2 vuelve a situarse por encima del nivel de equilibrio, aunque baja un punto con respecto al mes pasado. 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 (13%), inferior a la de quienes creen que va a mejorar (15%). Así, el optimismo es algo menor este mes que el reflejado el mes pasado, pero consolida el nivel de meses anteriores.

Se puede apreciar una vez más la tendencia fluctuante de este indicador, pero el optimismo parece haberse consolidado, lo que sin duda 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 un claro optimismo este mes en la mayoría de los segmentos.

En efecto, sólo los entrevistados que tienen más de 50 años, los de posición social muy baja y baja, los de clase baja, los de centro, los habitantes de zonas rurales, los endeudados y los insatisfechos con sus vidas, son los únicos segmentos que tienen perspectivas algo pesimistas respecto a su propio porvenir económico, ya que los valores del ISC-2 son algo inferiores en estos casos a 100 puntos.

Por el contrario, todos los demás segmentos obtienen valores del ISC-2 superiores a 100 puntos y los individuos menores de 30 años, los de posición social muy alta y alta, los que dicen ser de centro izquierda, los de clase alta y los que ahorran, son los más optimistas, ya que tienen perspectivas de mejora en su propia situación económica, con valores del ISC-3 superiores a 110 puntos. La evaluación de la situación futura de las economías individuales se ve pues con

un notable optimismo, incluso en el caso de las personas de nivel socioeconómico medio y bajo.

Nos hallamos, por lo tanto, en un período en el que predomina claramente la esperanza de cara al futuro económico individual, y después de un año de situarse este indicador por encima del punto neutro, podemos afirmar que se ha confirmado la tendencia a pesar de las oscilaciones mensuales.

Cuadro 3.2.1.1.

Perspectivas Económicas para el Individuo

Situación Personal dentro de seis meses:

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Mejor | 20% | 18% | 17% | 19% | 17% | 18% | 17% | 18% | 18% | 15% |
| Igual | 50 | 53 | 54 | 54 | 56 | 57 | 56 | 58 | 57 | 60 |
| Peor | 15 | 16 | 16 | 14 | 13 | 13 | 14 | 12 | 14 | 13 |
| NS/NC | 15 | 14 | 13 | 13 | 14 | 12 | 13 | 13 | 11 | 11 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |
| I.S.C. (2) (Economía Personal Futura) | 105 | 102 | 100 | 105 | 104 | 104 | 104 | 106 | 104 | 103 |

Cuadro 3.2.1.2.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 105 | 102 | 100 | 105 | 104 | 104 | 104 | 106 | 104 | 103 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 107 | 105 | 102 | 108 | 106 | 109 | 102 | 109 | 103 | 105 |
| Mujeres | 104 | 100 | 99 | 102 | 103 | 100 | 105 | 104 | 104 | 100 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 124 | 119 | 119 | 119 | 116 | 115 | 121 | 119 | 119 | 119 |
| 30 a 49 años | 108 | 110 | 100 | 103 | 104 | 107 | 104 | 110 | 104 | 104 |
| 50 a 64 años | 87 | 90 | 87 | 95 | 97 | 100 | 88 | 92 | 94 | 85 |
| 65 y más años | 95 | 96 | 92 | 100 | 96 | 89 | 96 | 97 | 94 | 97 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 98 | 96 | 113 | 102 | 112 | 82 | 96 | 97 | 105 | 97 |
| Baja | 102 | 100 | 95 | 100 | 98 | 100 | 104 | 102 | 101 | 97 |
| Media | 106 | 100 | 100 | 104 | 109 | 103 | 103 | 104 | 103 | 102 |
| Alta | 113 | 113 | 112 | 115 | 105 | 118 | 104 | 121 | 113 | 113 |
| Muy Alta | 93 | 100 | 89 | 128 | 94 | 128 | 104 | 133 | 100 | 117 |
| Clase Soc. Subjetiva: | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 122 | 103 | 113 | 131 | 129 | 96 | 100 | 113 | 119 | 124 |
| Media | 107 | 104 | 102 | 104 | 105 | 109 | 106 | 108 | 105 | 104 |
| Baja | 90 | 91 | 84 | 100 | 94 | 82 | 88 | 87 | 89 | 86 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 112 | 110 | 106 | 110 | 107 | 109 | 111 | 117 | 114 | 107 |
| Centro Izquierda | 103 | 101 | 98 | 116 | 110 | 112 | 103 | 109 | 104 | 112 |
| Centro | 105 | 96 | 109 | 97 | 111 | 103 | 107 | 106 | 108 | 99 |
| Centro Derecha | 115 | 103 | 99 | 101 | 99 | 112 | 101 | 99 | 102 | 109 |
| Derecha | 113 | 100 | 95 | 105 | 89 | 82 | 91 | 99 | 104 | 110 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 104 | 95 | 94 | 101 | 110 | 101 | 104 | 102 | 100 | 98 |
| Urbano | 105 | 106 | 103 | 105 | 102 | 104 | 106 | 104 | 104 | 103 |
| Metropolitano | 107 | 104 | 102 | 108 | 103 | 108 | 100 | 113 | 106 | 105 |

Actitud ante Ahorro:

| | | | | | | | | | | |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Endeudado | 94 | 88 | 84 | 94 | 101 | 88 | 100 | 91 | 102 | 87 |
| Vive al día | 103 | 99 | 96 | 98 | 98 | 101 | 100 | 102 | 99 | 100 |
| Ahorran | 119 | 116 | 116 | 124 | 124 | 119 | 111 | 119 | 116 | 113 |

Satisfacción con la vida:

| | | | | | | | | | | |
|--------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Satisfecho | 107 | 104 | 103 | 107 | 109 | 106 | 106 | 109 | 106 | 106 |
| Indiferente | 103 | 84 | 95 | 90 | 96 | 96 | 104 | 93 | 104 | 106 |
| Insatisfecho | 96 | 94 | 87 | 94 | 85 | 94 | 86 | 94 | 84 | 80 |

3.2.2. Perspectivas Económicas para España

Este último componente específico del Índice del Sentimiento del Consumidor refleja, para el conjunto de los entrevistados, una situación algo peor en relación con el último sondeo, 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 (70%). El ISC-4 tiene un valor de 95 puntos, según se observa en el Cuadro 3.2.2.1., y vuelve a ser inferior al punto neutro, lo que supone unas perspectivas para la economía española pesimistas y peores que las registradas a nivel individual. El 17% de los españoles creen que el porvenir económico de España va a ser peor de lo que es hoy, y sólo un 13% confían en que mejore la situación. Las perspectivas son por lo tanto peores de lo que han sido los últimos meses. 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 ha desaparecido definitivamente en el ámbito colectivo, y vuelve este indicador a los niveles registrados hace un año, después de haber experimentado un notable ascenso este invierno.

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 mucho menos numerosos este mes que el pasado los segmentos de la población que tienen un ISC-4 superior o igual a 100 puntos. Así, sólo los individuos que tienen más de 65 años, los de posición social muy baja, los de clase alta, las personas de izquierda y de centro izquierda, los que ahorran y los que están satisfechos de sus vidas están por encima del punto neutro en este índice, lo que indica una visión algo menos pesimista sobre el futuro económico de España en estos estratos. Los demás segmentos de la población obtienen un ISC-4 este mes inferior a 100 puntos. Además, los individuos de centro derecha y los insatisfechos son este mes los menos optimistas respecto al futuro de la economía española, puesto que para estos segmentos el ISC-4 es inferior a 80 puntos.

Las perspectivas ante el futuro económico del país son sin duda peores que lo que fueron hace unos meses, pero no ocurre lo mismo al evaluar las perspectivas individuales. Así, mientras que la situación económica futura individual parece percibirse todavía con cierto optimismo, el pesimismo ha vuelto a aparecer con fuerza al considerarse el futuro del país. Nos encontramos ante un porvenir "esperanzador" sólo desde el punto de vista individual, pero los datos no nos permiten decir si el optimismo va a perdurar teniendo en cuenta la inversión de la tendencia experimentada en el indicador colectivo.

Cuadro 3.2.2.1.

Perspectivas Económicas para España

Situación de España dentro de seis meses:

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Mejor | 18% | 16% | 19% | 17% | 19% | 18% | 21% | 18% | 16% | 13% |
| Igual | 40 | 43 | 41 | 43 | 46 | 48 | 45 | 48 | 48 | 50 |
| Peor | 22 | 21 | 20 | 18 | 15 | 16 | 16 | 16 | 19 | 17 |
| NS/NC | 21 | 20 | 20 | 22 | 20 | 18 | 18 | 18 | 17 | 20 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |
| I.S.C. (4) (Economía del País Futura) | 97 | 94 | 99 | 99 | 104 | 102 | 105 | 102 | 97 | 95 |

Cuadro 3.2.2.2.

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

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

Actitud ante el ahorro

| | | | | | | | | | | |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Endeudados | 83 | 92 | 98 | 89 | 94 | 91 | 99 | 91 | 81 | 95 |
| Vive al día | 96 | 88 | 95 | 95 | 100 | 100 | 103 | 98 | 94 | 92 |
| Ahorran | 109 | 108 | 109 | 113 | 119 | 112 | 110 | 112 | 106 | 102 |

Satisfacción con la vida

| | | | | | | | | | | |
|--------------|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|
| Satisfecho | 99 | 96 | 102 | 102 | 108 | 104 | 108 | 104 | 98 | 100 |
| Indiferente | 73 | 81 | 92 | 85 | 100 | 95 | 90 | 102 | 98 | 91 |
| Insatisfecho | 88 | 89 | 85 | 85 | 80 | 89 | 89 | 88 | 85 | 71 |

3.3. EL SENTIMIENTO DE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES

3.3.1. Comparación de los Cinco 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. Los dos índices que evalúan el futuro coinciden al descender levemente este mes respecto al pasado mes de marzo, y de los índices que evalúan el presente el individual consolida su nivel del mes pasado y el del país lo incrementa levemente. Por su parte, el índice que se refiere a la situación global no varía respecto al del mes de marzo.

Por otra parte, los cuatro índices están en un nivel muy similar al registrado por los mismos hace un año. 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 tendencias descendentes, pero 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 en el ámbito individual es algo más pronunciado, siendo el único índice en el que se supera el nivel de equilibrio este mes.
- b) Los índices que determinan la situación actual del país y de los individuos tienen tendencias evolutivas diferentes. Así, los españoles siguen viendo con cierto pesimismo, desde el punto de vista económico, tanto su situación económica personal, como la del país en la actualidad, y en ambos casos los índices son inferiores al punto neutro y similares a los del mes pasado.

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 no 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) Sin embargo, podemos observar que los valores de los cuatro componentes del ISC que evalúan la situación económica ya no están por encima que los que se registraron hace un año.
- d) El ISC-5, que es el resumen de los otros cuatro indicadores mantiene su nivel en relación con el último sondeo, y después de cinco meses en que este indicador ha alcanzado el nivel de equilibrio, vuelve a bajar por debajo de ese nivel como ya ocurrió el mes pasado. La percepción de la situación económica, según demuestra este indicador, ha empeorado.

Las diferencias en el ISC-5 según diferentes segmentos de la población (Cuadro 3.3.1.2.) demuestran que ciertos segmentos de la población perciben aún con optimismo la evolución presente y futura de la situación económica, ya que en algunos casos, el ISC-5 es superior a 100. Así, sólo las personas menores de 30 años, los de clase alta, los de posición social alta y muy alta, los que dicen ser de izquierda y centro izquierda, y los que ahorran y están satisfechos, 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 a ciertos segmentos de la población. Los jóvenes, las personas de mayor clase social y mayores ingresos y los que tienen una ideología más afín al actual gobierno, mantienen un clima de cierto optimismo o confianza, que no puede trasladarse a los demás segmentos de la población.

Por primera vez el indicador global se situó en 100 puntos en junio de 1.988, también alcanzó los 100 puntos en octubre, noviembre y diciembre de 1989 y ésta percepción se volvió a repetir en enero y febrero. Después de unos meses de ascenso este indicador parecía haberse estabilizado y este mes como el pasado la situación de mejora parece haber desaparecido. La puntual y lenta recuperación del optimismo, que hemos venido reflejando, no se vuelve a apreciar este mes, y volvemos al clima de pesimismo general que dominó en casi todos los estudios de cursos anteriores. Este mes el optimismo sólo se ha registrado en el ámbito del futuro individual, y domina el pesimismo en lo que respecta a la situación personal y del país en el presente y del país en el futuro. Las tendencias indicadas el mes pasado se han visto confirmadas.

Cuadro 3.3.1.1.

Índices del Sentimiento del Consumidor

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|--------------------------------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| I.S.C. (1) Econ. Person. Presente | 95 | 93 | 94 | 99 | 95 | 97 | 92 | 96 | 95 | 95 |
| I.S.C. (2) Econ. Person. Futura | 105 | 102 | 100 | 105 | 104 | 104 | 104 | 106 | 104 | 103 |
| I.S.C. (3) Econ. País Presente | 92 | 89 | 93 | 98 | 101 | 97 | 98 | 96 | 90 | 91 |
| I.S.C. (4) Econ. País Futura | 97 | 94 | 99 | 99 | 104 | 102 | 105 | 102 | 97 | 95 |
| I.S.C. (5) | 97 | 95 | 97 | 100 | 101 | 100 | 100 | 100 | 96 | 96 |

Cuadro 3.3.1.2.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 97 | 95 | 97 | 100 | 101 | 100 | 100 | 100 | 96 | 96 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 98 | 97 | 100 | 105 | 104 | 104 | 100 | 103 | 97 | 98 |
| Mujeres | 96 | 93 | 93 | 96 | 99 | 97 | 98 | 98 | 96 | 94 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 108 | 102 | 109 | 108 | 111 | 108 | 113 | 108 | 106 | 105 |
| 30 a 49 años | 95 | 93 | 99 | 99 | 96 | 100 | 96 | 102 | 94 | 96 |
| 50 a 64 años | 88 | 88 | 83 | 95 | 99 | 94 | 91 | 89 | 88 | 85 |
| 65 y más años | 96 | 96 | 92 | 98 | 100 | 97 | 97 | 99 | 95 | 95 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 96 | 91 | 99 | 96 | 113 | 89 | 98 | 95 | 99 | 97 |
| Baja | 94 | 94 | 93 | 96 | 100 | 98 | 102 | 100 | 96 | 94 |
| Media | 99 | 94 | 95 | 100 | 103 | 98 | 99 | 97 | 96 | 94 |
| Alta | 101 | 98 | 106 | 109 | 96 | 108 | 97 | 107 | 97 | 104 |
| Muy Alta | 85 | 90 | 111 | 110 | 87 | 125 | 93 | 120 | 96 | 102 |
| Clase Soc. Subjetiva: | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 118 | 98 | 113 | 121 | 119 | 92 | 101 | 104 | 103 | 107 |
| Media | 98 | 96 | 97 | 99 | 103 | 104 | 100 | 101 | 98 | 97 |
| Baja | 88 | 87 | 83 | 99 | 89 | 84 | 93 | 81 | 85 | 86 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 106 | 99 | 106 | 109 | 108 | 107 | 106 | 108 | 105 | 104 |
| Centro Izquierda | 104 | 100 | 100 | 109 | 110 | 110 | 100 | 106 | 105 | 108 |
| Centro | 94 | 90 | 101 | 96 | 104 | 96 | 99 | 98 | 98 | 95 |
| Centro Derecha | 100 | 89 | 94 | 93 | 94 | 99 | 98 | 92 | 89 | 86 |
| Derecha | 89 | 87 | 84 | 93 | 87 | 82 | 83 | 88 | 84 | 91 |
| Hábitat | | | | | | | | | | |
| Rural | 98 | 92 | 93 | 96 | 109 | 97 | 104 | 100 | 95 | 94 |
| Urbano | 96 | 93 | 98 | 102 | 100 | 100 | 100 | 99 | 100 | 96 |
| Metropolitano | 97 | 91 | 97 | 99 | 97 | 103 | 94 | 102 | 90 | 98 |

Actitud ante el ahorro

| | | | | | | | | | | |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Endeudados | 79 | 84 | 85 | 88 | 90 | 85 | 87 | 81 | 81 | 87 |
| Vive al día | 96 | 90 | 92 | 94 | 97 | 97 | 97 | 96 | 93 | 92 |
| Ahorran | 112 | 110 | 112 | 119 | 118 | 114 | 108 | 114 | 109 | 107 |

Satisfacción con la vida

| | | | | | | | | | | |
|--------------|-----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|
| Satisfecho | 100 | 97 | 100 | 103 | 106 | 103 | 103 | 103 | 98 | 101 |
| Indiferente | 84 | 78 | 88 | 86 | 89 | 90 | 91 | 94 | 93 | 92 |
| Insatisfecho | 82 | 84 | 80 | 86 | 77 | 86 | 80 | 83 | 81 | 70 |

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 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 21% e indiferentes 57%. El optimismo vuelve a dominar, pero ha ascendido la proporción de indiferentes y desciende la de optimistas y la de pesimistas en relación con el pasado mes de marzo. Sin embargo, el valor del IO este mes es de 102 puntos, por lo que sigue superando el nivel de equilibrio, y demuestra un relativo mayor optimismo que el mes pasado. A pesar de tener una evolución variable, el IO superado todos los meses -salvo noviembre- el nivel de equilibrio.

Las diferencias por segmentos en el IO que se muestran en el Cuadro 3.3.2.2. ponen de manifiesto que no son optimistas todos los segmentos de la población. Así, este mes las mujeres, las personas mayores de 50 años, los de posición social baja y muy baja y los de clase baja, los habitantes del campo obtienen valores del IO inferiores al punto neutro, así como los que no ahorran o viven al día y los que están insatisfechos o indiferentes con sus vidas. 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, cierto optimismo sigue apareciendo entre las clases sociales medias y en general, los valores del IO son algo más altos este mes de lo que fueron el pasado mes de marzo en casi todos los estratos. Este mes ha ascendido levemente el IO y cierto optimismo sigue dominando en el conjunto de los hogares españoles.

Cuadro 3.3.2.1.

**Distribución de los Entrevistados según
su grado de Optimismo (IO)**

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Optimista | 28% | 24% | 23% | 26% | 24% | 24% | 24% | 24% | 24% | 22% |
| Indiferente | 48 | 53 | 53 | 53 | 54 | 54 | 53 | 56 | 54 | 57 |
| Pesimista | 24 | 24 | 24 | 21 | 22 | 22 | 23 | 20 | 22 | 21 |
| ----- | | | | | | | | | | |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |
| ----- | | | | | | | | | | |
| IO | 103 | 100 | 99 | 104 | 102 | 102 | 101 | 105 | 101 | 102 |

Cuadro 3.3.2.2.

Índice de Optimismo (IO), por
Características del Entrevistado

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 103 | 100 | 99 | 104 | 102 | 102 | 101 | 105 | 101 | 102 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 106 | 104 | 103 | 109 | 105 | 108 | 99 | 108 | 102 | 104 |
| Mujeres | 101 | 96 | 95 | 99 | 100 | 97 | 102 | 101 | 100 | 99 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 132 | 121 | 123 | 110 | 121 | 119 | 123 | 121 | 119 | 123 |
| 30 a 49 años | 102 | 98 | 100 | 103 | 100 | 106 | 101 | 110 | 102 | 105 |
| 50 a 64 años | 80 | 84 | 76 | 97 | 92 | 88 | 82 | 86 | 85 | 78 |
| 65 y más años | 93 | 94 | 89 | 104 | 92 | 88 | 92 | 94 | 91 | 93 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 93 | 83 | 110 | 106 | 112 | 77 | 96 | 97 | 100 | 94 |
| Baja | 95 | 99 | 91 | 98 | 95 | 96 | 100 | 99 | 96 | 94 |
| Media | 107 | 98 | 97 | 105 | 107 | 102 | 100 | 102 | 100 | 101 |
| Alta | 112 | 113 | 116 | 113 | 104 | 119 | 105 | 119 | 114 | 118 |
| Muy Alta | 55 | 105 | 89 | 114 | 94 | 123 | 113 | 150 | 105 | 117 |
| Clase Soc. Subjetiva: | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 131 | 109 | 120 | 131 | 131 | 96 | 104 | 110 | 121 | 123 |
| Media | 107 | 102 | 101 | 103 | 103 | 108 | 104 | 106 | 103 | 104 |
| Baja | 81 | 84 | 73 | 102 | 90 | 77 | 82 | 80 | 82 | 82 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 110 | 108 | 108 | 116 | 109 | 110 | 107 | 117 | 112 | 109 |
| Centro Izquierda | 109 | 105 | 101 | 114 | 110 | 111 | 103 | 108 | 106 | 114 |
| Centro | 103 | 90 | 101 | 98 | 106 | 98 | 108 | 104 | 101 | 101 |
| Centro Derecha | 110 | 101 | 95 | 94 | 94 | 109 | 93 | 94 | 98 | 102 |
| Derecha | 105 | 101 | 86 | 98 | 84 | 81 | 82 | 95 | 98 | 102 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 99 | 91 | 90 | 102 | 109 | 95 | 104 | 101 | 96 | 93 |
| Urbano | 104 | 104 | 103 | 105 | 100 | 104 | 102 | 104 | 103 | 102 |
| Metropolitano | 106 | 100 | 100 | 103 | 100 | 107 | 97 | 110 | 103 | 107 |

Propensión Ahorro:

| | | | | | | | | | | |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Endeudado | 79 | 77 | 79 | 89 | 87 | 71 | 85 | 78 | 96 | 79 |
| Vive al Día | 101 | 96 | 92 | 96 | 95 | 98 | 96 | 99 | 93 | 97 |
| Ahorra | 125 | 121 | 122 | 131 | 128 | 124 | 117 | 125 | 121 | 120 |

Satisfacción con la Vida:

| | | | | | | | | | | |
|--------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Satisfecho | 108 | 104 | 102 | 109 | 109 | 106 | 105 | 110 | 104 | 108 |
| Indiferente | 84 | 75 | 92 | 89 | 86 | 83 | 97 | 85 | 88 | 99 |
| Insatisfecho | 84 | 82 | 81 | 88 | 72 | 86 | 76 | 81 | 78 | 68 |

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 18% de optimistas y un 25% de pesimistas, y la mayoría de los entrevistados (57%) se pueden calificar como indiferentes. Como el mes pasado y después de cinco meses, el pesimismo vuelve a 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 ya podemos presumir que tiene una evolución muy similar a la del I.O., aunque vuelve a situarse en un nivel inferior al de este indicador. Además, esta variable también se tomará con carácter explicativo.

En relación con los datos registrados hace un año vemos que este indicador vuelve al nivel de entonces. El I.E.S.E. no llega a superar el nivel de equilibrio que alcanzó en meses pasados, experimentando un descenso muy sustancial.

Las diferencias en el I.E.S.E. por segmentos, 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, ciertos segmentos obtienen valores del I.E.S.E. superiores al punto neutro, lo que indica cierto optimismo, ya que los valores de este índice superan los 100 puntos en algunos casos. Así, los individuos de izquierda y centro izquierda, los que ahorran y los de posición social muy baja y muy alta y clase alta obtienen valores del I.E.S.E. superiores a 100 puntos, lo que indica que realizan una evaluación de la situación económica de España más bien positiva. En todos los demás segmentos esta evaluación resulta ser negativa.

Se continúa el año 1990 con cierto pesimismo para la economía del país, y la situación ha empeorado en este ámbito colectivo en relación con los datos de los últimos meses. Este mes el I.O. es superior al I.E.S.E., lo que confirma la tendencia del mes pasado. El futuro de la economía del país sin duda se ve de forma incierta este mes, como ya ocurrió el mes pasado.

Cuadro 3.3.3.1.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|--------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Optimistas | 25% | 21% | 26% | 25% | 26% | 24% | 26% | 24% | 20% | 18% |
| Indiferentes | 45 | 49 | 46 | 50 | 51 | 54 | 50 | 51 | 54 | 57 |
| Pesimistas | 30 | 29 | 29 | 25 | 23 | 23 | 23 | 24 | 26 | 25 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |
| I.E.S.E. | 94 | 91 | 97 | 100 | 103 | 101 | 103 | 100 | 94 | 93 |

Cuadro 3.3.3.2.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 94 | 91 | 97 | 100 | 103 | 101 | 103 | 100 | 94 | 93 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 96 | 95 | 101 | 107 | 107 | 104 | 108 | 102 | 96 | 96 |
| Mujeres | 93 | 88 | 93 | 93 | 100 | 99 | 99 | 98 | 92 | 91 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 100 | 95 | 104 | 104 | 109 | 102 | 116 | 103 | 101 | 95 |
| 30 a 49 años | 91 | 88 | 102 | 95 | 94 | 100 | 94 | 101 | 90 | 93 |
| 50 a 64 años | 90 | 88 | 81 | 96 | 107 | 97 | 101 | 91 | 89 | 87 |
| 65 y más años | 99 | 96 | 95 | 102 | 109 | 107 | 104 | 107 | 98 | 98 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 91 | 93 | 100 | 100 | 120 | 96 | 103 | 100 | 92 | 100 |
| Baja | 93 | 93 | 94 | 98 | 106 | 103 | 106 | 101 | 95 | 94 |
| Media | 95 | 92 | 94 | 100 | 104 | 99 | 106 | 98 | 96 | 89 |
| Alta | 96 | 88 | 104 | 104 | 92 | 101 | 93 | 101 | 88 | 99 |
| Muy Alta | 92 | 78 | 122 | 105 | 65 | 136 | 77 | 121 | 90 | 103 |
| Clase Soc. Subjetiva: | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 114 | 91 | 112 | 114 | 112 | 86 | 108 | 100 | 90 | 102 |
| Media | 96 | 92 | 97 | 99 | 106 | 104 | 102 | 102 | 96 | 94 |
| Baja | 89 | 87 | 85 | 103 | 89 | 89 | 103 | 80 | 80 | 85 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 107 | 97 | 110 | 116 | 116 | 110 | 114 | 111 | 104 | 105 |
| Centro Izquierda | 109 | 96 | 101 | 110 | 115 | 111 | 100 | 110 | 111 | 105 |
| Centro | 91 | 90 | 103 | 95 | 107 | 97 | 100 | 91 | 101 | 96 |
| Centro Derecha | 89 | 70 | 83 | 84 | 87 | 94 | 101 | 92 | 75 | 75 |
| Derecha | 70 | 74 | 81 | 83 | 83 | 77 | 77 | 83 | 70 | 77 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 100 | 91 | 95 | 99 | 114 | 100 | 110 | 102 | 95 | 94 |
| Urbano | 93 | 96 | 97 | 102 | 102 | 102 | 104 | 98 | 100 | 94 |
| Metropolitano | 92 | 83 | 98 | 96 | 95 | 102 | 94 | 103 | 82 | 91 |

Actitud ante el ahorro:

| | | | | | | | | | | |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Endeudado | 79 | 87 | 89 | 86 | 90 | 86 | 90 | 88 | 80 | 91 |
| Vive al día | 93 | 86 | 91 | 96 | 99 | 99 | 101 | 95 | 91 | 90 |
| Ahorran | 108 | 107 | 112 | 116 | 122 | 112 | 112 | 114 | 104 | 102 |

Satisfacción con la vida:

| | | | | | | | | | | |
|--------------|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|----|
| Satisfecho | 98 | 93 | 100 | 102 | 109 | 104 | 108 | 103 | 95 | 99 |
| Indiferente | 72 | 80 | 90 | 87 | 93 | 90 | 77 | 101 | 94 | 84 |
| Insatisfecho | 75 | 84 | 78 | 88 | 76 | 84 | 84 | 82 | 82 | 61 |

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 y se van a analizar este curso 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 y la satisfacción general con la vida que llevan los españoles. Sobre 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, por lo que se utiliza como variable explicativa en este análisis.

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 algunos de los gastos mensuales que se pueden producir normalmente en los hogares. Al tener datos mensuales para tres 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 precedente 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. Sin embargo, este curso se está preguntando mensualmente por cinco partidas, tres de las cuales se incluyen todos los meses (gastos de casa, alimentación y gasolina) y las otras dos varían cada mes. En concreto este mes de abril se ha incluido los gastos en las vacaciones de Semana Santa y en productos de belleza y aseo.

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 y en alimentación en casa. Un 28% no gastó nada en gasolina y un 10% no destinó nada de su

presupuesto mensual de marzo a productos de belleza. El menor gasto este mes se ha dado en los gastos en las vacaciones de Semana Santa, ya que el 55% de la población no destinó nada de su presupuesto mensual del mes de marzo a este tipo de gastos.

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 gasolina, varía desde un 6 por ciento en los hogares de status socioeconómico alto, hasta un 74 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 similar en los tres niveles de hábitat. 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 50 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.

Por otra parte, parece que a todos los hogares no les afectan por igual los gastos en productos de belleza y Aseo, pero el 90% reconocen haber gastado algo en este tipo de pagos. La proporción de los que no han gastado nada en productos de belleza es mayor entre los individuos de menor nivel socioeconómico, posición social y los de más edad, pero en todos los segmentos éste gasto es muy reducido, si existe. Así, quienes gastan algo en estos productos son en mayor medida las personas de clase alta y status alto, los menores de 50 años, los de posición social alta o muy baja y los postmaterialistas.

Por último, el 55% de los encuestados dicen no haber gastado nada para sus vacaciones de Semana Santa, y quienes en mayor medida gastaron algo en esto son quienes ahorran, los de clase alta, los habitantes de zonas metropolitanas, los de status alto, los varones, los menores de 50 años, los individuos de nivel social medio alto y los postmaterialistas.

La proporción de hogares que gastó algo en gasolina, Semana Santa y Productos de Belleza 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, y gastos corrientes de casa, gastos 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 gastan algo son, curiosamente, los

que más ahorran por lo que respecta a gasolina y a las vacaciones de Semana Santa, lo que demuestra su alto nivel económico, pero no en los demás servicios incluidos este mes.

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, a las vacaciones y a la gasolina, mientras que en muy pocos casos llega a las 20.000 pesetas mensuales el gasto en productos de belleza.

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 cinco 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 menor en productos de belleza. 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 cinco artículos. Ello se pone de manifiesto, por otra parte, en los menores (y aún así importantes) coeficientes de variación en el gasto en alimentación y en gastos corrientes de casa, y en los grandes coeficientes de variación en el resto de los productos de consumo o servicios suscitados.

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 10 por ciento de los entrevistados gasta en esto al mes más de 30.000 pesetas. Además, el 12% de los entrevistados afirman gastar menos de 5.000 ptas. en su lugar de residencia. En relación al valor obtenido en el último sondeo del mes de marzo la media de los gastos de casa ha disminuido levemente y el coeficiente de variación es sin embargo mayor. El valor medio para este tipo de gastos ha sido de 15.400 ptas. al mes, con un coeficiente de variación de 113%, por lo que se puede deducir que existen ciertas diferencias en los hogares al respecto.

En cuanto a los gastos en alimentación el presupuesto es en este caso también menor al registrado el pasado mes de marzo, pero el 39% de los hogares españoles gastan en productos alimenticios más de 40.000 pesetas al mes; el coeficiente de variación es en este caso el más bajo (51%) y es algo inferior al registrado en marzo. El valor medio es pues de 42.900 ptas. al mes, valor que es netamente superior al del último sondeo.

El presupuesto mensual en gasolina, resulta ser este mes algo más alto que en marzo, ya que el 17% de los hogares gastan menos de 5.000 pesetas al mes en gasolina. En este caso, el coeficiente de variación es superior al del último sondeo, y el valor medio de gasto en gasolina ha sido de 6.400 ptas. al mes, lo que supone un notable ascenso de este tipo de gastos, que es sin duda bastante desigual en el conjunto de los hogares (219% de coeficiente de variación) y que debe estar influido por los viajes de Semana Santa.

El gasto en Productos de Belleza y Aseo afecta sólo a una cuarta parte de los entrevistados y el valor medio de gasto mensual en estos servicios ha sido de 3.800 ptas. al mes. En este caso, el coeficiente de variación es elevado (244%). Sin embargo, el 52% de los encuestados gastaron menos de 5.000 pts. en estos productos y sólo un 4% gastaron al mes más de 10.000 ptas. en

productos de belleza. Esta es la primera vez que se ha preguntado por estos gastos, por lo que los datos no son comparables.

Por último, el gasto del mes pasado en las Vacaciones de Semana Santa se ha incluido también por primera vez, por lo que no es comparable. Este gasto afecta a un sector muy reducido de la población (45%), y los que gastaron algo de dinero el mes pasado en estos servicios destinaron una media de 7.000 pesetas a este fin. En este caso el coeficiente de variación es pronunciado (269%) y hay que resaltar que en el 8% de los hogares los gastos en las últimas vacaciones superaron las 20.000 pesetas mensuales.

Este curso se pretende medir el gasto que se produce en los hogares en los tres 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 dos de los tres artículos son inferiores a los registrados en el sondeo precedente. Así, al comparar los datos de este sondeo de abril con los correspondientes al sondeo de marzo (Cuadro 3.4.1.3.), se puede señalar que el gasto mensual promedio solo parece haber aumentado para los gastos en gasolina. En general, por lo tanto, se detecta un descenso del gasto este mes de abril en alojamiento y en alimentación.

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 todos los 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 cinco artículos propuestos. El análisis e interpretación de estos datos puede resumirse así:

- a) El gasto promedio por hogar en cada uno de los cinco artículos es mayor cuanto más alto es el nivel socioeconómico del hogar. Si se observan las diferencias de las pautas de consumo según el hábitat observamos que el promedio de gasto mensual en los cinco 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 cinco 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 dos de los cinco artículos, ya que en 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 aunque en general son más altas este mes, 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.
- c) Las razones más bajas se encuentran, según el status socioeconómico, en alimentación y productos de belleza. Ello significa que los hogares españoles difieren menos entre sí en el gasto promedio en estos dos 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 gasolina según el ISSEF.
- e) En general, y en base al criterio de la mayor o menor magnitud de la razón, puede afirmarse que los hogares españoles difieren poco entre sí, cuando se clasifican por su nivel socioeconómico, en lo que respecta al gasto promedio en estos bienes.
- f) Para contrastar las diferencias en el gasto promedio, puede servir de ejemplo mencionar que los hogares de status socioeconómico familiar alto gastan 8 veces más que los de status bajo en gasolina. En sentido opuesto, puede también observarse que los hogares de status alto gastan tres veces más en gastos de casa que los de status bajo. Y, por término medio, los hogares de status socioeconómico familiar alto gastan 2 veces más en alimentación que los de status socioeconómico bajo, tres veces más en Vacaciones de Semana Santa y dos veces más en productos de belleza y aseo.

El gasto promedio mensual que se realiza en los hogares en estos cinco 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 son menos prescindibles o que proporciona el Estado, pero en los gastos más superfluos 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 cinco 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 gasolina, belleza y vacaciones es mínimo, mientras que para los más jóvenes el gasto es sustancial en este tipo de bienes. Las personas que gastan más dinero al mes en todos los bienes o servicios son las que tienen entre 30 y 49 años.
- 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 cinco bienes. Aún así, en general, las mujeres parecen gastar algo más de dinero al mes en todos los bienes propuestos, salvo en gasolina y Vacaciones de Semana Santa.
- c) El status ocupacional del cabeza de familia 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 o medio y el menor gasto lo registran en todos los productos los jubilados, las amas de casa y/o parados. Además, las mayores diferencias de gasto entre las personas de status ocupacional alto y medio se registran para gastos de casa, gasolina, vacaciones y productos de belleza, mientras que el gasto mensual en alimentación en casa es similar entre las personas de status bajo, medio y alto.

Podemos concluir que, en relación con el sondeo de marzo, el gasto en los hogares españoles ha descendido para gastos de casa y de alimentación, y solo para alimentación en casa el gasto medio es este mes mayor al del mes pasado.

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 1990 | TOTAL | Gastos Casa | Aliment. Casa | Gasolina | Gastos Sema.Sta | Producto Bel/Aseo |
|--------------------------------|--------|-------------|---------------|----------|-----------------|-------------------|
| TOTAL | (1218) | 2 | 1 | 28 | 55 | 10 |
| CARACT. SOCIOEC. HOGARES | | | | | | |
| Actitud ante el Ahorro: | | | | | | |
| Endeudado | (122) | 1 | 1 | 36 | 57 | 8 |
| Viviendo al día | (727) | 2 | 1 | 30 | 60 | 11 |
| Ahorra | (342) | 2 | 1 | 20 | 47 | 8 |
| Clase Social Subjetiva: | | | | | | |
| Alta, Media Alta | (47) | - | - | 16 | 39 | 2 |
| Media, Media Baja | (1003) | 2 | 1 | 24 | 54 | 10 |
| Baja | (128) | 2 | 1 | 57 | 70 | 17 |
| Hábitat: | | | | | | |
| Rural | (303) | 4 | - | 32 | 66 | 11 |
| Urbano | (574) | 1 | 1 | 26 | 54 | 10 |
| Metropolitano | (339) | 1 | 1 | 27 | 48 | 10 |
| Status Socioeconómico | | | | | | |
| Familiar: | | | | | | |
| Alto, Medio Alto | (220) | 2 | 1 | 6 | 41 | 6 |
| Medio | (637) | 2 | 1 | 22 | 54 | 8 |
| Medio Bajo | (284) | 3 | 1 | 44 | 64 | 15 |
| Bajo | (77) | 4 | - | 74 | 74 | 17 |
| CARACT. SOCIOEC. INIDIV.: | | | | | | |
| Sexo: | | | | | | |
| Varón | (585) | 3 | 1 | 24 | 54 | 9 |
| Mujer | (633) | 1 | 1 | 31 | 56 | 11 |

| | | | | | | |
|---------------------------|-------|---|---|----|----|----|
| Edad: | | | | | | |
| Menos 30 años | (316) | 3 | 2 | 19 | 38 | 6 |
| 30 a 49 años | (427) | 2 | 1 | 16 | 55 | 8 |
| 50 a 64 años | (276) | 3 | - | 34 | 64 | 14 |
| 65 y más años | (199) | 1 | * | 58 | 70 | 15 |
| Posición Social: | | | | | | |
| Muy baja | (50) | 4 | - | 44 | 61 | 13 |
| Baja | (400) | 3 | 1 | 41 | 64 | 14 |
| Media | (526) | 2 | 1 | 24 | 53 | 7 |
| Alta | (208) | 2 | * | 11 | 42 | 8 |
| Muy alta | (35) | - | - | 8 | 65 | 8 |
| Post-Materialismo: | | | | | | |
| Materialistas | (822) | 3 | 1 | 31 | 57 | 11 |
| Postmaterialistas | (396) | 1 | * | 20 | 52 | 8 |

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 1990 | Gastos Casa | Aliment. Casa | Gasolina | Gastos en Productos Vac.Sem.S. Belle/Aseo | |
|-------------------------|------------------------|--------------------------|-----------------|--|------|
| Nada | 2% | 1% | 28% | 55% | 10% |
| Menos de 5.000 pts. | 12 | * | 17 | 5 | 52 |
| De 5.001 a 10.000 pts. | 26 | 2 | 20 | 6 | 12 |
| De 10.001 a 20.000 pts. | 20 | 7 | 8 | 4 | 2 |
| De 20.001 a 30.000 pts. | 7 | 13 | 2 | 3 | 1 |
| De 30.001 a 40.000 pts. | 4 | 13 | * | 1 | - |
| Más de 40.000 pts. | 6 | 39 | 2 | 4 | 1 |
| NS/NC | 24 | 24 | 25 | 22 | 23 |
| ----- | | | | | |
| Media | 15,4 | 42,9 | 6,4 | 7,0 | 3,8 |
| Coeficiente Variación | 113% | 51% | 219% | 269% | 241% |

Cuadro 3.4.1.3.

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

| | | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|----------------------------------|------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| - Gasto de Casa | x: | 14,0 | 14,1 | 16,8 | 16,6 | 12,7 | 14,0 | 15,9 | 17,0 | 15,9 | 15,4 |
| | CV: | 117% | 104% | 108% | 102% | 117% | 116% | 100% | 97% | 98% | 113% |
| - Ropa y calzado | x: | 6,3 | 6,4 | - | - | 7,4 | - | - | - | - | - |
| | CV:% | 94% | 97% | - | - | 131% | - | - | - | - | - |
| - Alimentación en casa | x: | 38,9 | 39,1 | 40,5 | 42,6 | 41,3 | 40,9 | 43,0 | 40,9 | 43,2 | 42,9 |
| | CV: | 50% | 52% | 52% | 48% | 49% | 49% | 49% | 49% | 52% | 51% |
| - Salud | x: | 2,8 | 2,8 | - | - | 3,1 | - | - | - | - | - |
| | CV: | 229% | 158% | - | - | 248% | - | - | - | - | - |
| - Gasolina | x: | 4,3 | 4,5 | 6,2 | 5,4 | 5,6 | 4,7 | 6,0 | 6,2 | 5,7 | 6,4 |
| | CV: | 135% | 154% | 191% | 193% | 196% | 197% | 195% | 194% | 197% | 219% |
| - Cuidado de su cuerpo | x: | 2,0 | 2,0 | - | 2,4 | - | - | - | - | - | - |
| | CV: | 146% | 116% | - | 275% | - | - | - | - | - | - |
| - Ocio y diversiones | x: | 4,5 | 5,6 | 7,2 | - | - | - | - | - | - | - |
| | CV: | 162% | 164% | 134% | - | - | - | - | - | - | - |
| - Pago deudas y créditos | x: | 6,9 | 6,4 | 8,1 | - | - | - | - | - | 8,8 | - |
| | CV: | 257% | 26% | 238% | - | - | - | - | - | 233% | - |
| - Prod. para el hogar | x: | 3,8 | 3,5 | - | - | - | 3,8 | - | - | - | - |
| | CV: | 141% | 105% | - | - | - | 137% | - | - | - | - |
| | CV: | 195% | 236% | - | 220% | - | - | - | - | - | - |
| - Libros | x: | - | - | - | - | - | 2,1 | - | - | - | - |
| | CV: | - | - | - | - | - | 240% | - | - | - | - |
| - Regalos de Navidad | x: | - | - | - | - | - | - | 15,8 | - | - | - |
| | CV: | - | - | - | - | - | - | 132% | - | - | - |
| - Ocio y Vacaciones | x: | - | - | - | - | - | - | 11,4 | - | - | - |
| | CV: | - | - | - | - | - | - | 203% | - | - | - |
| - Rebajas | x: | - | - | - | - | - | - | - | 5,2 | - | - |
| | CV: | - | - | - | - | - | - | - | 270% | - | - |
| - Cenar y comer fuera de casa | x: | - | - | - | - | - | - | - | 4,8 | - | - |
| | CV: | - | - | - | - | - | - | - | 288% | - | - |

| | | | | | | | | | | | |
|--|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|------|------|
| -Servicio Doméstico | x: | - | - | - | - | - | - | - | - | 3,6 | - |
| | CV: | - | - | - | - | - | - | - | - | 444% | - |
| - Productos de Belleza y Aseo | x: | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 3,8 |
| | CV: | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 241% |
| -Gastos en Vacaciones de Semana Santa | x: | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 7,0 |
| | CV: | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 269% |

Cuadro 3.4.1.4.

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

| ABRIL 1990 | TOTAL | Gastos de Casa | | Alimentación Casa | | Gasolina | |
|--|--------|----------------|-------|-------------------|------|----------|-------|
| | | X | CV | X | CV | X | CV |
| TOTAL | (1218) | 15.4 | 112.9 | 42.9 | 51.5 | 6.4 | 219.2 |
| Sexo: | | | | | | | |
| Varón | (585) | 14.8 | 116.1 | 42.7 | 48.9 | 6.8 | 192.6 |
| Mujer | (633) | 16.0 | 110.3 | 43.1 | 53.4 | 6.1 | 246.8 |
| Edad: | | | | | | | |
| Menos 30 años | (316) | 17.8 | 110.8 | 41.0 | 51.3 | 7.6 | 194.2 |
| 30 a 49 años | (427) | 18.6 | 103.9 | 50.8 | 42.9 | 9.1 | 178.5 |
| 50 a 64 años | (276) | 12.2 | 94.2 | 41.5 | 51.4 | 4.1 | 254.8 |
| 65 y mas años | (199) | 9.7 | 143.7 | 30.0 | 59.3 | 2.0 | 524.8 |
| Posición Social: | | | | | | | |
| Muy baja | (50) | 5.4 | 111.4 | 26.4 | 58.7 | 4.2 | 352.9 |
| Baja | (400) | 10.8 | 127.0 | 36.5 | 55.1 | 4.4 | 319.3 |
| Media | (526) | 17.4 | 104.7 | 46.1 | 47.8 | 6.5 | 204.9 |
| Alta | (208) | 19.9 | 98.0 | 49.0 | 45.4 | 9.3 | 164.7 |
| Muy alta | (35) | 24.5 | 83.8 | 55.8 | 35.1 | 12.0 | 90.1 |
| Razón (Alto:Bajo) | | 4,5 | | 2,1 | | 2,9 | |
| Hábitat: | | | | | | | |
| Rural | (303) | 9.6 | 112.3 | 37.7 | 50.5 | 5.2 | 214.1 |
| Urbano | (574) | 15.9 | 115.9 | 44.6 | 52.0 | 6.7 | 229.7 |
| Metropolitano | (339) | 20.0 | 95.3 | 44.8 | 49.4 | 7.1 | 201.7 |
| Status Socioeconómico Familiar: | | | | | | | |
| Alto, Medio Alto | (220) | 20.2 | 96.7 | 52.0 | 43.7 | 11.0 | 151.7 |
| Medio | (637) | 16.2 | 106.6 | 46.1 | 46.6 | 6.5 | 197.4 |
| Medio Bajo | (284) | 12.2 | 135.1 | 34.1 | 53.0 | 3.9 | 361.0 |

| | | | | | | | |
|-----------------------------------|-------|------|-------|------|------|------|-------|
| Bajo | (77) | 6.9 | 98.2 | 21.8 | 51.2 | 1.4 | 815.3 |
| Razón (Alto:Bajo) | | 2,9 | | 2,3 | | 7,8 | |
| Status Ocup. Cab. Familia: | | | | | | | |
| Alto | (103) | 27.3 | 91.6 | 47.8 | 47.8 | 11.3 | 155.4 |
| Medio | (622) | 15.5 | 98.0 | 47.5 | 47.2 | 7.8 | 172.0 |
| Bajo | (71) | 13.5 | 110.0 | 41.6 | 47.2 | 3.1 | 282.8 |
| En paro | (38) | 16.0 | 118.7 | 40.7 | 49.5 | 5.0 | 337.8 |
| Ama de casa | (1) | 7.0 | 8.0 | 34.8 | 8.0 | - | - |
| Jubilado | (371) | 11.7 | 134.7 | 34.6 | 55.7 | 3.0 | 374.1 |

Cuadro 3.4.1.4. (Continuación)

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

| ABRIL 1990 | TOTAL | Gastos Semana Santa | | Prod. Belleza y Aseo | |
|-------------------------|--------|---------------------|-------|----------------------|-------|
| | | X | CV | X | CV |
| TOTAL | (1218) | 7.0 | 268.9 | 3.8 | 240.7 |
| Sexo: | | | | | |
| Varón | (585) | 7.2 | 260.6 | 3.7 | 216.3 |
| Mujer | (633) | 6.9 | 276.9 | 4.0 | 256.2 |
| Edad: | | | | | |
| Menos 30 años | (316) | 9.9 | 200.0 | 4.2 | 222.9 |
| 30 a 49 años | (427) | 9.8 | 231.8 | 4.3 | 211.3 |
| 50 a 64 años | (276) | 3.6 | 403.5 | 3.9 | 300.9 |
| 65 y mas años | (199) | 1.4 | 602.1 | 2.1 | 130.7 |
| Posición Social: | | | | | |
| Muy baja | (50) | 1.7 | 400.0 | 2.0 | 76.1 |
| Baja | (400) | 3.9 | 428.0 | 3.1 | 266.0 |
| Media | (526) | 6.5 | 252.2 | 3.9 | 234.7 |
| Alta | (208) | 14.9 | 173.2 | 5.0 | 232.2 |
| Muy alta | (35) | 7.2 | 289.2 | 7.2 | 151.1 |
| Razón (Alto:Bajo) | | 4,2 | | 3,6 | |
| Hábitat: | | | | | |
| Rural | (303) | 3.5 | 401.6 | 2.4 | 102.7 |
| Urbano | (574) | 7.2 | 266.8 | 4.8 | 252.7 |
| Metropolitano | (339) | 9.8 | 218.7 | 3.7 | 209.3 |
| Razón (Alto:Bajo) | | 2,8 | | 1,5 | |

Status Socioeconómico**Familiar:**

| | | | | | |
|------------------|-------|------|-------|-----|-------|
| Alto, Medio Alto | (220) | 17.4 | 159.9 | 6.7 | 210.4 |
| Medio | (637) | 5.7 | 277.8 | 3.4 | 205.1 |
| Medio Bajo | (284) | 3.3 | 468.8 | 3.1 | 308.4 |
| Bajo | (77) | 1.1 | 489.2 | 1.6 | 51.7 |

Status Ocup. Cab. Familia:

| | | | | | |
|-------------|-------|------|-------|-----|-------|
| Alto | (103) | 15.7 | 165.5 | 6.2 | 209.0 |
| Medio | (622) | 8.4 | 234.2 | 3.9 | 191.3 |
| Bajo | (71) | 1.3 | 299.8 | 3.6 | 329.8 |
| En paro | (38) | 4.8 | 231.0 | 5.4 | 309.3 |
| Ama de casa | (1) | - | - | 2.0 | 8.0 |
| Jubilado | (371) | 3.9 | 430.3 | 3.0 | 293.3 |

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 aparición de nuevos valores sociales, al considerar como "naturales" valores que años atrás eran sólo aspiraciones. 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 4% de la población española y los que se sienten satisfechos son este mes el 74% 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 12% 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 9% 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 (78% 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.

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 de 1.988, los valores de este índice han oscilado entre 160 y 174 puntos, como se puede comprobar en el Cuadro 3.4.2.1.. Así, la proporción de individuos satisfechos es considerable para el conjunto de la población española. Los acontecimientos políticos, económicos y sociales de los últimos meses quedan reflejados en este indicador, ya que el pesimismo reinante en el terreno económico, anteriormente comentado, parece afectar a este indicador. El I.S.V. ha descendido este mes 10 puntos, alcanzando uno de los máximos niveles registrados por este indicador.

En el Cuadro 3.4.2.2. podemos ver la evolución del I.S.V. diferenciando a la población según sus características socioeconómicas. Este mes, las mujeres parecen estar igual de satisfechas que los varones, y por edades, los más satisfechos este mes parecen ser los individuos que tienen menos de 30 años. En lo que se refiere a la posición social, se detecta que los de posición social muy alta son los que se sienten más satisfechos de su vida, así como los que tienen un status socioeconómico familiar superior. Además, se observa una mayor satisfacción con la vida entre los trabajadores del sector privado por cuenta ajena, y los menos satisfechos son, lógicamente, los parados. La satisfacción con la vida es este mes superior en el medio urbano. Por lo que respecta a la ideología, los más satisfechos con sus vidas son este mes los individuos de centro izquierda; en cuanto a la educación los más satisfechos son los de educación media, y parecen más satisfechos los individuos post- materialistas como suele ser normal. 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 se ha reducido levemente el nivel de 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 mayor de variables explicativas. 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 más jóvenes, hecho que éste mes se pone de manifiesto también en España según nuestros datos. Además, parece evidente, como constata Inglehart, que las personas más satisfechas de su vida son las que están casadas, siendo las menos satisfechas las personas viudas, pues este hecho se ha confirmado en todos los sondeos ASEP.

En la escala de posición social los mayores niveles de satisfacción se detectan entre los de posición social alta, y los menos satisfechos, de forma relativa, parecen ser los individuos de posición social muy baja. Además, 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 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 se ve una mayor satisfacción con la vida entre los individuos que tienen un nivel ocupacional 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 privado por cuenta ajena, pero también es alta la satisfacción vital de los activos que trabajan en el sector público.

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 media, 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 no 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 izquierda y el mayor grado de insatisfacción "relativa" recae en los individuos de derecha. 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, y este mes los datos para España confirman ésta hipótesis.

En España, los post-materialistas parecen estar algo más satisfechos con su vida que los materialistas, y los más optimistas o indiferentes ante su situación económica 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 en general.

Como se ha podido observar, la mayoría de las variables que explican la satisfacción con la vida en general coinciden con las encontradas en otros países y en sondeos anteriores, siendo mínimas las diferencias que resultan para España. 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. Se puede afirmar que, en general, los españoles se sienten satisfechos de la vida que llevan, a pesar del pronunciado descenso que se ha registrado este mes en este indicador.

Cuadro 3.4.2.1.

Nivel de Satisfacción con la Vida

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Muy Satisfechos | 6% | 6% | 5% | 5% | 4% | 4% | 5% | 5% | 6% | 4% |
| Satisfechos | 75 | 75 | 75 | 76 | 75 | 78 | 75 | 77 | 79 | 74 |
| Indiferentes | 2 | 2 | 7 | 5 | 7 | 5 | 6 | 6 | 5 | 7 |
| Insatisfechos | 14 | 14 | 11 | 11 | 12 | 10 | 11 | 11 | 9 | 12 |
| Muy Insatisfechos | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| NS/NC | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |
| I.S.V. | 166 | 166 | 169 | 169 | 167 | 173 | 168 | 170 | 174 | 164 |

Cuadro 3.4.2.2.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 166 | 166 | 169 | 169 | 167 | 173 | 168 | 170 | 174 | 164 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 165 | 166 | 171 | 171 | 165 | 173 | 169 | 169 | 172 | 164 |
| Mujeres | 167 | 165 | 167 | 167 | 168 | 172 | 168 | 171 | 176 | 164 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 162 | 172 | 169 | 167 | 174 | 180 | 177 | 175 | 175 | 174 |
| 30 a 49 años | 163 | 167 | 170 | 171 | 163 | 173 | 169 | 168 | 173 | 165 |
| 50 a 64 años | 168 | 158 | 166 | 169 | 161 | 169 | 161 | 165 | 176 | 156 |
| 65 y más años | 175 | 165 | 170 | 166 | 169 | 166 | 163 | 173 | 174 | 158 |
| Posición social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 166 | 153 | 175 | 174 | 164 | 175 | 155 | 170 | 181 | 149 |
| Baja | 165 | 167 | 168 | 164 | 170 | 170 | 169 | 169 | 172 | 163 |
| Media | 163 | 163 | 168 | 168 | 166 | 175 | 166 | 170 | 175 | 163 |
| Alta | 177 | 176 | 171 | 180 | 160 | 169 | 178 | 170 | 176 | 171 |
| Muy alta | 167 | 161 | 178 | 177 | 171 | 183 | 168 | 178 | 165 | 169 |
| Status Socioeconómico | | | | | | | | | | |
| Familiar: | | | | | | | | | | |
| Alto, Medio Alto | 179 | 184 | 176 | 180 | 176 | 183 | 180 | 176 | 181 | 176 |
| Medio | 167 | 167 | 172 | 172 | 168 | 178 | 172 | 172 | 178 | 167 |
| Medio bajo | 162 | 166 | 161 | 165 | 162 | 162 | 157 | 166 | 163 | 158 |
| Bajo | 157 | 126 | 155 | 131 | 152 | 153 | 147 | 155 | 157 | 127 |
| Sector Económico: | | | | | | | | | | |
| No Activos | 168 | 163 | 170 | 167 | 168 | 174 | 166 | 170 | 177 | 164 |
| En Paro | 121 | 147 | 130 | 139 | 161 | 156 | 131 | 149 | 160 | 138 |
| Sector Público | 170 | 178 | 179 | 175 | 172 | 180 | 179 | 173 | 187 | 170 |
| Sector Priv. c/A. | 168 | 172 | 174 | 174 | 168 | 175 | 177 | 171 | 171 | 172 |
| Sector Priv. c/P. | 176 | 162 | 159 | 174 | 150 | 162 | 170 | 177 | 171 | 148 |

| | | | | | | | | | | |
|---------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 164 | 168 | 173 | 172 | 178 | 169 | 170 | 171 | 177 | 164 |
| Urbano | 168 | 169 | 174 | 168 | 161 | 176 | 170 | 170 | 172 | 165 |
| Metropolitano | 164 | 159 | 157 | 167 | 165 | 172 | 164 | 169 | 176 | 163 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 168 | 157 | 165 | 170 | 160 | 167 | 168 | 170 | 170 | 162 |
| Centro izquierda | 176 | 172 | 168 | 172 | 179 | 185 | 176 | 172 | 176 | 180 |
| Centro | 167 | 175 | 181 | 176 | 166 | 175 | 170 | 165 | 183 | 168 |
| Centro derecha | 170 | 189 | 166 | 176 | 176 | 180 | 175 | 177 | 172 | 165 |
| Derecha | 148 | 174 | 178 | 170 | 154 | 164 | 177 | 172 | 179 | 152 |
| NS/NC | 163 | 162 | 167 | 162 | 167 | 173 | 161 | 169 | 172 | 160 |
| Educación: | | | | | | | | | | |
| Baja | 168 | 164 | 166 | 167 | 165 | 170 | 167 | 168 | 174 | 160 |
| Media | 165 | 169 | 174 | 172 | 165 | 182 | 168 | 175 | 176 | 174 |
| Alta | 161 | 174 | 173 | 172 | 178 | 170 | 176 | 171 | 174 | 171 |
| Post-Materialismo: | | | | | | | | | | |
| Materialista | 165 | 165 | 172 | 171 | 167 | 173 | 167 | 168 | 171 | 171 |
| Postmaterialista | 168 | 168 | 162 | 162 | 166 | 171 | 172 | 174 | 182 | 184 |

Cuadro 3.4.2.3.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 81 | 82 | 81 | 81 | 79 | 83 | 81 | 82 | 84 | 78 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 81 | 82 | 81 | 83 | 78 | 83 | 81 | 82 | 83 | 77 |
| Mujeres | 82 | 81 | 80 | 80 | 80 | 83 | 80 | 82 | 85 | 78 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 79 | 85 | 81 | 80 | 83 | 88 | 85 | 84 | 85 | 84 |
| 30-41 años | 80 | 81 | 81 | 83 | 78 | 83 | 82 | 82 | 84 | 78 |
| 50-64 años | 82 | 78 | 79 | 80 | 75 | 80 | 77 | 78 | 85 | 73 |
| 65 y más años | 85 | 81 | 82 | 80 | 81 | 77 | 77 | 82 | 83 | 73 |
| Estado Civil: | | | | | | | | | | |
| Soltero | 76 | 79 | 75 | 78 | 79 | 84 | 78 | 82 | 83 | 77 |
| Casado | 84 | 84 | 84 | 84 | 80 | 84 | 83 | 83 | 86 | 80 |
| Viudo | 77 | 76 | 73 | 72 | 75 | 81 | 71 | 72 | 77 | 62 |
| Otros | 68 | 66 | 80 | 66 | 74 | 66 | 83 | 64 | 82 | 76 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 79 | 77 | 84 | 87 | 81 | 82 | 76 | 77 | 87 | 68 |
| Baja | 81 | 82 | 81 | 79 | 80 | 82 | 80 | 81 | 82 | 77 |
| Media | 80 | 80 | 80 | 80 | 79 | 85 | 80 | 82 | 85 | 78 |
| Alta | 88 | 87 | 81 | 88 | 75 | 80 | 86 | 83 | 86 | 82 |
| Muy Alta | 84 | 78 | 83 | 86 | 82 | 87 | 82 | 85 | 80 | 76 |
| Status Socioeconómico: | | | | | | | | | | |
| Alto, Medio Alto | 89 | 92 | 86 | 80 | 85 | 90 | 87 | 85 | 89 | 84 |
| Medio | 82 | 82 | 82 | 72 | 80 | 86 | 83 | 83 | 86 | 79 |
| Medio Bajo | 80 | 82 | 76 | 65 | 76 | 77 | 74 | 79 | 78 | 75 |
| Bajo | 77 | 62 | 73 | 31 | 70 | 71 | 70 | 73 | 70 | 55 |
| Status Ocupacional: | | | | | | | | | | |
| Alto | 91 | 88 | 78 | 87 | 85 | 78 | 90 | 88 | 89 | 86 |
| Medio | 83 | 84 | 83 | 86 | 79 | 84 | 87 | 82 | 83 | 77 |
| Bajo | 77 | 81 | 87 | 74 | 69 | 79 | 72 | 87 | 89 | 84 |

| | | | | | | | | | | |
|--------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Paro | 59 | 71 | 57 | 69 | 76 | 76 | 60 | 72 | 76 | 66 |
| Ama de casa | 83 | 83 | 82 | 84 | 80 | 85 | 80 | 84 | 87 | 81 |
| Jubilado | 83 | 76 | 77 | 74 | 79 | 79 | 78 | 76 | 81 | 70 |
| Sector Económico: | | | | | | | | | | |
| No activos | 82 | 80 | 81 | 80 | 80 | 84 | 80 | 81 | 85 | 78 |
| Parados | 59 | 71 | 57 | 69 | 76 | 76 | 60 | 72 | 76 | 66 |
| Sus Labores | 85 | 88 | 85 | 85 | 80 | 87 | 85 | 84 | 93 | 81 |
| Sector Priv. c/ajena | 82 | 84 | 84 | 84 | 79 | 83 | 86 | 83 | 83 | 83 |
| Sector Priv. c/propia | 85 | 80 | 76 | 84 | 70 | 77 | 82 | 86 | 83 | 68 |
| Educación: | | | | | | | | | | |
| Baja | 82 | 81 | 79 | 80 | 78 | 81 | 80 | 80 | 84 | 75 |
| Media | 82 | 83 | 84 | 84 | 79 | 89 | 80 | 85 | 86 | 83 |
| Alta | 80 | 86 | 83 | 84 | 86 | 80 | 86 | 83 | 84 | 81 |

Cuadro 3.4.2.3. (Continuación)

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 81 | 82 | 81 | 81 | 79 | 83 | 81 | 82 | 84 | 78 |
| Clase Social: | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 88 | 87 | 90 | 89 | 91 | 90 | 91 | 96 | 89 | 88 |
| Media | 83 | 83 | 82 | 83 | 81 | 85 | 82 | 82 | 85 | 79 |
| Baja | 72 | 70 | 66 | 64 | 63 | 67 | 72 | 63 | 76 | 66 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 80 | 83 | 83 | 84 | 86 | 81 | 82 | 81 | 85 | 76 |
| Urbano | 82 | 83 | 84 | 81 | 75 | 85 | 82 | 82 | 84 | 78 |
| Metropolitano | 81 | 78 | 73 | 80 | 79 | 82 | 78 | 81 | 85 | 78 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 83 | 78 | 78 | 82 | 78 | 80 | 81 | 83 | 83 | 76 |
| Centro Izqda. | 87 | 85 | 80 | 83 | 85 | 90 | 86 | 82 | 86 | 86 |
| Centro | 82 | 86 | 88 | 84 | 79 | 85 | 83 | 79 | 88 | 78 |
| Centro Dcha. | 83 | 93 | 82 | 85 | 85 | 83 | 84 | 85 | 86 | 77 |
| Derecha | 72 | 86 | 86 | 83 | 72 | 78 | 86 | 84 | 88 | 70 |
| Práctica Religiosa: | | | | | | | | | | |
| Alta | 84 | 83 | 86 | 85 | 78 | 84 | 82 | 87 | 86 | 75 |
| Media | 83 | 83 | 80 | 78 | 81 | 82 | 78 | 84 | 86 | 84 |
| Baja | 80 | 80 | 78 | 82 | 81 | 82 | 82 | 79 | 83 | 75 |
| Post-Materialismo: | | | | | | | | | | |
| Materialistas | 81 | 81 | 82 | 83 | 79 | 83 | 80 | 81 | 85 | 75 |
| Post-materialistas | 83 | 83 | 78 | 78 | 79 | 82 | 82 | 84 | 84 | 82 |
| Optimismo/Pesimismo: | | | | | | | | | | |
| Optimistas | 84 | 84 | 84 | 84 | 86 | 88 | 85 | 86 | 88 | 86 |
| Indiferentes | 86 | 85 | 83 | 84 | 82 | 84 | 83 | 85 | 86 | 80 |
| Pesimistas | 70 | 71 | 72 | 70 | 63 | 74 | 70 | 67 | 76 | 62 |
| Propensión al ahorro: | | | | | | | | | | |
| Endeudados | 72 | 78 | 69 | 70 | 63 | 74 | 68 | 68 | 76 | 56 |
| Viven al día | 81 | 79 | 79 | 80 | 78 | 81 | 79 | 80 | 83 | 77 |
| Ahorran | 88 | 89 | 90 | 89 | 88 | 90 | 90 | 90 | 91 | 87 |

Satisf./Democracia:

| | | | | | | | | | | |
|--------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Satisfecho | 87 | 86 | 85 | 85 | 84 | 87 | 87 | 85 | 87 | 84 |
| Indiferente | 80 | 75 | 75 | 76 | 76 | 79 | 68 | 79 | 79 | 74 |
| Insatisfecho | 71 | 74 | 75 | 72 | 66 | 73 | 70 | 76 | 81 | 67 |

Satisf./Gobierno:

| | | | | | | | | | | |
|--------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Satisfecho | 88 | 86 | 84 | 87 | 86 | 87 | 87 | 84 | 89 | 83 |
| Indiferente | 81 | 83 | 77 | 75 | 73 | 81 | 80 | 84 | 79 | 71 |
| Insatisfecho | 76 | 77 | 78 | 77 | 72 | 76 | 74 | 77 | 81 | 74 |

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 cuestiones relativas 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 las frases relativas a la reforma fiscal y a las consecuencias para España de la unión de las dos Alemanias. Por otra parte, los entrevistados demuestran un interés o conocimiento alto por las cuestiones sugeridas relativas a la prohibición de las huelgas en los servicios públicos y a la política del Gobierno. 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.

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. Dos de las frases propuestas este mes suscitan controversia por aproximarse el acuerdo al desacuerdo, y de las otras dos una se traduce en un relativo acuerdo y otra en un relativo desacuerdo.

Sobre la frase "La reforma fiscal prevista por el Gobierno sólo servirá para que todos paguemos más a Hacienda" opina el 70% de la población y, mientras que un 42% de los entrevistados se muestran de acuerdo, un 20% están en desacuerdo, lo que implica un relativo acuerdo. Así, solo el 8 por ciento de los entrevistados parecen indiferentes ante esta afirmación. El acuerdo que suscita esta frase no es unánime y no se pone de relieve en todos los segmentos de la población, (Cuadro 3.5.1.2). En la mayoría de los estratos sociales se percibe cierto acuerdo con esta frase, pero para los más jóvenes y los de más edad, los de menor posición social, los de izquierda, los habitantes del campo, y los satisfechos con el Gobierno, la frase resulta altamente controvertida. En realidad, los españoles creen que la reforma fiscal servirá para pagar más, pero esta actitud no es unánime.

La frase "La unión de las dos Alemanias tendrá consecuencias negativas para la economía española" provoca cierto desacuerdo en la población, pero dicho desacuerdo no es claro en todos los segmentos sociales. Así, un 14% dicen estar de acuerdo, y un 34% no lo están, pero en este caso un 43% no opinan al respecto, y un 9% parecen indiferentes, por lo que la saliencia de esta frase se puede calificar como bastante baja. La mayoría de los españoles no saben qué consecuencias tendrá para España la unión alemana, y sólo los encuestados que son varones, los de menos de 30 años, los de posición social media y alta, los de izquierda, centro izquierda y derecha, los habitantes de zonas urbanas y los satisfechos con el gobierno mantienen cierto desacuerdo al respecto, pero en todos los demás estratos domina la controversia. La unión de las dos Alemanias y sus consecuencias son sin duda inciertas para la mayoría de los españoles.

Al pedir a la opinión pública su actitud ante la frase "El Gobierno debería prohibir las huelgas de servicios públicos, como por ejemplo, transportes, limpieza, sanidad, etc.", la población tiene una actitud controvertida con tendencia al desacuerdo. Así, mientras que un 33% de los españoles están de acuerdo, un 50% no lo están y sólo un 18% prefirieron no opinar o se mostraron indiferentes. La controversia es unánime en casi todos los segmentos de la población, pero no en todos los casos con tendencia al desacuerdo. En efecto, sólo los varones, los más jóvenes, los individuos de posición social muy alta y alta, y los de izquierda parecen estar en claro desacuerdo con esta frase, mientras que las personas más de derecha y de más edad optan por el acuerdo dentro de la controversia. Por tanto, los españoles no ven de forma muy clara el que se deban prohibir las huelgas de servicios públicos y, además, gran parte de la población estaría en contra de esta medida.

Para terminar se preguntó también por la opinión de los entrevistados sobre la política económica del Gobierno. Así, la mayoría de los españoles parecen mostrar una actitud controvertida con la frase "Se diga lo que se diga, la política económica del Gobierno es la mejor posible en estos momentos", ya que un 24% se mostraron de acuerdo y un 40% en desacuerdo, pero además hay que recordar que el 26% no opinaron al respecto, y un 9% parecen indiferentes. En este caso, la actitud de los distintos segmentos de la sociedad es también bastante heterogénea. En efecto, en todos los segmentos no domina la controversia con tendencia al desacuerdo. Así, los varones, los menores de 50 años, los de posición social alta y muy alta, los de centro, centro derecha y derecha, los habitantes de zonas metropolitanas y los insatisfechos con el Gobierno están en claro desacuerdo con esta frase. En realidad, los españoles tienen claro que la política económica del Gobierno no es la mejor posible.

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 consideran que la reforma fiscal sólo servirá para que todos paguemos más a Hacienda, pero no creen que la unión alemana tenga consecuencias económicas negativas para nuestra economía. Sin embargo, la opinión de los españoles está dividida respecto a la prohibición de las huelgas de servicios públicos y respecto a la bondad de la política económica del Gobierno.

Cuadro 3.5.1.1.

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

| ABRIL 1990 | Muy de Acuerdo | Acuerdo | Indi- ferente | Desacuerdo | Muy Desacuerdo | NS/NC | Índice A - D |
|--|---------------------------|----------------|--------------------------|-------------------|---------------------------|--------------|-------------------------|
| (1) El Gobierno debería prohibir las huelgas de servicios públicos, como por ejemplo transportes, servicios de limpieza, sanidad, etc..... | 5% | 28 | 6 | 36 | 14 | 12 | -17 |
| (2) La reforma fiscal prevista por el Gobierno solo servirá para que todos paguemos más a Hacienda..... | 6% | 36 | 8 | 16 | 4 | 30 | +23 |
| (3) La unión de las dos Alemanias tendrá consecuencias negativas para la economía española..... | 2% | 12 | 9 | 28 | 6 | 43 | -21 |
| (4) Se diga lo que se diga, la política económica del Gobierno es la mejor posible en estos momentos..... | 1% | 23 | 9 | 32 | 8 | 26 | -17 |

Cuadro 3.5.1.2.

**Índice de Acuerdo-Desacuerdo con Respecto a Diversas
Frases Relativas a Cuestiones Económicas, por
Características Socioeconómicas.**

| ABRIL 1990 | (1) | (2) | (3) | (4) |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| TOTAL | -17 | 23 | -21 | -17 |
| Sexo: | | | | |
| Varón | -27 | 24 | -23 | -25 |
| Mujer | -9 | 22 | -18 | -9 |
| Edad: | | | | |
| Menos 30 años | -47 | 9 | -34 | -32 |
| 30 a 49 años | -28 | 33 | -17 | -23 |
| 50 a 64 años | 7 | 28 | -17 | -5 |
| 65 y mas años | 18 | 15 | -12 | 6 |
| Posición Social: | | | | |
| Muy baja | -6 | 2 | -13 | 3 |
| Baja | 4 | 19 | -13 | -2 |
| Media | -21 | 25 | -27 | -20 |
| Alta | -47 | 27 | -23 | -33 |
| Muy alta | -57 | 34 | -6 | -61 |
| Ideología: | | | | |
| Izquierda | -40 | 16 | -21 | -19 |
| Centro Izquierda | -23 | 36 | -25 | 7 |
| Centro | -29 | 30 | -15 | -46 |
| Centro Derecha | 3 | 19 | -19 | -39 |
| Derecha | 14 | 22 | -22 | -42 |
| Hábitat: | | | | |
| Rural | -8 | 18 | -17 | -11 |
| Urbano | -20 | 21 | -24 | -15 |
| Metropolitano | -21 | 32 | -19 | -24 |
| Satisfacción con el Gobierno: | | | | |
| Satisfecho | -4 | 17 | -29 | 13 |
| Indiferente | -16 | 15 | -16 | -13 |
| Insatisfecho | -33 | 33 | -15 | -49 |

- 1) El Gobierno debería prohibir las huelgas de servicios públicos, como por ejemplo transportes, servicios de limpieza, sanidad, etc.
- 2) La reforma fiscal prevista por el Gobierno sólo servirá para que todos paguemos más a Hacienda.
- 3) La unión de las dos Alemanias tendrá consecuencias negativas para la economía española.
- 4) Se diga lo que se diga, la política económica del Gobierno es la mejor posible en estos momentos.

Cuadro 3.5.1.3.

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

ABRIL 1990

SALIENCIA ALTA
(NS/NC <30)

SALIENCIA BAJA
(NS/NC >30)

ACUERDO
(+20 a +100)

- La reforma fiscal prevista por el Gobierno sólo servirá para que todos paguemos más a Hacienda.

CONTROVERTIDA
(+20 a -20)

- El Gobierno debería prohibir las huelgas de servicios públicos.

- Se diga lo que se diga, la política económica del Gobierno es la mejor posible en estos momentos.

DESACUERDO
(-20 a -100)

- La unión de las dos Alemanias tendrá consecuencias negativas para la economía española.

3.6. INSTITUCIONES ECONOMICAS

En este capítulo se evalúa la imagen y el conocimiento espontáneo de empresas públicas y privadas de diferentes sectores de actividad cada mes, y se caracteriza a la clientela de las principales instituciones financieras del país. 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 Empresas del Sector de Aparatos de Televisión, Vídeos, Cámaras, Etc.

A lo largo de todo el curso pasado se pidió todos los meses a los entrevistados que evaluaran a cinco empresas distintas, por lo que se pudo analizar al final del año el porcentaje de conocimiento y la valoración media de un total de cuarenta y cinco empresas de todos los sectores de actividad.

Durante este curso ha parecido conveniente modificar esta pregunta para determinar el conocimiento espontáneo, así como la imagen, de las principales empresas implantadas en España, sugiriendo cada mes un sector diferente de actividad, pero dejando la pregunta abierta a cualquier respuesta, lo que ha provocado un alto nivel de sin respuesta que se compensa por la espontaneidad de las respuestas registradas.

Este mes de abril se ha preguntado a los entrevistados cuál es en su opinión la mejor empresa dentro del sector de Televisores, Vídeos, Cámaras..... Como ya aventuramos, el nivel de sin respuesta ha sido elevado en esta ocasión (44%), a pesar de que éste es un sector con el que la mayoría de los españoles tienen un contacto directo importante. Pero además, se ha registrado una gran heterogeneidad en las respuestas, contabilizándose un total de más de 20 marcas codificadas, la mayoría de las cuales sólo fueron aludidas por menos del 1% de los entrevistados.

Aún así, y como consta en el Cuadro 3.6.1.1. hay que resaltar que las empresas que se consideran como las mejores en el sector de electrodomésticos de línea marrón son Philips, que fue citada por el 18,7% de los encuestados, seguida de Sony (10,5%), de Sanyo (5,8%) y de Grundig con 4,1%. Además, con menos de un 3% y más de 1% se citó a Thompson, ITT, Telefunken y Panasonic. Son pues éstas las ocho marcas dentro de este sector que los españoles consideran como las mejores. Al margen de estas empresas o marcas, menos del 1% de los encuestados citaron otras marcas, que constan en el Cuadro 3.6.1.1. Por otra parte, el apartado "otras respuestas" registra un 2% de alusiones, pero la mayoría de las marcas incluidas en este segmento fueron mencionadas por menos de cinco entrevistados.

Por lo tanto, en esta pregunta resalta el considerable nivel de sin respuesta registrado, la gran disparidad de las respuestas, y que por leve margen sobrepasa Philips como la marca más citada como la mejor dentro del sector de TV, vídeos, cámaras, etc..

En el Cuadro 3.6.1.2. se puede diferenciar qué segmentos de la población han aludido a las diferentes empresas más citadas y quienes contestaron en menor medida a esta pregunta.

Así, quienes en mayor medida prefirieron no opinar sobre cuál es la mejor empresa de electrodomésticos de línea marrón fueron las mujeres, los mayores de 50 años, las personas de menor posición social y más baja clase social, los de educación baja, los habitantes de zonas

rurales y las personas con baja exposición a medios. Sin embargo, los mayores índices de respuesta para esta pregunta se registraron entre los más jóvenes, las personas de posición social alta y clase alta y los individuos con alta exposición a medios de comunicación. Lógicamente, quienes en mayor medida citaron a la marca más aludida fueron los varones, las personas menores de 30 años, los de posición social media, los de educación y clase social alta, los habitantes de núcleos urbanos y los que tienen una exposición a medios alta. En casi todos los segmentos, la marca que registró una mayor proporción de citas fue Philips, pero Sony fue más citada por los de posición social muy alta.

Cuadro 3.6.1.1.

Mejor Empresa en el Sector de Aparatos de Televisión, Videos, etc.

| ABRIL 1990 | Total |
|--|-------|
| Nombres de Bebidas Alcohólicas: | |
| - Philips..... | 18,7% |
| - Sony..... | 10,5 |
| - Sanyo..... | 5,8 |
| - Grundig..... | 4,1 |
| - Thompson..... | 2,6 |
| - ITT..... | 2,3 |
| - Telefunken..... | 2,3 |
| - Parasonic..... | 1,3 |
| - Radiola..... | 1,0 |
| - Elbe | 0,7 |
| - Hitachi..... | 0,7 |
| - Vanguard..... | 0,6 |
| - Pioner..... | 0,4 |
| - Fagor..... | 0,3 |
| - Shatp..... | 0,2 |
| - Zanussi..... | 0,2 |
| - New Pol..... | 0,2 |
| - Canon..... | 0,1 |
| - Amstrand..... | 0,1 |
| - Ivarte..... | 0,1 |
| - Nek..... | 0,1 |
| - Nikon..... | 0,1 |
| - Otras..... | 2,3 |
| - Ninguna..... | 1,0 |
| - NS/NC..... | 44,2 |

Cuadro 3.6.1.2.

Mejor Empresa dentro del Sector de Aparatos de Televisión,
vídeos, etc., por Características de los Entrevistados.
(citadas por más del 1% de los Entrevistados)

| APARATOS TELEVISION | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|--------|---------|------|-------|--------------|---------------|-----|-----------------|----------------|-------|-------|
| ABRIL 1990 | TOTAL | Philips | Sony | Sanyo | Grun- dig | Thomp- son | ITT | Tele- funken | Pana- sonic | Otras | NS/NC |
| TOTAL | (1218) | 19% | 11 | 6 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 44 |
| Sexo: | | | | | | | | | | | |
| Varón | (585) | 20% | 13 | 6 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 37 |
| Mujer | (633) | 17% | 8 | 6 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 51 |
| Edad: | | | | | | | | | | | |
| Menos 30 años | (316) | 23% | 19 | 10 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 | 23 |
| 30 a 49 años | (427) | 19% | 12 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 41 |
| 50 a 64 años | (276) | 18% | 4 | 3 | 6 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 55 |
| 65 y mas años | (199) | 12% | 3 | 3 | 1 | 3 | * | 2 | - | 2 | 69 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | | |
| Muy baja | (50) | 5% | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | - | 2 | 69 |
| Baja | (400) | 14% | 5 | 5 | 4 | 2 | 1 | 3 | * | 1 | 59 |
| Media | (526) | 23% | 11 | 7 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 38 |
| Alta | (208) | 21% | 20 | 5 | 8 | 4 | 2 | 1 | 4 | * | 28 |
| Muy alta | (35) | 12% | 27 | 4 | 11 | - | - | - | 4 | - | 27 |
| Educación: | | | | | | | | | | | |
| Baja | (756) | 17% | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 54 |
| Media | (292) | 20% | 20 | 8 | 7 | 4 | 3 | 4 | 2 | 1 | 26 |
| Alta | (160) | 24% | 21 | 5 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | - | 31 |

Clase Social Subjetiva:

| | | | | | | | | | | | |
|-------------------|--------|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Alta, Media Alta | (47) | 35% | 16 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 5 | 2 | 17 |
| Media, Media Baja | (1003) | 19% | 12 | 6 | 5 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 42 |
| Baja | (128) | 16% | 1 | 4 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 63 |

Hábitat:

| | | | | | | | | | | | |
|---------------|-------|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Rural | (303) | 17% | 7 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 52 |
| Urbano | (574) | 20% | 9 | 6 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 46 |
| Metropolitano | (339) | 18% | 15 | 8 | 6 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 34 |

Exposición a Medios:

| | | | | | | | | | | | |
|-------|-------|-----|----|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Alta | (23) | 29% | 11 | 4 | 5 | 5 | 9 | - | - | - | 15 |
| Media | (405) | 23% | 16 | 6 | 5 | 3 | 3 | 4 | 2 | * | 30 |
| Baja | (790) | 16% | 8 | 6 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 52 |

3.6.2. Ranking de Empresas por Sectores

Al ir añadiendo los datos recogidos en los próximos sondeos para otros sectores, se podrá ir completando el ranking que a continuación se presenta.

Así, en el Cuadro 3.6.2.1. tenemos por el momento el ranking de saliencia de las tres empresas que se consideran mejores en el sector de la construcción, entre las que sobresale Dragados y Construcciones, las siete empresas más aludidas en el sector de electrodomésticos, entre las que destaca Philips, las nueve empresas más citadas en el sector del automóvil donde sobresale con diferencia Renault, las tres empresas más aludidas dentro del sector de perfumería y belleza, sector en el que destaca Avón, las seis empresas más aludidas en el sector de alimentación donde destaca Nestlé, las cinco empresas que destacaron en bebidas no alcohólicas, donde sobresale de forma espectacular Coca-Cola, las cuatro empresas que destacan en el sector de bebidas alcohólicas donde Mahou destaca por leve margen, y las ocho empresas que destacan entre los electrodomésticos de línea marrón, donde predomina Philips, empresa que ya sobresalió entre los electrodomésticos de línea blanca, aunque de forma menos destacada.

En conjunto y en los ocho sectores propuestos hasta el momento, la máxima notoriedad recae en Coca-Cola con diferencia, seguida de Renault, y Philips y a mayor distancia de de Dragados y Construcciones, Ford y Seat.

Cuadro 3.6.2.1.

Ranking de Saliencia de Empresas Españolas en
Diferentes Sectores

(Empresas citadas por más del 1% de los encuestados)

| | CONSTRUCCION IX-89 | ELECTRO DOMESTICOS X-89 | AUTOMOVILES XI-89 | PERFUMERIA XII-89 | ALIMENTACION I-90 | BEBIDAS NO ALCOHOLICAS II-90 | BEBIDAS ALCOHOLICAS III-90 | APARATOS TELEVISION VIDEOS, ETC IV-90 |
|--------------------------|-----------------------|-------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------------------|----------------------------------|--|
| 1. Coca-Cola | -% | -% | -% | -% | -% | 29% | -% | -% |
| 2. Renault | - | - | 19 | - | - | - | - | - |
| 3. Philips | - | 9 | - | - | - | - | - | - |
| 4. Sony | - | - | - | - | - | - | - | 19 |
| 5. Sanyo | - | - | - | - | - | - | - | 10 |
| 6. Dragados y Construc. | 8 | - | - | - | - | - | - | 6 |
| 7. Ford | - | - | 6 | - | - | - | - | - |
| 8. Seat | - | - | 6 | - | - | - | - | - |
| 9. Fagor | - | 5 | - | - | - | - | - | - |
| 10. Kas | - | - | - | - | - | 5 | - | - |
| 11. Balay | - | 4 | - | - | - | - | - | - |
| 12. Opel | - | - | 4 | - | - | - | - | - |
| 13. Mercedes | - | - | 4 | - | - | - | - | - |
| 14. Grundig | - | - | - | - | - | - | - | 4 |
| 15. Nestlé | - | - | - | - | 4 | - | - | - |
| 16. Avon | - | - | - | 3 | - | - | - | - |
| 17. Constru. y Contratas | 3 | - | - | - | - | - | - | - |
| 18. Volkswagen | - | - | 3 | - | - | - | - | - |
| 19. Agromán | 3 | - | - | - | - | - | - | - |
| 20. Zanussi | - | 3 | - | - | - | - | - | - |
| 21. Pryca | - | - | - | - | 3 | - | - | - |
| 22. Fanta | - | - | - | - | - | 3 | - | - |
| 23. Thompson | - | - | - | - | - | - | - | 3 |
| 24. Margaret Astor | - | - | - | 2 | - | - | - | - |
| 25. Vichy | - | - | - | 2 | - | - | - | - |
| 26. AEG | - | 2 | - | - | - | - | - | - |
| 27. Corberó | - | 2 | - | - | - | - | - | - |
| 28. Miele | - | 2 | - | - | - | - | - | - |

| | | | | | | | | |
|-----------------|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 29. Citroën | - | - | 2 | - | - | - | - | - |
| 30. BMW | - | - | 2 | - | - | - | - | - |
| 31. Danone | - | - | - | - | 2 | - | - | - |
| 32. Peugeot | - | - | 2 | - | - | - | - | - |
| 33. Minoristas | - | - | - | - | 2 | - | - | - |
| 34. Alcampo | - | - | - | - | 2 | - | - | - |
| 35. Continente | - | - | - | - | 2 | - | - | - |
| 36. Trinaranjus | - | - | - | - | - | 2 | - | - |
| 37. Schweppes | - | - | - | - | - | 2 | - | - |
| 38. Mahou | - | - | - | - | - | - | 2 | - |
| 39. Larios | - | - | - | - | - | - | 2 | - |
| 40. JB | - | - | - | - | - | - | 2 | - |
| 41. Cruz Campo | - | - | - | - | - | - | 2 | - |
| 42. ITT | - | - | - | - | - | - | - | 2 |
| 43. Telefunken | - | - | - | - | - | - | - | 2 |
| 44. Panasonic | - | - | - | - | - | - | - | 2 |
| NS/NC | 77 | 55 | 43 | 76 | 67 | 43 | 64 | 44 |

3.6.3. Clientela de Instituciones Financieras

Dada la constante actualidad que han tenido en los últimos meses los temas bancarios, 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 influye sobre la imagen de los mismos.

Un 83 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 por ASEP, lo que proporciona bastante fiabilidad al mismo.

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; no obstante, la proporción de clientes de bancos o cajas entre los menores de 30 años, que en general son más dependientes de otros, es del 83 por ciento este mes, y 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 (93% y 92% respectivamente), y que esta proporción disminuya hasta los de posición baja, categoría en la que los individuos que tienen cuenta corriente o libreta de ahorro es del 76% 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 de status bajo, las amas de casa, 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 del 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 metropolitanos. La relación con el tamaño del hábitat no es por tanto significativa.

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 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 más de 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, 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 seis grandes Bancos, el Banco Bilbao Vizcaya suele ocupar el primer puesto habitualmente, como banco con mayor proporción de clientes, con una clientela que representa este mes el 8,0% de los Clientes de Bancos y Cajas.

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 superior a la de los cinco Bancos restantes. Después del Banco Bilbao Vizcaya, que tiene una clientela del 8,0% de los individuos con cuenta corriente o libreta, destacan este mes el Banco Santander, con 5,0%, y el Hispano y Banesto con 3,6%, respectivamente. El Banco Popular es el que este mes tiene menor número de clientes, 2,5%, como por otra parte suele ser habitual. Por comparación con el sondeo del pasado mes de marzo, hay que destacar que salvo el Popular, el Santander y las Cajas que han incrementado levemente su proporción de clientes, los demás bancos han registrado este mes un descenso o mantenimiento 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 Bilbao Vizcaya como el que tiene mayor clientela, de los "siete grandes", y el Banco Popular ha sido siempre el que registra menos clientes, ya que suele ocupar el último lugar en el ranking.

El número de cuentacorrentistas de cada banco es tan pequeño, debido al tamaño de la muestra mensual, que realmente no permite hacer un análisis fiable de la clientela de cada uno de los bancos, pues lo reducido de las submuestras provoca variaciones muy importantes de un mes a otro. Por ello, y sobre la base de la experiencia acumulada hasta ahora, parece preferible realizar este análisis de clientelas de bancos sólo en los Informes Trimestrales, en los que la agregación de datos que, teóricamente, no tienen por qué variar de un mes a otro, permite un análisis más fiable.

Cuadro 3.6.3.1.

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

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 86 | 85 | 84 | 80 | 84 | 81 | 80 | 84 | 82 | 83 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 88 | 86 | 87 | 83 | 86 | 82 | 81 | 86 | 83 | 86 |
| Mujeres | 84 | 85 | 81 | 76 | 82 | 80 | 79 | 83 | 81 | 80 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| Menos de 30 años | 78 | 81 | 81 | 78 | 79 | 78 | 79 | 84 | 80 | 83 |
| 30 a 49 años | 92 | 89 | 87 | 83 | 87 | 84 | 82 | 86 | 85 | 84 |
| 50 a 64 años | 86 | 86 | 83 | 81 | 86 | 81 | 79 | 83 | 80 | 82 |
| 65 y más años | 85 | 84 | 85 | 72 | 82 | 82 | 79 | 84 | 81 | 80 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 76 | 77 | 82 | 68 | 83 | 76 | 77 | 79 | 87 | 76 |
| Baja | 80 | 81 | 80 | 75 | 81 | 78 | 74 | 79 | 78 | 77 |
| Media | 88 | 85 | 84 | 79 | 86 | 82 | 81 | 86 | 82 | 83 |
| Alta | 95 | 97 | 92 | 92 | 87 | 86 | 88 | 90 | 89 | 93 |
| Muy Alta | 100 | 94 | 89 | 91 | 82 | 91 | 91 | 96 | 85 | 92 |
| Status Ocupacional Entrevistado: | | | | | | | | | | |
| Alto | 94 | 98 | 87 | 91 | 89 | 84 | 92 | 92 | 85 | 96 |
| Medio | 92 | 91 | 89 | 86 | 88 | 86 | 86 | 87 | 86 | 88 |
| Bajo | 82 | 82 | 84 | 72 | 78 | 82 | 65 | 78 | 81 | 84 |
| En Paro | 74 | 74 | 71 | 69 | 75 | 72 | 64 | 80 | 80 | 68 |
| Amas de Casa | 84 | 86 | 82 | 77 | 85 | 80 | 80 | 83 | 81 | 79 |
| Jubilados | 87 | 82 | 86 | 80 | 85 | 82 | 80 | 83 | 82 | 80 |
| Sector Económico: | | | | | | | | | | |
| No Activo | 84 | 83 | 82 | 77 | 83 | 79 | 79 | 82 | 80 | 79 |
| En paro | 74 | 74 | 71 | 69 | 75 | 72 | 64 | 80 | 80 | 68 |
| Público | 86 | 92 | 91 | 84 | 85 | 82 | 90 | 91 | 84 | 92 |
| Privado c.ajena | 92 | 89 | 89 | 83 | 86 | 86 | 82 | 88 | 85 | 87 |
| Privado c.propia | 91 | 92 | 84 | 89 | 92 | 82 | 86 | 82 | 86 | 89 |

| | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Clase Soc. Subjetiva: | | | | | | | | | | |
| Alta, Media Alta | 90 | 90 | 78 | 81 | 88 | 77 | 88 | 98 | 81 | 92 |
| Media | 87 | 88 | 85 | 80 | 85 | 83 | 81 | 85 | 83 | 85 |
| Baja | 82 | 71 | 79 | 76 | 79 | 72 | 74 | 75 | 72 | 74 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 83 | 80 | 84 | 74 | 83 | 80 | 83 | 81 | 83 | 83 |
| Urbano | 86 | 85 | 83 | 82 | 86 | 81 | 79 | 83 | 82 | 81 |
| Metropolitano | 89 | 90 | 85 | 80 | 81 | 82 | 79 | 89 | 80 | 85 |
| Actitud ante el ahorro: | | | | | | | | | | |
| Endeudados | 84 | 84 | 85 | 76 | 82 | 73 | 71 | 81 | 78 | 73 |
| Viven al día | 85 | 83 | 83 | 78 | 83 | 82 | 79 | 82 | 80 | 82 |
| Ahorran | 91 | 93 | 87 | 89 | 88 | 86 | 89 | 90 | 90 | 91 |

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 | | | | | | | | | |
|---------------------------|---|---------|---------|-------|---------|--------|-------|---------|--------|---------|
| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
| Santander | 3,6% | 2,7% | 3,5% | 4,5% | 3,3% | 4,1% | 3,2% | 3,8% | 4,8% | 5,0% |
| Popular | 1,6 | 1,7 | 2,3 | 1,3 | 2,0 | 2,0 | 1,6 | 1,5 | 2,1 | 2,5 |
| Central | 4,8 | 6,6 | 4,0 | 4,5 | 3,4 | 4,0 | 5,2 | 4,4 | 3,5 | 3,3 |
| Banesto | 3,6 | 5,5 | 5,6 | 3,1 | 5,2 | 3,5 | 4,9 | 5,3 | 4,2 | 3,6 |
| Bilbao-Vizcaya | 9,8 | 6,6 | 10,6 | 8,1 | 7,1 | 6,6 | 9,5 | 9,0 | 8,0 | 8,0 |
| Hispano-Americ. | 4,7 | 3,3 | 3,9 | 4,1 | 3,4 | 3,3 | 4,0 | 3,7 | 4,4 | 3,6 |
| Otros Bancos | 11,9 | 8,6 | 8,5 | 11,0 | 8,8 | 9,0 | 10,9 | 7,6 | 11,9 | 8,2 |
| Cajas de Ahorro | 73,8 | 74,8 | 79,0 | 79,2 | 78,6 | 81,7 | 77,1 | 80,6 | 77,2 | 79,3 |
| Total | (1.043) | (1.023) | (1.006) | (960) | (1.012) | (985) | (970) | (1.208) | (986) | (1.007) |



4. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLITICOS

4. Actitudes y Comportamientos Políticos

4.1. DIMENSIONES IDEOLÓGICAS BÁSICAS

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 1989, 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. Suficientemente convencidos de la validez y fiabilidad de este índice, se utiliza ya 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 (39 por ciento) es casi el triple de la que se sitúa en la derecha (16 por ciento), y es también muy superior a la suma del centro y la derecha (25 por ciento). Estos datos representan, respecto a meses anteriores, un sostenido crecimiento de la izquierda, que parece ser consecuencia del reciente triunfo del PSOE y del crecimiento de IU en las últimas elecciones legislativas de 1989.

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 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 46 por ciento, por lo que la cifra de este mes, 39 por ciento, se encuentra dentro de esos límites.
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 en marzo de 1988, los datos de este mes vuelven a poner de manifiesto un peso relativo significativamente mayor de la izquierda.
3. La derecha ha fluctuado durante estos doce meses entre un 12 y un 15 por ciento, y este mes es del 16 por ciento, es decir, ha superado su límite superior, produciéndose así un relativo aumento.
4. Y el centro ha variado entre un 9 y un 15 por ciento, por lo que el 9% de este mes se encuentra en su nivel inferior.

Los datos del Cuadro 4.1.1.1. ponen de manifiesto que sigue predominando la izquierda sobre el centro izquierda, aunque este distanciamiento parece que se va acortando con la reducción de la izquierda. Por comparación con meses anteriores, se observa un aumento considerable del centro derecha y una disminución del centro y la derecha.

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 autoposiciona en la izquierda es mayoritaria (en términos relativos) en todos los segmentos de la población, excepto entre los de posición social muy baja (donde se produce una igualdad entre los de izquierda y los de derecha), los

de práctica religiosa alta (que se posicionan sobre todo en la derecha), los votantes del PP (en los que predomina la proporción que se autocalifica de derecha), los votantes del CDS (posicionados preferentemente en el Centro), y los nacionalistas de derecha (en donde predominan los de derecha).

2. La proporción que se sitúa en la izquierda es incluso superior a la suma de quienes lo hacen conjuntamente en el centro y la derecha en todos los segmentos de la población excepto entre los mismos segmentos ya mencionados.
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 autopositionarse fundamentalmente en la derecha.

Los votantes del CDS se concentran preferentemente en la posición de centro, pero se observa una elevada proporción de votantes en la posición de izquierda.

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 derecha, 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.

Los votantes de IU y de partidos nacionalistas de izquierda se posicionan casi exclusivamente en la izquierda. Y los votantes de "otros" partidos se concentran fuertemente 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. Si bien los que no contestan muestran una mayor diferenciación este mes.

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 comprueba que, cuanto más alta es la posición social, mayor suele ser 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 autoposicionen preferentemente en la izquierda, será difícil que "ser de derechas" vuelva a adquirir una importante "legitimidad social".

Cuadro 4.1.1.1.

Autoposicionamiento Ideológico

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Extrema Izquierda | 2% | 2% | 2% | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% |
| Izquierda | 22 | 25 | 23 | 25 | 27 | 27 | 24 | 23 | 23 | 21 |
| Centro Izquierda | 15 | 11 | 14 | 16 | 18 | 13 | 17 | 14 | 17 | 16 |
| Centro | 14 | 12 | 10 | 12 | 10 | 9 | 11 | 12 | 11 | 9 |
| Centro Derecha | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 8 |
| Derecha | 7 | 6 | 8 | 6 | 8 | 8 | 8 | 8 | 9 | 7 |
| Extrema Derecha | 1 | 1 | 1 | * | * | * | - | * | 1 | 1 |
| NS/NC | 33 | 38 | 36 | 33 | 30 | 35 | 32 | 35 | 33 | 36 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |

Cuadro 4.1.1.2.

Autoposicionamiento Ideológico, por Características de los Entrevistados.

| ABRIL 1990 | TOTAL | Izquierda | Centro | Derecha |
|----------------------------|--------------|------------------|---------------|----------------|
| | (1218) | 39% | 9 | 16 |
| Sexo: | | | | |
| Varones | (585) | 45% | 10 | 18 |
| Mujeres | (633) | 33% | 9 | 15 |
| Edad: | | | | |
| - 30 años | (316) | 42% | 10 | 17 |
| 30-49 años | (427) | 44% | 11 | 14 |
| 50-64 años | (276) | 35% | 8 | 16 |
| 65 y más | (199) | 26% | 7 | 18 |
| Educación: | | | | |
| Baja | (756) | 34% | 8 | 16 |
| Media | (292) | 46% | 9 | 15 |
| Alta | (160) | 49% | 13 | 18 |
| Posición Social: | | | | |
| Muy Baja | (50) | 15% | 10 | 15 |
| Baja | (400) | 29% | 7 | 17 |
| Media | (526) | 40% | 11 | 17 |
| Alta | (208) | 54% | 9 | 14 |
| Muy Alta | (35) | 59% | 11 | 12 |
| Práctica Religiosa: | | | | |
| Alta | (263) | 19% | 11 | 28 |
| Media | (310) | 33% | 13 | 19 |
| Baja | (554) | 48% | 8 | 11 |
| Nacionalismo: | | | | |
| Más nacionalismo | (255) | 38% | 9 | 18 |
| Igual | (562) | 40% | 9 | 13 |
| Más españolismo | (350) | 36% | 10 | 20 |
| Postmaterialismo: | | | | |
| Materialista | (822) | 33% | 9 | 19 |
| Postmaterialista | (396) | 49% | 10 | 9 |
| Intención de Voto: | | | | |
| PP | (168) | 7% | 14 | 63 |
| CDS | (34) | 30% | 43 | 12 |
| PSOE | (314) | 63% | 6 | 5 |
| IU | (89) | 85% | 2 | - |
| Nacionalista Dcha | (70) | 21% | 15 | 32 |
| Nacionalista Izda | (19) | 95% | - | - |
| Otros | (27) | 52% | 11 | 10 |
| No Votará | (122) | 20% | 8 | 7 |
| NS | (173) | 18% | 6 | 8 |
| NC | (198) | 34% | 11 | 9 |
| Hábitat: | | | | |
| Rural | (303) | 33% | 8 | 17 |
| Urbano | (574) | 38% | 11 | 15 |
| Metropolitano | (339) | 44% | 8 | 16 |

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 22% afirman tener una alta práctica religiosa, un 46% dice que la suya es baja, resultado que es similar al de meses anteriores. Sin embargo, en los que afirman tener una práctica religiosa media se observa un considerable aumento.

En el Cuadro 4.1.2.2. se observa que este grupo de baja práctica religiosa es especialmente importante entre los varones, los de 18 a 49 años, los de educación media y alta, los de posición social media, alta y muy alta, los postmaterialistas, los que se autoubican en la izquierda y centro izquierda, y entre los nacionalistas de izquierda, los votantes de IU, los de "otros" partidos, los votantes del PSOE y entre 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 4 por ciento entre los votantes de IU, y es menor también entre los nacionalistas de izquierda, los votantes del PSOE y los que no votarán.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Práctica Religiosa: | | | | | | | | | | |
| Alta | 26% | 26% | 24% | 24% | 26% | 24% | 23% | 25% | 24% | 22% |
| Media | 21 | 20 | 24 | 23 | 21 | 24 | 20 | 20 | 20 | 25 |
| Baja | 45 | 47 | 43 | 47 | 45 | 47 | 51 | 48 | 50 | 46 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |

Cuadro 4.1.2.2.

Práctica Religiosa, por Características de los Entrevistados.

| ABRIL 1990 | TOTAL | Alta | Media | Baja |
|---------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
| | (1218) | 22% | 25 | 46 |
| Sexo: | | | | |
| Varones | (585) | 12% | 21 | 55 |
| Mujeres | (633) | 30% | 30 | 37 |
| Edad: | | | | |
| - 30 años | (316) | 12% | 21 | 56 |
| 30-49 años | (427) | 15% | 26 | 50 |
| 50-64 años | (276) | 25% | 30 | 41 |
| 65 y más | (199) | 45% | 24 | 24 |
| Educación: | | | | |
| Baja | (756) | 27% | 26 | 43 |
| Media | (292) | 10% | 26 | 51 |
| Alta | (160) | 19% | 20 | 50 |
| Posición Social: | | | | |
| Muy Baja | (50) | 55% | 26 | 19 |
| Baja | (400) | 29% | 29 | 38 |
| Media | (526) | 17% | 25 | 51 |
| Alta | (208) | 13% | 23 | 52 |
| Muy Alta | (35) | 11% | 8 | 58 |
| Postmaterialismo: | | | | |
| Materialismo | (822) | 25% | 27 | 43 |
| Postmaterialismo | (396) | 14% | 23 | 51 |
| Ideología: | | | | |
| Izquierda | (271) | 8% | 16 | 63 |
| Centro Izquierda | (199) | 14% | 30 | 49 |
| Centro | (113) | 25% | 36 | 38 |
| Centro Derecha | (102) | 30% | 34 | 34 |
| Derecha | (92) | 46% | 25 | 28 |
| Intención de Voto: | | | | |
| PP | (168) | 33% | 32 | 34 |
| CDS | (34) | 31% | 32 | 34 |
| PSOE | (314) | 14% | 25 | 55 |
| IU | (89) | 4% | 12 | 65 |
| Nacionalista Dcha | (70) | 23% | 37 | 37 |
| Nacionalista Izda | (19) | 10% | 5 | 80 |
| Otros | (27) | 23% | 21 | 56 |
| No Votará | (122) | 14% | 22 | 50 |
| NS | (173) | 32% | 28 | 32 |
| NC | (198) | 26% | 23 | 42 |
| Hábitat: | | | | |
| Rural | (303) | 25% | 27 | 43 |
| Urbano | (574) | 22% | 26 | 45 |
| Metropolitano | (339) | 17% | 23 | 48 |

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 8 por ciento de entrevistados que se sienten sólo identificados con su región (que se sienten sólo vascos, o andaluces, o gallegos, etc.), un 18 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, que hace solo dos años solían ser semejantes, lo son cada vez menos, pues 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 autopoicionamiento 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 en la izquierda y derecha 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 y los de alto nivel educativo son algo más "nacionalistas".

Pero hay tres relaciones que merecen mención especial. En primer término, la relación entre posición social y "nacionalismo" suele sugerir que ésta es una cuestión que interesa más a los de posición social alta y muy baja, pero preocupa menos a los de posición social más alta, lo que indicaría que se trata de una cuestión que tenderá a perder fuerza o su presencia social.

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 tan nacionalistas como españoles, tendiendo a sentirse más bien "españoles", siendo así que es en la derecha donde hay más partidos "nacionalistas"; por el contrario, entre los de "izquierda" hay un mayor peso relativo de 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, registrándose un alto nivel entre los votantes de "otros" partidos.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Solo Nacionalista | 7% | 6% | 6% | 5% | 6% | 5% | 7% | 7% | 7% | 8% |
| Más Nacio. que espa. | 14 | 15 | 17 | 14 | 15 | 15 | 14 | 15 | 14 | 13 |
| Tan Nacio. como espa. | 40 | 42 | 38 | 44 | 48 | 45 | 50 | 48 | 47 | 46 |
| Más espa. que Nacion. | 9 | 7 | 9 | 11 | 8 | 9 | 10 | 9 | 11 | 10 |
| Solo se siente espa. | 27 | 26 | 26 | 23 | 20 | 22 | 16 | 17 | 16 | 18 |
| NS/NC | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |

Cuadro 4.1.3.2.

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

| ABRIL 1990 | TOTAL | Más Nacionalista | Igual | Más Español |
|---------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|------------------------|
| | (1218) | 21% | 46 | 29 |
| Sexo: | | | | |
| Varones | (585) | 21% | 45 | 30 |
| Mujeres | (633) | 21% | 48 | 28 |
| Edad: | | | | |
| - 30 años | (316) | 25% | 40 | 29 |
| 30-49 años | (427) | 19% | 49 | 28 |
| 50-64 años | (276) | 21% | 48 | 29 |
| 65 y más | (199) | 20% | 47 | 30 |
| Educación: | | | | |
| Baja | (756) | 19% | 51 | 27 |
| Media | (292) | 23% | 40 | 31 |
| Alta | (160) | 29% | 34 | 33 |
| Posición Social: | | | | |
| Muy Baja | (50) | 24% | 45 | 25 |
| Baja | (400) | 22% | 53 | 23 |
| Media | (526) | 19% | 45 | 33 |
| Alta | (208) | 25% | 40 | 30 |
| Muy Alta | (35) | 20% | 38 | 38 |
| Postmaterialismo: | | | | |
| Materialismo | (822) | 19% | 48 | 30 |
| Postmaterialismo | (396) | 26% | 42 | 26 |
| Ideología: | | | | |
| Izquierda | (271) | 23% | 46 | 26 |
| Centro Izquierda | (199) | 17% | 52 | 28 |
| Centro | (113) | 21% | 46 | 31 |
| Centro Derecha | (102) | 21% | 38 | 36 |
| Derecha | (92) | 27% | 37 | 37 |
| Intención de Voto: | | | | |
| PP | (168) | 15% | 38 | 44 |
| CDS | (34) | 8% | 58 | 31 |
| PSOE | (314) | 13% | 56 | 29 |
| IU | (89) | 18% | 48 | 31 |
| Nacionalista Dcha | (70) | 60% | 33 | 6 |
| Nacionalista Izda | (19) | 71% | 16 | 5 |
| Otros | (27) | 32% | 33 | 27 |
| No Votará | (122) | 24% | 44 | 26 |
| NS | (173) | 20% | 47 | 27 |
| NC | (198) | 22% | 46 | 27 |
| Hábitat: | | | | |
| Rural | (303) | 22% | 52 | 23 |
| Urbano | (574) | 21% | 48 | 28 |
| Metropolitano | (339) | 20% | 38 | 36 |

4.1.4. Comportamientos Electorales Pasados.

Los datos sobre "recuerdo de voto" en las elecciones de 1989 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 octubre de 1989, entre los que dicen haber votado al PP, CDS, nacionalistas y "otros" partidos, partidos que salieron de las elecciones de 1989 con una imagen social deteriorada (de perdedores). Por el contrario, el recuerdo de voto está sobre-estimado para el PSOE y para IU.

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 1989 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, (aunque aquí no se incluyen los anteriores a noviembre, debido a que hasta octubre se preguntaba por el voto en las elecciones de 1986, y ahora por las de 1989), lo que parece demostrar que este indicador es muy estable, y que las diferencias respecto a los resultados reales no son en general producto de error muestral, sino de "errores" intencionados, por parte de los entrevistados al contestar. La experiencia ha demostrado, además, que cuando un partido pierde imagen social, su recuerdo de voto suele ser inferior al real, y vice-versa, (como ha ocurrido, respectivamente con el CDS e IU).

Este mes se observa una fuerte infraestimación del recuerdo de voto hacia el CDS (-49%) y PP (-29%), pero también hacia los partidos nacionalistas de derecha (-26%), de izquierda (-22%), y "otros" partidos (-52%), lo que puede deberse a la pérdida de imagen de estos partidos después de dos elecciones con resultados negativos (europeas de VI/89 y legislativas de 1989).

Por el contrario, el recuerdo de voto hacia el PSOE e IU está sobrestimado en un 16 y un 22 por ciento respectivamente, lo que sugiere que la imagen de estos partidos sigue en alza.

El recuerdo de la abstención en 1989 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 algo menos del 20 por ciento de los entrevistados no contestaron lo que votaron en 1989, lo que hace suponer que entre ellos están los que faltan como votantes del CDS, PP, nacionalistas y no votantes, principalmente.

Como resumen, puede observarse que el índice de discrepancia entre el recuerdo de voto y el resultado real de 1989 ha sido del 23,8 por ciento, (uno de los índices más bajos de estos últimos meses, posiblemente a causa de la menor subestimación del voto al PP y de la abstención).

La mayor parte de la discrepancia, como puede comprobarse, se debe a la proporción que no sabe o no contesta lo que votó en 1989, (un 76 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 1989
(Recuerdo de Voto)**

| | Resultados | | | | | | |
|---------------------|-------------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| | Reales | | | | | | |
| de | 1989 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
| PP | 17,9% | 11,1% | 10,9% | 10,7% | 12,2% | 13,4% | 12,7% |
| CDS | 5,5 | 2,8 | 3,2 | 4,1 | 3,3 | 3,3 | 2,8 |
| PSOE | 27,4 | 30,8 | 30,8 | 32,2 | 31,0 | 31,5 | 31,7 |
| IU | 6,3 | 8,1 | 8,2 | 6,2 | 6,8 | 6,0 | 7,7 |
| Nacionalistas Dcha. | 7,2 | 5,4 | 4,8 | 4,5 | 4,1 | 5,7 | 5,3 |
| Nacionalistas Izq. | 1,8 | 0,8 | 1,1 | 1,2 | 1,2 | 1,5 | 1,4 |
| Otros | 2,9 | 1,9 | 1,1 | 1,8 | 2,4 | 2,5 | 1,4 |
| No Votó | 31,0 | 15,8 | 16,0 | 17,7 | 19,3 | 17,2 | 18,9 |
| NS/NC | - | 23,3 | 23,9 | 21,6 | 19,7 | 18,9 | 18,1 |
| | (28.975.743) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |

Cuadro 4.1.4.2.

**Diferencias entre el Recuerdo de Voto y
los Resultados Electorales de 1989**

| | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|--|-------|--------|-------|-------|--------|-------|
| Diferencias en puntos | | | | | | |
| Porcentuales: | | | | | | |
| PP | - 6,8 | - 7,0 | - 7,2 | - 5,7 | - 4,5 | - 5,2 |
| CDS | - 2,7 | - 2,3 | - 1,4 | - 2,2 | - 2,2 | - 2,7 |
| PSOE | + 3,4 | + 3,4 | + 4,8 | + 3,6 | + 4,1 | + 4,3 |
| IU | + 1,8 | + 1,9 | - 0,1 | + 0,5 | - 0,3 | + 1,4 |
| Nacionalistas Dcha. | - 1,8 | - 2,4 | - 2,7 | - 3,1 | - 1,5 | - 1,9 |
| Nacionalistas Izq. | - 1,0 | - 0,7 | - 0,6 | - 0,6 | - 0,3 | - 0,4 |
| Otros | - 1,0 | - 1,8 | - 1,1 | - 0,5 | - 0,4 | - 1,5 |
| No Votó | -15,2 | -15,0 | -13,3 | -11,7 | -13,8 | -12,1 |
| NS/NC | +23,3 | +23,9 | +21,6 | +19,7 | +18,9 | +18,1 |
| Índice de Discrepancia | 28,5 | 29,2 | 26,3 | 23,8 | 23,0 | 23,8 |
| Diferenc. en porcentajes respecto a 1989: | | | | | | |
| PP | -38 | -39 | -40 | -32 | -25 | -29 |
| CDS | -49 | -42 | -25 | -40 | -40 | -49 |
| PSOE | +12 | +12 | +18 | +13 | +15 | +16 |
| IU | +29 | +30 | - 2 | + 8 | -5 | +22 |
| Nacionalistas Dcha. | -25 | -33 | -38 | -43 | -21 | -26 |
| Nacionalistas Izq. | -56 | -39 | -33 | -33 | -17 | -22 |
| Otros | -34 | -62 | -38 | -17 | -14 | -52 |
| No Votó | -49 | -48 | -43 | -38 | -44 | -39 |

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, mantener una economía estable y proteger el medio ambiente. Como ya se observó en meses anteriores, la proporción que menciona la protección del medio ambiente entre los tres temas más prioritarios es ya claramente mayor que la proporción que menciona el mantenimiento de un alto nivel de crecimiento económico, siendo este mes casi igual a la proporción que menciona el mantenimiento de una economía estable, 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. También parece haber crecido la importancia de la participación política, que se equipara al mantenimiento de un alto nivel de crecimiento económico. Así pues, de los tres objetivos más deseables dos forman parte este mes 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 primer 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 económica, la protección del medio ambiente, el crecimiento económico, y la mayor participación social.

Todos los datos corroboran los ya observados en meses anteriores, excepto la creciente importancia atribuida a la protección del medio ambiente, que ha aumentado desde abril de 1.989.

En base a estas respuestas se ha clasificado a los entrevistados en materialistas o post-materialistas, lo que ha permitido encontrar que una tercera parte de los españoles

aproximadamente puede ser considerada como post-materialista, mientras que dos tercios, 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 ha comprobado 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 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**

ABRIL 1990

| 1ª Lista de Objetivos | 1ª Mención | 2ª Mención | 1ª y 2ª Mención | Última Mención |
|--|-----------------------|-----------------------|----------------------------|---------------------------|
| - Mantener el orden en la nación..... | 44% | 16% | 60% | 14% |
| * - Dar a la gente más posi- bilidades para que parti- cipe en las decisiones importantes gubernamenta- les o políticas..... | 14 | 18 | 32 | 22 |
| - Luchar contra la subida de los precios..... | 26 | 40 | 66 | 14 |
| * - Proteger la libertad de expresión..... | 12 | 20 | 32 | 21 |
| - Ninguno..... | * | 1 | 1 | 15 |
| - NS/NC..... | 3 | 5 | 3 | 14 |
| Total | (1.218) | (1.218) | (1.218) | (1.218) |

Cuadro 4.1.5.2.

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

ABRIL 1990

| 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..... | 20% | 5% | 7% | 33% | 13% | 8% | 21% |
| - Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España..... | 5 | 6 | 4 | 15 | 7 | 25 | 33 |
| *- 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 | 12 | 33 | 7 | 6 | 14 |
| *- Proteger el medio ambiente.. | 9 | 18 | 15 | 42 | 4 | 5 | 9 |
| - Mantener una economía estable..... | 15 | 19 | 13 | 47 | 5 | 5 | 9 |
| - Luchar contra la delincuencia..... | 21 | 19 | 16 | 55 | 6 | 7 | 13 |
| *- Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más -- humana..... | 8 | 11 | 13 | 32 | 10 | 7 | 16 |
| *- Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el -- dinero..... | 4 | 6 | 9 | 20 | 11 | 8 | 19 |
| - Ninguno..... | * | * | 1 | 1 | 16 | 14 | 17 |
| - NS/NC..... | 5 | 7 | 10 | 5 | 21 | 16 | 16 |
| Total | (1.218) | (1.218) | (1.218) | (1.218) | (1.218) | (1.218) | (1.218) |

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|--|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| 1ª Lista | | | | | | | | | | |
| - Mantener el orden en la Nación..... | 1,9 | 1,9 | 1,8 | 1,9 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,9 | 1,8 | 1,9 |
| - Dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas..... | 1,2 | 1,3 | 1,3 | 1,4 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,2 | 1,3 | 1,2 |
| - Luchar contra la subida de los precios..... | 1,9 | 1,8 | 1,8 | 1,7 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,7 | 1,8 | 1,8 |
| - Proteger la libertad de expresión..... | 1,2 | 1,3 | 1,2 | 1,1 | 1,2 | 1,3 | 1,3 | 1,2 | 1,2 | 1,2 |
| 2ª Lista | | | | | | | | | | |
| - Mantener un alto nivel de crecimiento económico..... | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,7 | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,5 |
| - Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España..... | 1,7 | 1,7 | 1,6 | 1,7 | 1,6 | 1,8 | 1,8 | 1,6 | 1,6 | 1,7 |
| - 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..... | 2,5 | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,6 | 2,5 | 2,5 | 2,5 |
| - Proteger el medio ambiente... | 2,5 | 2,6 | 2,6 | 2,5 | 2,5 | 2,6 | 2,6 | 2,8 | 2,7 | 2,6 |

| | | | | | | | | | | |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| - Mantener una economía estable..... | 2,9 | 2,8 | 2,9 | 2,8 | 2,9 | 2,8 | 2,8 | 2,7 | 2,7 | 2,8 |
| - Luchar contra la delincuencia..... | 3,2 | 3,1 | 3,1 | 3,0 | 3,1 | 3,0 | 3,0 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| - Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana..... | 2,3 | 2,3 | 2,3 | 2,3 | 2,3 | 2,2 | 2,3 | 2,3 | 2,3 | 2,4 |
| - Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero..... | 2,0 | 2,1 | 2,0 | 2,0 | 2,1 | 2,0 | 2,0 | 2,1 | 2,1 | 2,1 |

Cuadro 4.1.5.4.

Porcentaje de Post-Materialistas, según Características Socioeconómicas

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|----------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 25 | 30 | 30 | 27 | 30 | 31 | 32 | 34 | 30 | 32 |
| Sexo | | | | | | | | | | |
| Varones | 30 | 32 | 34 | 32 | 35 | 35 | 36 | 42 | 36 | 36 |
| Mujeres | 20 | 28 | 26 | 23 | 26 | 27 | 29 | 28 | 27 | 29 |
| Edad | | | | | | | | | | |
| 18 a 29 años | 45 | 48 | 49 | 48 | 49 | 50 | 52 | 53 | 46 | 50 |
| 30 a 49 años | 27 | 35 | 34 | 28 | 34 | 36 | 37 | 40 | 36 | 35 |
| 50 a 64 años | 11 | 16 | 18 | 13 | 18 | 15 | 17 | 20 | 18 | 23 |
| 65 y más años | 7 | 10 | 7 | 14 | 11 | 13 | 12 | 14 | 11 | 13 |
| Posición Social | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 12 | 10 | 8 | 14 | 18 | 22 | 19 | 27 | 13 | 14 |
| Baja | 17 | 21 | 19 | 18 | 21 | 23 | 24 | 21 | 19 | 23 |
| Media | 27 | 34 | 35 | 29 | 32 | 32 | 33 | 38 | 34 | 33 |
| Alta | 39 | 42 | 42 | 40 | 48 | 48 | 47 | 53 | 42 | 50 |
| Muy Alta | 45 | 39 | 67 | 63 | 65 | 41 | 63 | 51 | 70 | 58 |
| Nivel de Estudios | | | | | | | | | | |
| Bajo | 17 | 20 | 19 | 20 | 23 | 22 | 24 | 24 | 23 | 20 |
| Medio | 36 | 47 | 47 | 37 | 47 | 44 | 43 | 50 | 46 | 49 |
| Alto | 52 | 60 | 55 | 57 | 47 | 56 | 55 | 60 | 43 | 61 |
| Hábitat | | | | | | | | | | |
| Rural | 21 | 28 | 21 | 22 | 26 | 27 | 28 | 32 | 23 | 26 |
| Urbano | 25 | 30 | 32 | 28 | 30 | 32 | 32 | 32 | 30 | 31 |
| Metropolitano | 29 | 31 | 35 | 31 | 36 | 33 | 38 | 40 | 39 | 41 |
| Exposición a Medios | | | | | | | | | | |
| Alta | 38 | 47 | 34 | 39 | 29 | 31 | 40 | 42 | 44 | 47 |
| Media | 21 | 25 | 37 | 35 | 38 | 43 | 42 | 43 | 39 | 43 |
| Baja | 19 | 21 | 26 | 22 | 27 | 25 | 28 | 30 | 26 | 27 |

| | | | | | | | | | | |
|---------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Ideología | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 41 | 45 | 47 | 44 | 46 | 42 | 52 | 51 | 47 | 49 |
| C. Izquierda | 26 | 35 | 35 | 31 | 29 | 34 | 30 | 39 | 35 | 32 |
| Centro | 21 | 24 | 28 | 25 | 26 | 22 | 30 | 20 | 24 | 35 |
| C. Derecha | 20 | 21 | 16 | 20 | 27 | 18 | 25 | 19 | 22 | 16 |
| Derecha | 12 | 20 | 25 | 14 | 9 | 18 | 9 | 16 | 18 | 29 |
| Práctica Religiosa | | | | | | | | | | |
| Alta | 16 | 23 | 23 | 19 | 21 | 22 | 14 | 23 | 18 | 21 |
| Media | 15 | 18 | 20 | 16 | 25 | 29 | 27 | 27 | 26 | 29 |
| Baja | 32 | 36 | 38 | 35 | 35 | 34 | 40 | 40 | 37 | 37 |

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 (\bar{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 estándar (s) como porcentaje respecto a la media aritmética.

En este sondeo se ha preguntado por la imagen de siete instituciones: Guardia Civil, Congreso de los Diputados, Fuerzas Armadas, Bancos, ETA, 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 sobre la ONU, la Junta Electoral y las Organizaciones Empresariales opinan menos del 70 por ciento de los entrevistados (aunque más del 50 por ciento). En el caso de las cuatro instituciones fijas se comprueba que la proporción de los que opinan no varía, con respecto a marzo, en más/menos tres puntos porcentuales.

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 Partidos Políticos, los políticos, la OTAN y 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.

En relación con las cuatro instituciones fijas se observa que las valoraciones de este mes no varían en más/menos cuatros décimas respecto a marzo, (excepto en el caso de las Fuerzas Armadas, cuya valoración aumenta mucho).

Y debe resaltarse que el Gobierno de la Nación recibe este mes otra vez una valoración inferior a la de las Fuerzas Armadas, (a pesar de haber mejorado algo respecto a marzo), rompiendo así la tendencia de estos últimos cuatro meses, y retornando a la situación habitual de mayor valoración de las Fuerzas Armadas que del Gobierno.

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 tienen una imagen realmente controvertida. En efecto, sólo los Partidos Políticos, los políticos, la OTAN y sobre todo ETA obtienen un grado de controversia del 65% o superior. La Corona es la institución con una imagen menos controvertida este mes, pero todas las demás instituciones y grupos tienen también un grado de controversia inferior a 65 por ciento.
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 Guardia Civil y el Cuerpo Nacional de Policía, aunque la Corona destaca en general por su mayor valoración.
 - b. Otras tres instituciones, el Gobierno de la Nación, la Seguridad Social y TVE son también muy conocidas, pero sólo están medianamente valoradas.
 - c. Y sólo la Justicia y ETA son muy conocidas pero muy mal valoradas.
 - d. Dos instituciones son medianamente conocidas y muy valoradas: la Universidad y la CEE.

- e. Otras siete instituciones o grupos sociales son medianamente conocidas y valoradas: Fuerzas Armadas, Bancos, Congreso de los Diputados, Empresarios, Sindicatos, Jueces y Telefónica.
 - f. Y sólo los Partidos Políticos, los políticos y la OTAN, son medianamente conocidos y mal valorados.
 - g. Finalmente, dos instituciones son poco conocidas pero muy valoradas: la Junta Electoral y la ONU, y otra es poco conocida y solo medianamente valorada: las Organizaciones Empresariales.
 - h. De manera semejante puede comprobarse que sólo tres instituciones (La Corona, la Guardia Civil y el Cuerpo Nacional de Policía) son muy conocidas y poco controvertidas.
 - i. Y, finalmente, seis instituciones o grupos sociales, (La Corona, la Universidad, la CEE, la Guardia Civil, el Cuerpo Nacional de Policía y la ONU), son muy bien valoradas y tienen una imagen muy poco controvertida, mientras que la OTAN, los políticos y ETA, además de ser muy poco valorados, 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, (excepto por los de derecha, que valoran más a la Guardia Civil).

Es igualmente importante resaltar que las Fuerzas Armadas han sido valoradas este mes otra vez por encima del Gobierno de la Nación, como era habitual. El orden de valoraciones este mes ha sido: La Corona (7,1), Guardia Civil (6,4), Fuerzas Armadas (5,9), Gobierno de la Nación (5,5), Congreso de los Diputados (5,4), Bancos (4,7) y ETA (menos de 0,5 puntos).

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 discriminadora, 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, como ocurre este mes otra vez con el Congreso de los Diputados y los bancos.

- 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, como este mes en el caso del Congreso de los Diputados.

- 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 Guardia Civil y las Fuerzas Armadas 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. La Corona es más valorada por los de centro, disminuyendo la valoración a derecha e izquierda. Pero no se observa este mes una pauta concreta de valoración de los Bancos. Y ETA es igualmente valorada casi con 0 puntos por todos los grupos ideológicos.

- g. El hábitat presenta una pauta más 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.
- h. Finalmente, ha parecido conveniente conocer la relación entre la exposición a medios de comunicación y las diferentes valoraciones. En general se observa que la valoración es mayor cuanto más baja es la exposición a medios, (los más informados son más críticos).

Cuadro 4.2.1.1.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Fuerzas Armadas | 86 | 87 | 81 | 84 | 83 | 81 | 82 | 82 | 81 | 83 |
| Bancos | 82 | 84 | 80 | 82 | 83 | 77 | 82 | 80 | 81 | 80 |
| Gobierno de la Nación | 88 | 87 | 86 | 90 | 90 | 87 | 89 | 89 | 88 | 85 |
| La Corona | 89 | 90 | 87 | 90 | 89 | 87 | 88 | 89 | 87 | 85 |
| Seguridad Social | - | - | 92 | - | - | - | - | - | - | - |
| Universidad | 76 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Policía Nacional | 89 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| CEE | - | 76 | - | - | - | 72 | - | - | - | - |
| La Justicia | - | - | - | 90 | - | - | - | - | - | - |
| Congreso de Diputados | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 76 |
| Los Empresarios | - | - | - | - | - | - | 79 | 78 | 75 | - |
| Partidos Políticos | - | - | 79 | - | 84 | - | - | - | - | - |
| Los Sindicatos | 79 | - | - | 80 | - | - | 80 | 83 | 80 | - |
| Los Políticos | - | 85 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Los Jueces | - | 81 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Telefónica | - | - | 84 | - | - | - | - | - | - | - |
| Televisión Española | - | - | - | 94 | 95 | - | - | - | - | - |
| Junta Electoral | - | - | - | - | 56 | - | - | - | - | - |
| ONU | - | - | - | - | - | 65 | - | - | - | - |
| OTAN | - | - | - | - | - | 70 | - | - | - | - |
| Organizaciones Empresariales | - | - | - | - | - | - | 69 | 68 | 68 | - |
| Guardia Civil | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 85 |
| ETA | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 88 |

Cuadro 4.2.1.2.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Fuerzas Armadas | 5,4 | 5,0 | 4,7 | 5,1 | 5,3 | 4,8 | 5,2 | 5,1 | 4,8 | 5,8 |
| Bancos | 5,0 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,5 | 4,8 | 4,8 | 4,9 | 4,7 | 4,8 |
| Gobierno de la Nación | 5,0 | 4,8 | 4,8 | 4,9 | 5,2 | 5,5 | 5,4 | 5,5 | 5,3 | 5,5 |
| La Corona | 7,4 | 7,3 | 7,0 | 7,3 | 7,5 | 7,4 | 7,4 | 7,3 | 7,1 | 7,1 |
| Seguridad Social | - | - | 4,5 | - | - | - | - | - | - | - |
| Universidad | 6,5 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Policía Nacional | 6,3 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| CEE | - | 6,3 | - | - | - | 6,3 | - | - | - | - |
| La Justicia | - | - | - | 4,0 | - | - | - | - | - | - |
| Congreso de los Diputados | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 5,4 |
| Los empresarios | - | - | - | - | - | - | 5,4 | 5,5 | 5,4 | - |
| Partidos Políticos | - | - | 4,0 | - | 4,1 | - | - | - | - | - |
| Los Sindicatos | 5,5 | - | - | 4,9 | - | - | 5,7 | 5,9 | 5,8 | - |
| Los Políticos | - | 3,5 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Los Jueces | - | 4,6 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Telefónica | - | - | 4,5 | - | - | - | - | - | - | - |
| Televisión Española | - | - | - | 4,5 | 5,1 | - | - | - | - | - |
| Junta Electoral | - | - | - | - | 5,6 | - | - | - | - | - |
| ONU | - | - | - | - | - | 6,5 | - | - | - | - |
| OTAN | - | - | - | - | - | 3,1 | - | - | - | - |
| Organizaciones Empresariales | - | - | - | - | - | - | 5,0 | 4,9 | 5,3 | - |
| Guardia Civil | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 6,4 |
| ETA | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,3 |

Cuadro 4.2.1.3.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Fuerzas Armadas | 57 | 60 | 65 | 57 | 58 | 63 | 55 | 59 | 64 | 51 |
| Bancos | 48 | 51 | 53 | 51 | 56 | 49 | 52 | 53 | 51 | 52 |
| Gobierno de la Nación | 57 | 57 | 58 | 57 | 53 | 48 | 50 | 50 | 51 | 51 |
| La Corona | 38 | 38 | 42 | 39 | 38 | 38 | 38 | 40 | 38 | 42 |
| Seguridad Social | - | - | 61 | - | - | - | - | - | - | - |
| Universidad | 38 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Policía Nacional | 45 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| CEE | - | 38 | - | - | - | 33 | - | - | - | - |
| La Justicia | - | - | - | 64 | - | - | - | - | - | - |
| Congreso de los Diputados | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 48 |
| Los empresarios | - | - | - | - | - | - | 46 | 46 | 44 | - |
| Iglesia | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Partidos Políticos | - | - | 66 | - | 64 | - | - | - | - | - |
| Los Sindicatos | 51 | - | - | 52 | - | - | 42 | 41 | 40 | - |
| Tribunales de Justicia | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Los Políticos | - | 69 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Los Jueces | - | 58 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Telefónica | - | - | 62 | - | - | - | - | - | - | - |
| Televisión Española | - | - | - | 56 | 50 | - | - | - | - | - |
| Junta Electoral | - | - | - | - | 46 | - | - | - | - | - |
| ONU | - | - | - | - | - | 36 | - | - | - | - |
| OTAN | - | - | - | - | - | 90 | - | - | - | - |
| Organizac. Empresariales | - | - | - | - | - | - | 48 | 51 | 43 | - |
| Guardia Civil | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 45 |
| ETA | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 445 |

Cuadro 4.2.1.4.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

ABRIL 1.990

| | | VALORACION | | |
|---------------------|-------------------|---|---|---|
| | | Alta (+6,0) | Media (4,5-6,0) | Baja (-4,5) |
| CONOCIMIENTO | Alto (+85%) | Corona Cuerpo Nacional de Policía Guardia Civil | Gobierno Nación Seguridad Social Televisión Española | Justicia ETA |
| | Medio (70-85%) | Universidad CEE | Fuerzas Armadas Bancos Congreso de los Diputados Los Empresarios Los Sindicatos Los Jueces Telefónica | Partidos Políticos Los Políticos OTAN |
| | Bajo (-70%) | Junta Electoral ONU | Organiz. Empresariales | |

Cuadro 4.2.1.5.

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

ABRIL 1.990

| | | IMAGEN CONTROVERTIDA | | |
|---------------------|-------------------|-----------------------------|---|---|
| | | Alta (+65%) | Media (50-65%) | Baja (-50%) |
| CONOCIMIENTO | Alto (+85%) | ETA | Gobierno Nación Seguridad Social La Justicia Televisión Española | Corona Cuerpo Nacional de Policía Guardia Civil |
| | Medio (70-85%) | Los Políticos OTAN | Partidos Políticos Fuerzas Armadas INEM Bancos Los Jueces Telefónica | Congreso Diputados Universidad CEE Los Sindicatos Empresarios |
| | Bajo (-70%) | | | Junta Electoral ONU Organiz. Empresariales |

Cuadro 4.2.1.6.

Valoración e Imagen Controvertida de
Instituciones y Grupos Sociales

ABRIL 1.990

| VALORACION | IMAGEN CONTROVERTIDA | | |
|--------------------|------------------------------|---|---|
| | Alta (+65%) | Media (50-65%) | Baja (-50%) |
| Alto (+6,0) | | | Corona Universidad CEE Cuerpo Nacional de Policía ONU Guardia Civil |
| Medio (4,5-6,0) | | Fuerzas Armadas Gobierno Nación Seguridad Social Bancos Los Jueces Telefónica Televisión Española | Los Sindicatos Junta Electoral Los Empresarios Organiz.Empresariales Congreso Diputados |
| Bajo (-4,5) | Los Políticos OTAN ETA | La Justicia Partidos Políticos | |

Cuadro 4.2.1.7.

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

| ABRIL 1990 | Guardia Civil | Congreso Diputados | FAS | Los Bancos | ETA | Gobierno Nación | La Corona |
|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|------------|-----------------------|------------|----------------------------|----------------------|
| | 6.4 | 5.4 | 5.9 | 4.8 | * | 5.5 | 7.1 |
| Sexo: | | | | | | | |
| Varones | 6.3 | 5.4 | 5.7 | 4.6 | * | 5.4 | 6.7 |
| Mujeres | 6.5 | 5.5 | 6.0 | 5.1 | * | 5.6 | 7.5 |
| Edad: | | | | | | | |
| - 30 años | 5.6 | 5.1 | 5.0 | 5.1 | 0.5 | 4.9 | 6.4 |
| 30-49 años | 6.3 | 5.6 | 5.7 | 4.7 | * | 5.4 | 7.0 |
| 50-64 años | 6.7 | 5.2 | 6.2 | 4.4 | * | 5.6 | 7.5 |
| 65 y más | 7.7 | 5.9 | 7.4 | 5.3 | * | 6.5 | 7.9 |
| Posición Social: | | | | | | | |
| Muy Baja | 8.1 | 6.1 | 7.7 | 6.2 | * | 6.8 | 8.5 |
| Baja | 6.6 | 5.7 | 6.4 | 5.2 | * | 6.0 | 7.8 |
| Media | 6.2 | 5.2 | 5.7 | 4.7 | * | 5.2 | 6.8 |
| Alta | 6.3 | 5.5 | 5.3 | 4.4 | * | 5.1 | 6.5 |
| Muy Alta | 5.3 | 5.7 | 4.6 | 4.6 | * | 4.6 | 5.9 |
| Postmaterialismo: | | | | | | | |
| Materialismo | 7.0 | 5.5 | 6.6 | 5.1 | * | 5.7 | 7.7 |
| Postmaterialismo | 5.2 | 5.2 | 4.5 | 4.3 | * | 5.0 | 6.0 |
| Ideología: | | | | | | | |
| Izquierda | 5.3 | 5.5 | 4.8 | 4.2 | * | 5.6 | 6.2 |
| Centro Izquierda | 6.6 | 6.4 | 6.2 | 5.3 | * | 6.4 | 7.5 |
| Centro | 6.8 | 5.6 | 6.2 | 5.3 | * | 5.4 | 8.1 |
| Centro Derecha | 6.9 | 5.4 | 6.1 | 5.6 | * | 5.0 | 7.2 |
| Derecha | 7.6 | 4.7 | 7.2 | 5.4 | * | 4.5 | 7.2 |

Hábitat:

| | | | | | | | |
|---------------|-----|-----|-----|-----|---|-----|-----|
| Rural | 6.6 | 5.6 | 6.1 | 5.0 | * | 5.8 | 7.4 |
| Urbano | 6.2 | 5.5 | 5.9 | 4.9 | * | 5.7 | 7.2 |
| Metropolitano | 6.5 | 5.1 | 5.6 | 4.6 | * | 4.9 | 6.8 |

Exposición a Medios:

| | | | | | | | |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Alta | 6.1 | 4.8 | 4.8 | 4.6 | 0.6 | 5.0 | 6.1 |
| Media | 6.1 | 5.3 | 5.4 | 4.9 | * | 5.0 | 6.6 |
| Baja | 6.6 | 5.5 | 6.2 | 4.8 | * | 5.8 | 7.4 |

4.2.2. Ranking de Instituciones y Grupos Sociales

En el Cuadro 4.2.2.1. se han ordenado las veintitrés instituciones y grupos sociales por los que se ha preguntado desde abril de 1989, 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 Corona es la Institución más valorada de las veintitrés incluidas, y que ETA ocupa el último lugar.

El Gobierno de la Nación ocupa el lugar 11, de 23, en el ranking de valoración.

Cuadro 4.2.2.1.

Ranking de Conocimiento de Instituciones y Grupos Sociales

| ABRIL 1990 | % que conocen |
|-------------------------------|---------------|
| 1. Televisión Española | 94 |
| 2. Seguridad Social | 92 |
| 3. La Justicia | 90 |
| 4. Cuerpo Nacional de Policía | 89 |
| 5. La Corona | 88 |
| 6. Gobierno de la Nación | 88 |
| 7. ETA | 88 |
| 8. Guardia Civil | 85 |
| 9. Los políticos | 85 |
| 10. Telefónica | 84 |
| 11. Fuerzas Armadas | 83 |
| 12. Partidos Políticos | 82 |
| 13. Bancos | 81 |
| 14. Los Jueces | 81 |
| 15. Los Sindicatos | 80 |
| 16. Empresarios | 77 |
| 17. Universidad | 76 |
| 18. Congreso de Diputados | 76 |
| 19. CEE | 74 |
| 20. OTAN | 70 |
| 21. Organizac. Empresariales | 68 |
| 22. ONU | 65 |
| 23. Junta Electoral | 56 |

Cuadro 4.2.2.2.

Ranking de Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

| ABRIL 1990 | Valoración media (x) |
|-------------------------------|---------------------------------|
| 1. La Corona | 7,3 |
| 2. ONU | 6,5 |
| 3. Universidad | 6,5 |
| 4. Guardia Civil | 6,4 |
| 5. CEE | 6,3 |
| 6. Cuerpo Nacional de Policía | 6,1 |
| 7. Junta Electoral | 5,6 |
| 8. Los Sindicatos | 5,6 |
| 9. Los Empresarios | 5,4 |
| 10. Congreso Diputados | 5,4 |
| 11. Gobierno Nación | 5,2 |
| 12. Las Fuerzas Armadas | 5,1 |
| 13. Organizac. Empresariales | 5,1 |
| 14. Televisión Española | 4,8 |
| 15. Bancos | 4,8 |
| 16. Los jueces | 4,6 |
| 17. Seguridad Social | 4,5 |
| 18. Telefónica | 4,5 |
| 19. Partidos Políticos | 4,0 |
| 20. La Justicia | 4,0 |
| 21. Los políticos | 3,5 |
| 22. OTAN | 3,1 |
| 23. ETA | 0,3 |

Cuadro 4.2.2.3.

Ranking de Dispersión Opinática y Grupos Sociales

| ABRIL 1990 | Dispersión Opinática (s/x)100 |
|----------------------------------|----------------------------------|
| 1. ONU | 36 |
| 2. CEE | 36 |
| 3. Universidad | 38 |
| 4. La Corona | 39 |
| 5. Cuerpo Nacional de Policía | 45 |
| 6. Empresarios | 45 |
| 7. Los Sindicatos | 45 |
| 8. Guardia Civil | 45 |
| 9. Junta Electoral | 46 |
| 10. Organizaciones Empresariales | 47 |
| 11. Congreso Diputados | 48 |
| 12. Bancos | 52 |
| 13. Televisión Española | 53 |
| 14. Gobierno Nación | 53 |
| 15. Los jueces | 58 |
| 16. Fuerzas Armadas | 59 |
| 17. Seguridad Social | 61 |
| 18. Telefónica | 62 |
| 19. La Justicia | 64 |
| 20. Partidos Políticos | 65 |
| 21. Los políticos | 69 |
| 22. OTAN | 90 |
| 23. ETA | 445 |

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 estándar (s) respecto a la media aritmética; para facilitar la interpretación de la desviación estándar, 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 Alfonso Guerra, Solchaga, Felipe González, Julio Anguita, Adolfo Suárez, Rojas Marcos, Javier Solana, Narcis Serra y José M^a Aznar.

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 1989, 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. Cinco de los nueve personajes públicos incluidos en este sondeo son conocidos por más de un 75 por ciento del electorado, Felipe González, Guerra, Suárez, Aznar y Anguita y los otros cuatro líderes son conocidos por el 69 por ciento (Solchaga), el 67 por ciento (Serra), por el 65 por ciento (Javier Solana) y por el 47 por ciento (Rojas Marcos). 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 algo inferiores este mes, (excepto Solchaga, Solana y Serra).
- c. De los líderes por los que se había ya preguntado en alguno de los últimos diez sondeos, todos reciben asimismo una valoración igual o algo inferior a la última, (excepto Solchaga, que gana cinco décimas).

Las valoraciones asignadas a estos nueve líderes han sido: Felipe González (5,6), Anguita (4,9), Aznar (4,5), Suárez y Solchaga (4,0), Guerra, Solana y Serra (3,9), y Rojas Marcos (3,8).

Debe destacarse la baja valoración de los líderes socialistas (Solchaga, Guerra, Solana y Serra), que contrasta con la muy buena valoración de Felipe González, (que es sin embargo inferior a la de los cinco meses anteriores).

La valoración de los líderes políticos tiene gran relación con la imagen y 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 González y Anguita, y alta respecto a Guerra, Serra y Aznar. 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, Gorbachov, y Felipe González son los únicos personajes públicos con un grado de conocimiento y valoración realmente altos.
- b. Suárez, Oreja, Fernández Ordóñez, Guerra, Aznar, Margaret Thatcher, Julio Anguita y Fernando Morán son también muy conocidos, pero con una valoración media.
- c. Ruiz Mateos, Fraga y Boyer son también muy conocidos pero poco valorados y muy controvertidos.
- d. Javier Solana, Carmen Romero, Narcís Serra, Mitterand, Rosa Conde y Miguel Roca, son medianamente conocidos y valorados, mientras que Solchaga, Bush, Luis Solana e Isabel Tocino, que tienen un grado de conocimiento semejante, son poco valorados, y además son muy controvertidos. Pero Samaranch, que es medianamente conocido, tiene una alta valoración.
- e. Y Caso, Punset, Matilde Fernández, Pérez Royo, Bandrés, Segurado, Mayor Zaragoza y García Damborenea son poco conocidos y todos tienen una valoración media, pero Jon Ydígoras y Rojas Marcos son los menos conocidos y los peor valorados, además de ser muy controvertidos.

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 este mes igual o más que los varones a todos los líderes excepto a Anguita y a Aznar.
- 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.
- 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. Pero Anguita, Rojas Marcos y Aznar son mejor valorados por los de posición más alta que por los de posición más baja.

- d. Al igual que ya se observó respecto a las instituciones, los post-materialistas valoran a los personajes públicos más bajo que los materialistas, aunque se observan frecuentes excepciones.
- e. La ideología, sin embargo, es la variable que parece explicar mejor, y más coherentemente, las diferentes pautas de valoración. En efecto, Aznar recibe una valoración más alta cuanto más a la derecha se posiciona el entrevistado. Felipe González, Guerra, Solchaga, Solana y Serra reciben sus máximas valoraciones entre los de centro izquierda, y ésta disminuye sistemáticamente a derecha e izquierda. Suárez y Rojas Marcos logran su máxima valoración entre los de centro, y ésta es menor a derecha e izquierda. Y Anguita es mejor valorado cuanto más a la izquierda se posiciona el entrevistado.
- f. El tamaño del hábitat de residencia no parece influir en la mayor o menor valoración de los líderes, aunque se suele observar que ésta es mayor en el medio rural y menor en el metropolitano, pero con bastantes desviaciones.
- g. Y, finalmente, no parece existir tampoco una pauta definida con respecto al índice de exposición a medios de comunicación, aunque parece observarse que las valoraciones suelen ser más bajas entre los de más alta exposición a medios.

Cuadro 4.3.1.1.

Imagen de Personajes Públicos
(Conocimiento, %)

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-----------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Felipe González | 88 | 89 | 84 | 91 | 91 | 88 | 91 | 91 | 89 | 84 |
| Adolfo Suárez | 85 | 85 | 79 | 84 | 85 | 85 | 88 | 87 | 84 | 80 |
| Manuel Fraga | 86 | 86 | 79 | 88 | 87 | 85 | 88 | - | - | - |
| Marcelino Oreja | 74 | 76 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Alfonso Guerra | - | - | 78 | - | 84 | - | - | 87 | 86 | 80 |
| Príncipe Felipe | - | - | - | - | 88 | - | - | - | - | - |
| Eduardo Punset | - | - | - | - | - | - | - | 35 | - | - |
| Fernando Morán | 71 | 75 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Reina D ^a Sofía | - | - | - | 92 | - | - | - | - | - | - |
| Julio Anguita | 69 | 68 | 66 | 71 | 77 | 78 | 80 | 80 | 79 | 75 |
| Miguel Boyer | - | - | - | - | - | - | - | 80 | - | - |
| J. María Aznar | - | - | 51 | 66 | 79 | 76 | 81 | 83 | 82 | 78 |
| Carlos Solchaga | - | - | 66 | - | - | - | - | - | - | 69 |
| Luis Solana | - | - | - | - | - | - | - | 68 | - | - |
| Matilde Fernández | - | - | - | - | - | - | - | - | 40 | - |
| Rosa Conde | - | - | - | - | - | - | - | - | 63 | - |
| José Ramón Caso | 21 | 28 | 27 | 27 | - | - | - | - | - | - |
| F. Fernández Ordóñez | 70 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Javier Solana | 58 | - | - | - | 59 | - | - | - | - | 65 |
| José M ^a Bandrés | - | 43 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| F. Pérez Royo | - | 41 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| José M ^a Ruiz Mateos | - | - | 75 | 83 | - | - | - | - | - | - |
| Carmen Romero | - | - | - | 70 | - | - | - | - | - | - |
| Narcis Serra | - | - | - | - | 66 | - | - | - | - | 67 |
| José Antonio Segurado | - | - | - | - | - | 31 | - | - | - | - |
| Jon Ydígoras | - | - | - | - | - | 38 | - | - | - | - |
| J.A. Samaranch | - | - | - | - | - | 52 | - | - | - | - |
| F. Mayor Zaragoza | - | - | - | - | - | 27 | - | - | - | - |
| Margaret Thatcher | - | - | - | - | - | - | 79 | - | - | - |
| Mijaíl Gorbachov | - | - | - | - | - | - | 80 | - | - | - |
| George Bush | - | - | - | - | - | - | 69 | - | - | - |
| François Mitterand | - | - | - | - | - | - | 70 | - | - | - |
| Miguel Roca | - | - | - | - | - | - | - | 70 | - | - |
| Ricardo G ^a Damborenea | - | - | - | - | - | - | - | - | 45 | - |
| Isabel Tocino | - | - | - | - | - | - | - | - | 61 | - |
| Alejandro Rojas Marcos | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 47 |

Cuadro 4.3.1.2.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-----------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Felipe González | 5,3 | 5,2 | 5,4 | 5,4 | 5,9 | 5,9 | 6,0 | 5,8 | 5,7 | 5,6 |
| Adolfo Suárez | 4,7 | 4,2 | 3,9 | 4,1 | 3,8 | 4,0 | 4,1 | 4,3 | 4,1 | 4,0 |
| Manuel Fraga | 3,9 | 3,6 | 3,4 | 3,2 | 3,3 | 3,4 | 3,9 | - | - | - |
| Marcelino Oreja | 4,6 | 3,9 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Alfonso Guerra | - | - | 4,1 | - | 3,9 | - | - | 4,0 | 4,1 | 3,9 |
| Príncipe Felipe | - | - | - | - | 7,5 | - | - | - | - | - |
| Eduardo Punset | - | - | - | - | - | - | - | 4,5 | - | - |
| Fernando Morán | 5,5 | 5,2 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Reina D ^a Sofía | - | - | - | 7,8 | - | - | - | - | - | - |
| Julio Anguita | 4,6 | 4,5 | 4,6 | 4,6 | 5,2 | 5,1 | 5,2 | 5,2 | 5,0 | 4,9 |
| Miguel Boyer | - | - | - | - | - | - | - | 3,1 | - | - |
| José María Aznar | - | - | 3,8 | 3,7 | 4,3 | 4,4 | 4,5 | 4,4 | 4,5 | 4,5 |
| Carlos Solchaga | - | - | 3,5 | - | - | - | - | - | - | 4,0 |
| Luis Solana | - | - | - | - | - | - | - | 3,3 | - | - |
| Matilde Fernández | - | - | - | - | - | - | - | - | 4,5 | - |
| Rosa Conde | - | - | - | - | - | - | - | - | 4,0 | - |
| José Ramón Caso | 3,9 | 4,0 | 3,7 | 4,5 | - | - | - | - | - | - |
| F. Fernández Ordóñez | 5,1 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Javier Solana | 4,5 | - | - | - | 4,5 | - | - | - | - | 3,9 |
| José M ^a Bandrés | - | 4,9 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| F. Pérez Royo | - | 4,1 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| José M ^a Ruiz Mateos | - | - | 3,0 | 2,7 | - | - | - | - | - | - |
| Carmen Romero | - | - | - | 4,0 | - | - | - | - | - | - |
| Narcís Serra | - | - | - | - | 4,2 | - | - | - | - | 3,9 |
| J.A. Segurado | - | - | - | - | - | 4,4 | - | - | - | - |
| Jon Ydígoras | - | - | - | - | - | 2,0 | - | - | - | - |
| F. Mayor Zaragoza | - | - | - | - | - | 4,5 | - | - | - | - |
| J.A. Samarach | - | - | - | - | - | 5,7 | - | - | - | - |
| Margaret Thatcher | - | - | - | - | - | - | 4,3 | - | - | - |
| Mijaíl Gorbachov | - | - | - | - | - | - | 7,0 | - | - | - |
| George Bush | - | - | - | - | - | - | 3,8 | - | - | - |
| François Mitterand | - | - | - | - | - | - | 4,9 | - | - | - |
| Miguel Roca | - | - | - | - | - | - | - | 4,1 | - | - |
| Ricardo G ^a Damborenea | - | - | - | - | - | - | - | - | 4,7 | - |
| Isabel Tocino | - | - | - | - | - | - | - | - | 3,9 | - |
| Alejandro Rojas Marcos | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 3,8 |

Cuadro 4.3.1.3.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-----------------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Felipe González | 55 | 54 | 56 | 53 | 48 | 47 | 48 | 51 | 52 | 54 |
| Adolfo Suárez | 53 | 59 | 64 | 62 | 68 | 60 | 61 | 58 | 57 | 60 |
| Manuel Fraga | 75 | 81 | 89 | 94 | 92 | 85 | 78 | - | - | - |
| Marcelino Oreja | 57 | 69 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Alfonso Guerra | - | - | 74 | - | 76 | - | - | 78 | 76 | 80 |
| Príncipe Felipe | - | - | - | - | 33 | - | - | - | - | - |
| Eduardo Punset | - | - | - | - | - | - | - | 56 | - | - |
| Fernando Morán | 48 | 52 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Reina D ^a Sofía | - | - | - | 33 | - | - | - | - | - | - |
| Julio Anguita | 58 | 58 | 59 | 56 | 52 | 52 | 49 | 50 | 52 | 54 |
| Miguel Boyer | - | - | - | - | - | - | - | 83 | - | - |
| José María Aznar | - | - | 73 | 75 | 70 | 66 | 66 | 66 | 65 | 65 |
| Carlos Solchaga | - | - | 75 | - | - | - | - | - | - | 63 |
| Luis Solana | - | - | - | - | - | - | - | 76 | - | - |
| Matilde Fernández | - | - | - | - | - | - | - | - | 57 | - |
| Rosa Conde | - | - | - | - | - | - | - | - | 64 | - |
| José Ramón Caso | 56 | 57 | 64 | 54 | - | - | - | - | - | - |
| F. Fernández Ordóñez | 50 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Javier Solana | 54 | - | - | - | 58 | - | - | - | - | 63 |
| José M ^a Bandrés | - | 52 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| F. Pérez Royo | - | 60 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| José M ^a Ruiz Mateos | - | - | 104 | 109 | - | - | - | - | - | - |
| Carmen Romero | - | - | - | 72 | - | - | - | - | - | - |
| Narcis Serra | - | - | - | - | 66 | - | - | - | - | - |
| J.A. Segurado | - | - | - | - | - | 56 | - | - | - | 66 |
| Jon Ydígoras | - | - | - | - | - | 126 | - | - | - | - |
| F. Mayor Zaragoza | - | - | - | - | - | 58 | - | - | - | - |
| J.A. Samaranch | - | - | - | - | - | 49 | - | - | - | - |
| Margaret Thatcher | - | - | - | - | - | - | 72 | - | - | - |
| Mijaíl Gorbachov | - | - | - | - | - | - | 39 | - | - | - |
| George Bush | - | - | - | - | - | - | 73 | - | - | - |
| François Mitterand | - | - | - | - | - | - | 52 | - | - | - |
| Miguel Roca | - | - | - | - | - | - | - | 64 | - | - |
| Ricardo G ^a Damborenea | - | - | - | - | - | - | - | - | 56 | - |
| Isabel Tocino | - | - | - | - | - | - | - | - | 68 | - |
| Alejandro Rojas Marcos | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 63 |

Cuadro 4.3.1.4.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

ABRIL 1990

| | | VALORACION | | |
|--------------|-------------------|--|---|---|
| | | Alta (+5,5) | Media (4,0-5,5) | Baja (-4,0) |
| CONOCIMIENTO | Alto (+70%) | Reina D ^a Sofía Príncipe Felipe Mijaíl Gorbachov Felipe González | Adolfo Suárez Marcelino Oreja F. Fernández Ordoñez Alfonso Guerra J. María Aznar Margaret Thatcher Julio Anguita Fernando Morán | José M ^a Ruiz Mateos Manuel Fraga Miguel Boyer |
| | Medio (50-70%) | J.A. Samaranch | Javier Solana Carmen Romero Narcís Serra François Mitterand Rosa Conde Miguel Roca | Carlos Solchaga George Bush Luis Solana Isabel Tocino |
| | Bajo (-50%) | | J.Ramón Caso E. Punset Matilde Fernández F. Pérez Royo J.M. Bandrés J.A. Segurado F.Mayor Zaragoza Ricardo G ^a Damborenea | Jon Ydígoras Alejandro Rojas Marcos |

Cuadro 4.3.1.5.

**Conocimiento e Imagen Controvertida de
Personajes Públicos**

ABRIL 1990

| | | IMAGEN CONTROVERTIDA | | |
|---------------------|-------------------|--|---|---|
| | | Alta (+65%) | Media (50-65%) | Baja (-50%) |
| CONOCIMIENTO | Alto (+70%) | Manuel Fraga Alfonso Guerra Miguel Boyer José M ^a Ruiz Mateos José María Aznar Margaret Thatcher | Felipe González Adolfo Suárez F. Fernández Ordoñez Marcelino Oreja François Mitterand Julio Anguita | Reina D ^a Sofía Príncipe Felipe Mijaíl Gorbachov Fernando Morán |
| | Medio (50-70%) | Carlos Solchaga Carmen Romero Narcís Serra George Bush Luis Solana Isabel Tocino | Javier Solana Miguel Roca Rosa Conde | J. A. Samaranch |
| | Bajo (-50%) | Jon Ydígoras | Eduardo Punset Matilde Fernández J. Ramón Caso J. M. Bandrés F. Pérez Royo J. A. Segurado Mayor Zaragoza Ricardo G ^a Damborenea Alejandro Rojas Marcos | |

Cuadro 4.3.1.6.

Valoración e Imagen Controvertida de
Personajes Públicos

ABRIL 1990

| | | IMAGEN CONTROVERTIDA | | |
|------------|--------------------|--|---|--|
| | | Alta (+65%) | Media (50-65%) | Baja (-50%) |
| VALORACION | Alta (+5,5) | | Felipe González | Reina D ^a Sofía Príncipe Felipe J.A.Samaranch Mijaíl Gorbachov |
| | Media (4,0-5,5) | Alfonso Guerra Carmen Romero Narcis Serra José M. Aznar Margaret Thatcher | F.Mayor Zaragoza Adolfo Suárez Marcelino Oreja Julio Anguita Matilde Fernández Rosa Conde Eduardo Punset F.Fernández Ordóñez Javier Solana J. Antonio Segurado François Mitterand F.Pérez Royo José M. Brandrés Miguel Roca Ricardo G ^a Damborenea | Fernando Morán |
| | Baja (-4,0) | Manuel Fraga Miguel Boyer Carlos Solchaga J.M. Ruiz Mateos Jon Ydígoras George Bush Luis Solana Isabel Tocino | J. Ramón Caso Alejandro Rojas Marcos | |

Cuadro 4.3.1.7.

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

| ABRIL 1990 | Alfonso Guerra | Carlos Solchaga | Felipe González | Julio Anguita | Adolfo Suárez | A. Rojas Marcos | Javier Solana | Narcis Serra | José M^a Aznar |
|--------------------------|-----------------------|------------------------|------------------------|----------------------|----------------------|------------------------|----------------------|---------------------|---------------------------------|
| | 3.9 | 4.0 | 5.6 | 4.9 | 4.0 | 3.8 | 3.9 | 3.9 | 4.5 |
| Sexo: | | | | | | | | | |
| Varones | 3.7 | 3.9 | 5.5 | 5.1 | 3.8 | 3.8 | 3.7 | 3.8 | 4.6 |
| Mujeres | 4.1 | 4.0 | 5.7 | 4.7 | 4.2 | 3.8 | 4.2 | 4.2 | 4.3 |
| Edad: | | | | | | | | | |
| - 30 años | 3.7 | 3.8 | 5.2 | 5.0 | 3.8 | 3.8 | 3.6 | 3.8 | 4.3 |
| 30-49 años | 4.0 | 4.1 | 5.5 | 5.1 | 4.1 | 4.0 | 4.0 | 3.9 | 4.5 |
| 50-64 años | 3.8 | 3.8 | 5.7 | 4.6 | 4.0 | 3.6 | 4.2 | 4.0 | 4.5 |
| 65 y más años | 4.3 | 4.1 | 6.7 | 4.5 | 4.2 | 3.6 | 4.0 | 4.1 | 4.7 |
| Posición Social: | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 4.2 | 4.0 | 7.0 | 4.3 | 4.1 | 3.5 | 3.2 | 4.2 | 5.0 |
| Baja | 4.4 | 4.2 | 6.2 | 4.5 | 4.3 | 3.7 | 4.3 | 4.4 | 4.3 |
| Media | 3.7 | 3.9 | 5.4 | 4.9 | 3.9 | 3.9 | 3.9 | 3.9 | 4.5 |
| Alta | 3.8 | 4.0 | 5.4 | 5.7 | 3.8 | 3.7 | 3.7 | 3.6 | 4.6 |
| Muy Alta | 2.8 | 4.0 | 4.5 | 4.6 | 3.1 | 4.1 | 3.6 | 3.5 | 5.1 |
| Postmaterialismo: | | | | | | | | | |
| Materialismo | 3.9 | 4.0 | 5.9 | 4.9 | 4.2 | 4.1 | 4.1 | 4.1 | 4.8 |
| Postmaterialismo | 3.8 | 3.9 | 5.1 | 4.9 | 3.6 | 3.5 | 3.7 | 3.8 | 3.9 |
| Ideología: | | | | | | | | | |
| Izquierda | 4.5 | 4.0 | 6.0 | 5.8 | 3.6 | 3.7 | 4.0 | 4.0 | 3.1 |
| Centro Izquierda | 5.1 | 5.1 | 6.9 | 5.6 | 4.5 | 4.2 | 4.9 | 5.0 | 4.1 |
| Centro | 3.2 | 4.2 | 5.4 | 4.7 | 5.1 | 4.4 | 3.9 | 4.2 | 5.4 |
| Centro Derecha | 2.2 | 3.1 | 4.6 | 4.0 | 3.9 | 4.4 | 3.7 | 3.3 | 6.4 |
| Derecha | 2.1 | 3.0 | 4.3 | 4.0 | 3.8 | 4.0 | 3.1 | 3.1 | 7.3 |

| | | | | | | | | | |
|-----------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Hábitat: | | | | | | | | | |
| Rural | 3.9 | 4.0 | 5.9 | 4.8 | 4.1 | 3.9 | 3.8 | 4.0 | 4.3 |
| Urbano | 4.1 | 4.2 | 5.8 | 4.8 | 4.1 | 3.8 | 4.0 | 4.1 | 4.5 |
| Metropolitano | 3.4 | 3.7 | 5.2 | 5.1 | 3.8 | 3.9 | 3.9 | 3.6 | 4.6 |
| Exposición a Medios: | | | | | | | | | |
| Alta | 3.6 | 4.1 | 5.0 | 4.5 | 4.1 | 4.6 | 3.3 | 3.3 | 5.5 |
| Media | 3.3 | 3.9 | 5.2 | 5.1 | 4.0 | 4.0 | 3.8 | 3.7 | 4.7 |
| Baja | 4.2 | 4.0 | 5.9 | 4.8 | 4.0 | 3.7 | 4.1 | 4.2 | 4.3 |

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. Solo Gorbachov se acerca a su valoración.

Como puede comprobarse, dieciocho de los treinta y seis personajes públicos son conocidos por un 70 por ciento o más de los entrevistados, mientras que Rojas Marcos, García Damborenea, Bandrés, Pérez Royo, Matilde Fernández, Ydígoras, Punset, Segurado, Caso y Mayor Zaragoza son conocidos por menos del 50 por ciento.

Sólo siete de los 36 personajes son valorados por encima de los 5 puntos, mientras que sólo Fraga, Boyer, Luis Solana, Ruiz Mateos e Ydígoras reciben una valoración de 3,5 puntos o inferior.

Y, aunque sólo la Reina Sofía, el Príncipe Felipe y Gorbachov tienen una dispersión opinática inferior al 40 por ciento, Luis Solana, Guerra, Boyer, Fraga, Ruiz Mateos e Ydígoras superan el 75 por ciento.

Cuadro 4.3.2.1.

Ranking de Conocimiento de Personajes Públicos

| ABRIL 1990 | % que Conocen |
|---------------------------------------|---------------|
| 1. Reina D ^a Sofía | 92 |
| 2. Felipe González | 89 |
| 3. Príncipe Felipe | 88 |
| 4. Manuel Fraga | 86 |
| 5. Adolfo Suárez | 84 |
| 6. Alfonso Guerra | 83 |
| 7. Mijaíl Gorbachov | 83 |
| 8. Margaret Thatcher | 79 |
| 9. José M ^a Ruiz Mateos | 79 |
| 10. Marcelino Oreja | 75 |
| 11. Miguel Boyer | 74 |
| 12. José M ^a Aznar | 74 |
| 13. Julio Anguita | 74 |
| 14. Fernando Morán | 73 |
| 15. François Mitterand | 70 |
| 16. F. Fdez. Ordóñez | 70 |
| 17. Carmen Romero | 70 |
| 18. Miguel Roca | 70 |
| 19. George Bush | 69 |
| 20. Luis Solana | 68 |
| 21. Carlos Solchaga | 68 |
| 22. Narcís Serra | 66 |
| 23. Rosa Conde | 63 |
| 24. Isabel Tocino | 61 |
| 25. Javier Solana | 61 |
| 26. J. A. Samaranch | 52 |
| 27. Alejandro Rojas Marcos | 47 |
| 28. Ricardo G ^a Damborenea | 45 |
| 29. J. M. Bandrés | 43 |
| 30. F. Pérez Royo | 41 |
| 31. Matilde Fernández | 40 |
| 32. Jon Ydígoras | 38 |
| 33. Eduardo Punset | 35 |
| 34. J.A. Segurado | 31 |
| 35. José Ramón Caso | 27 |
| 36. F.Mayor Zaragoza | 26 |

Cuadro 4.3.2.2.

Ranking de Valoración de Personajes Públicos

| ABRIL 1990 | Valoración Media (x) |
|---------------------------------------|----------------------|
| 1. Reina D ^a Sofía | 7,8 |
| 2. Príncipe Felipe | 7,4 |
| 3. Mijaíl Gorbachov | 7,0 |
| 4. J. A. Samaranch | 5,7 |
| 5. Felipe González | 5,6 |
| 6. Fernando Morán | 5,4 |
| 7. F. Fdez. Ordóñez | 5,1 |
| 8. J.M. Bandrés | 4,9 |
| 9. François Mitterrand | 4,9 |
| 10. Julio Anguita | 4,9 |
| 11. Ricardo G ^a Damborenea | 4,7 |
| 12. Matilde Fernández | 4,5 |
| 13. F.Mayor Zaragoza | 4,5 |
| 14. Eduardo Punset | 4,5 |
| 15. J. A. Segurado | 4,4 |
| 16. Margaret Thatcher | 4,3 |
| 17. Javier Solana | 4,3 |
| 18. José M ^a . Aznar | 4,3 |
| 19. Marcelino Oreja | 4,2 |
| 21. Narcís Serra | 4,0 |
| 20. Adolfo Suárez | 4,1 |
| 22. Miguel Roca | 4,1 |
| 23. F. Pérez Royo | 4,1 |
| 24. J. Ramón Caso | 4,0 |
| 25. Carmen Romero | 4,0 |
| 26. Alfonso Guerra | 4,0 |
| 27. Rosa Conde | 4,0 |
| 28. Isabel Tocino | 3,9 |
| 29. George Bush | 3,8 |
| 30. Alejandro Rojas Marcos | 3,8 |
| 31. Carlos Solchaga | 3,8 |
| 32. Manuel Fraga | 3,5 |
| 33. Miguel Boyer | 3,5 |
| 34. Luis Solana | 3,3 |
| 35. J. M. Ruiz Mateos | 2,7 |
| 36. Jon Ydígoras | 2,0 |

Cuadro 4.3.2.3.

Ranking de Dispersión Opinática de Personajes Públicos

| ABRIL 1990 | Dispersión Opinática (s/x)100 |
|---------------------------------------|----------------------------------|
| 1. Príncipe Felipe | 33 |
| 2. Reina Da. Sofía | 37 |
| 3. Mijaíl Gorbachov | 39 |
| 4. J.A. Samaranch | 49 |
| 5. F. Fdez. Ordóñez | 50 |
| 6. Fernando Morán | 50 |
| 7. Felipe González | 52 |
| 8. François Mitterrand | 52 |
| 9. J. M. Bandrés | 52 |
| 10. Julio Anguita | 54 |
| 11. J. A. Segurado | 56 |
| 12. Eduardo Punset | 56 |
| 13. Ricardo G ^a Damborenea | 56 |
| 14. Matilde Fernández | 57 |
| 15. Javier Solana | 58 |
| 16. J. Ramón Caso | 58 |
| 17. F. Mayor Zaragoza | 58 |
| 18. Adolfo Suárez | 60 |
| 19. F. Pérez Royo | 60 |
| 20. Alejandro Rojas Marcos | 63 |
| 21. Marcelino Oreja | 63 |
| 22. Miguel Roca | 64 |
| 23. Rosa Conde | 64 |
| 24. Narcís Serra | 66 |
| 25. Isabel Tocino | 68 |
| 26. José M ^a Aznar | 68 |
| 27. Carlos Solchaga | 69 |
| 28. Carmen Romero | 72 |
| 29. Margaret Thatcher | 72 |
| 30. George Bush | 73 |
| 31. Luis Solana | 76 |
| 32. Alfonso Guerra | 77 |
| 33. Miguel Boyer | 83 |
| 34. Manuel Fraga | 85 |
| 35. José María Ruiz Mateos | 106 |
| 36. Jon Ydígoras | 126 |

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 que la proporción que no contesta es inferior al 30% en las cuatro cuestiones planteadas, lo que significa que la opinión pública está especialmente interesada en ellas.

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 frases en el Cuadro 4.4.1.2.

De las cuatro frases por las que se ha preguntado este mes, solo una parece haber logrado un claro y alto grado de acuerdo, la relativa a que "Adolfo Suárez no tiene nada que hacer en política". En efecto, casi todos los segmentos de la población coinciden en mostrar su decidido acuerdo a esa afirmación, pero se observa mayor controversia de opiniones (aunque siempre con tendencia al acuerdo) entre las mujeres, los de 65 y mas años, los de posición social muy baja y baja, los de centro, los que residen en núcleos urbanos, los materialistas y los satisfechos con el Gobierno.

Las otras tres frases incluidas en el sondeo de este mes son controvertidas. Así, por ejemplo, existe cierta controversia, pero con tendencia al acuerdo, respecto a la afirmación de que "Después de la moción de confianza, Felipe González debería cesar a Alfonso Guerra y cambiar a la mayor parte de los ministros". La opinión es controvertida, pero con tendencia al acuerdo, en la mayoría de los segmentos de la población, pero el acuerdo es muy claro entre los de 50 a 64 años, los de posición social media, alta y muy alta (los líderes de opinión), los de centro, centro derecha y derecha, los insatisfechos con el Gobierno y con el funcionamiento de la Democracia, y los de alta y media exposición a medios. Sólo los satisfechos con el Gobierno muestran un claro desacuerdo con que Felipe González debiera cesar a Guerra y cambiar a la mayor parte de sus ministros, pero los de 65 y más años, los de posición social muy baja, los de izquierda y centro izquierda y los satisfechos con la democracia, muestran una opinión controvertida con tendencia al desacuerdo.

Más controvertida resulta la afirmación de que "Cada vez es más evidente la pérdida de prestigio del PSOE y el aumento de prestigio del PP", de manera que sólo los de izquierda y centro izquierda, y los satisfechos con el Gobierno, muestran su claro desacuerdo, mientras que solo los de centro, centro derecha y derecha, y los insatisfechos con la labor del Gobierno y con el funcionamiento de la democracia, muestran su acuerdo de forma muy evidente. En todos los demás segmentos la opinión es bastante controvertida, con tendencia al desacuerdo entre los de 65 y más años, los de posición social muy baja y los satisfechos con la Democracia, y con tendencia al acuerdo en todos los demás, que constituyen la mayoría.

Finalmente, también es bastante controvertida entre la opinión pública española la afirmación de que "La reciente victoria del PP en Melilla y el congreso de este partido hacen cada vez más probable la victoria del centro derecha en las próximas elecciones", aunque se observa una cierta tendencia al desacuerdo en la mayor parte de los segmentos, desacuerdo que es más claro y rotundo entre los de posición social alta, los de izquierda y centro izquierda, los post-materialistas, y los satisfechos con la Democracia y con el Gobierno. Por el contrario, solo los de centro, centro derecha y derecha, se muestran muy de acuerdo con la afirmación citada.

Cuadro 4.4.1.1.

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

| ABRIL 1990 | Muy de Acuerdo | De Acuerdo | Indiferente | En Desacuerdo | Muy en Desacuerdo | NS/NC | Índice A/D |
|---|-----------------------|-------------------|--------------------|----------------------|--------------------------|--------------|-------------------|
| (1) Cada vez es más evidente la pérdida de prestigio del PSOE y el aumento de prestigio del PP..... | 6% | 37 | 8 | 30 | 6 | 4 | + 7 |
| (2) Adolfo Suárez no tiene nada que hacer en política..... | 8% | 41 | 10 | 22 | 3 | 17 | +24 |
| (3) La reciente victoria del P.P. en Melilla y el congreso de este partido hacen cada vez más probable la victoria del centro derecha en las próximas elecciones..... | 3% | 28 | 8 | 33 | 7 | 20 | -10 |
| (4) Después de la moción de confianza, Felipe González debería cesar a Alfonso Guerra y cambiar a la mayor parte de los ministros.. | 8% | 35 | 10 | 22 | 6 | 19 | +15 |

Cuadro 4.4.1.2.

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

ABRIL 1990

| | SALIENCIA | |
|--|---|-------------------|
| Grado de A/D | Alta (NS/NC <30%) | Baja (NS/NC >30%) |
| <p>Acuerdo IA/D = +20 a +100</p> | <p>- Adolfo Suárez no tiene nada que hacer en política.</p> | |
| <p>Controvertida IA/D = -20 a +20</p> | <p>- Cada vez es más evidente la pérdida de prestigio del PSOE y el aumento del prestigio del P.P..</p> <p>- La reciente victoria del P.P. en Melilla y el congreso de éste partido hacen cada vez más probable la victoria del centro derecha en las próximas elecciones.</p> <p>- Después de la moción de confianza Felipe González debería cesar a Alfonso Guerra y cambiar a la mayor parte de los ministros.</p> | |
| <p>Desacuerdo IA/D = -20 a -100</p> | | |

Cuadro 4.4.1.3.

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

| ABRIL 1990 | TOTAL | Pérdida Prestigio | A.Suárez/ Política | Victoria P.P. | Moción Confianza |
|--------------------------------|--------|----------------------|-----------------------|------------------|---------------------|
| | (1218) | 7 | 24 | -10 | 15 |
| Sexo: | | | | | |
| Varones | (585) | 11 | 31 | -10 | 19 |
| Mujeres | (633) | 3 | 17 | -9 | 11 |
| Edad: | | | | | |
| - 30 años | (316) | 14 | 25 | -12 | 18 |
| 30-49 años | (427) | 2 | 27 | -12 | 18 |
| 50-64 años | (276) | 14 | 26 | -5 | 21 |
| 65 y más años | (199) | -3 | 12 | -7 | -6 |
| Posición Social: | | | | | |
| Muy Baja | (50) | -5 | 15 | 2 | -2 |
| Baja | (400) | 4 | 15 | -10 | 3 |
| Media | (526) | 11 | 26 | -6 | 21 |
| Alta | (208) | 2 | 32 | -21 | 23 |
| Muy Alta | (35) | 18 | 59 | -10 | 41 |
| Ideología: | | | | | |
| Izquierda | (271) | -26 | 31 | -51 | -2 |
| Centro Izqda. | (199) | -24 | 22 | -40 | -16 |
| Centro | (113) | 35 | 7 | 22 | 45 |
| Centro Dcha. | (102) | 51 | 30 | 42 | 59 |
| Derecha | (92) | 79 | 36 | 54 | 58 |
| Hábitat: | | | | | |
| Rural | (303) | 6 | 28 | -1 | 17 |
| Urbano | (574) | 7 | 18 | -14 | 12 |
| Metropolitano | (339) | 7 | 30 | -10 | 18 |
| Postmaterialismo: | | | | | |
| Materialistas | (822) | 9 | 18 | -2 | 15 |
| Postmaterialista | (396) | 1 | 36 | -26 | 16 |
| Satisf. con Democracia: | | | | | |
| Satisfecho | (683) | -12 | 20 | -24 | -6 |
| Indiferente | (154) | 24 | 19 | 13 | 26 |
| Insatisfecho | (326) | 37 | 38 | 8 | 53 |
| Satisf. con Gobierno: | | | | | |
| Satisfecho | (511) | -27 | 18 | -37 | -23 |
| Indiferente | (182) | 15 | 20 | 10 | 26 |
| Insatisfecho | (482) | 39 | 32 | 12 | 52 |
| Exposición a Medios: | | | | | |
| Alta | (23) | 4 | 43 | -2 | 29 |
| Media | (405) | 18 | 30 | -9 | 28 |
| Baja | (790) | 1 | 20 | -10 | 8 |

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 este caso, que las cuatro medidas o actuaciones son muy salientes ante la opinión pública española, en el sentido de que opinan sobre ellas más del 70 por ciento de los entrevistados.

Utilizando otra vez el grado de saliencia, por una parte, y la evaluación de las medidas o actuaciones gubernamentales en cuestión, se comprueba que dos de las cuatro son este mes controvertidas, pero otras dos merecen una clara aprobación por parte de los españoles.

En efecto, todos los segmentos de la población parecen estar satisfechos con "las obras y preparativos para los Juegos Olímpicos de Barcelona" y con "el proyecto de ley para hacer incompatible a los parlamentarios el ejercicio de otras actividades profesionales", aunque ese acuerdo es algo más controvertido entre los de derecha respecto a las incompatibilidades parlamentarias, y entre los insatisfechos con el Gobierno y con la Democracia respecto a los Juegos Olímpicos.

La opinión pública, sin embargo, parece controvertida, aunque con tendencia al acuerdo, respecto a las otras dos cuestiones. Así, las mujeres, los de 65 y más años, los de posición social muy baja y baja, los de centro izquierda, los residentes rurales, los materialistas, los satisfechos con la Democracia y con el Gobierno, y los de baja exposición a medios, parecen estar muy de acuerdo con "la entrada en vigor de las supermultas de tráfico", pero los de posición social muy alta se muestran claramente desconformes con esa medida, siendo la opinión controvertida (generalmente con tendencia a la aceptación) en todos los demás segmentos de la población.

Mayor controversia se observa en las opiniones respecto a "la estrategia que está siguiendo el Gobierno en su lucha con el terrorismo", de manera que ésta solo merece el respaldo claro de los de 65 y más años, los de posición social muy baja o muy alta, los de centro izquierda, y los satisfechos con la Democracia y con el Gobierno.

Pero los de derecha y los insatisfechos con la Democracia y con el Gobierno rechazan mayoritariamente la estrategia anti-terrorista seguida por el Gobierno. No obstante, y como ya se ha dicho, el resto de los segmentos, que constituyen la mayoría de ellos, muestran una importante controversia de opiniones respecto a la estrategia que se sigue para luchar contra el terrorismo.

Cuadro 4.4.2.1.

Evaluación de ciertas Medidas y Actuaciones del Gobierno

| ABRIL 1990 | Muy Bien | Bien | Indife- rente | Mal | Muy Mal | NS/ NC | Índice B-M |
|---|-----------------|-------------|--------------------------|------------|----------------|-------------------|-----------------------|
| (1) La estrategia que está siguiendo el Gobierno en su lucha contra el terrorismo..... | 5% | 38 | 9 | 29 | 6 | 13 | + 9 |
| (2) Las obras y preparativos para los Juegos Olímpicos de Barcelona..... | 3% | 48 | 16 | 11 | 3 | 19 | +37 |
| (3) El proyecto de ley, para hacer incompatible a los parlamentarios el ejercicio de otras actividades profesionales... | 8% | 44 | 12 | 11 | 3 | 23 | +38 |
| (4) La entrada en vigor de las "supermultas" de Tráfico.... | 11% | 36 | 10 | 22 | 10 | 12 | +16 |

Cuadro 4.4.2.2.

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

ABRIL 1990

| Evaluación Bien/Mal | SALIENCIA | |
|--|--|-------------------|
| | Alta (NS/NC <30%) | Baja (NS/NC >30%) |
| Bien IB/M = +20 a +100 | <ul style="list-style-type: none">- Las obras y preparativos para los Juegos Olímpicos de Barcelona.- El proyecto de ley, para hacer incompatible a los parlamentarios el ejercicio de otras actividades profesionales. | |
| Controversia IA/D = -20 a +20 | <ul style="list-style-type: none">- La estrategia que está siguiendo el Gobierno en su lucha contra el terrorismo.- La entrada en vigor de las "supermultas" de Tráfico. | |
| Mal IB/M = -20 a -100 | | |

Cuadro 4.4.2.3.

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

| ABRIL 1990 | TOTAL | Gobierno ETA | Juegos Olímpicos | Proyecto Ley | Super- multas |
|--------------------------------|--------------|-------------------------|-----------------------------|-------------------------|--------------------------|
| | (1218) | 9 | 37 | 38 | 16 |
| Sexo: | | | | | |
| Varones | (585) | 3 | 33 | 36 | 7 |
| Mujeres | (633) | 14 | 41 | 39 | 23 |
| Edad: | | | | | |
| - 30 años | (316) | -10 | 31 | 38 | 2 |
| 30-49 años | (427) | 7 | 39 | 41 | 14 |
| 50-64 años | (276) | 18 | 38 | 35 | 19 |
| 65 y más años | (199) | 29 | 41 | 35 | 34 |
| Posición Social: | | | | | |
| Muy Baja | (50) | 33 | 36 | 32 | 24 |
| Baja | (400) | 18 | 44 | 41 | 32 |
| Media | (526) | 4 | 37 | 37 | 10 |
| Alta | (208) | -6 | 24 | 39 | 2 |
| Muy Alta | (35) | 20 | 26 | 20 | -21 |
| Ideología: | | | | | |
| Izquierda | (271) | 19 | 33 | 38 | 6 |
| Centro Izquierda | (199) | 34 | 59 | 52 | 32 |
| Centro | (113) | 4 | 30 | 37 | 19 |
| Centro Derecha | (102) | -15 | 35 | 25 | 4 |
| Derecha | (92) | -36 | 21 | 18 | -10 |
| Hábitat: | | | | | |
| Rural | (303) | 14 | 41 | 34 | 20 |
| Urbano | (574) | 10 | 41 | 41 | 18 |
| Metropolitano | (339) | 2 | 28 | 36 | 8 |
| Postmaterialismo: | | | | | |
| Materialista | (822) | 10 | 40 | 39 | 21 |
| Postmaterialista | (396) | 5 | 32 | 35 | 4 |
| Satisf. con Democracia: | | | | | |
| Satisfecho | (683) | 32 | 52 | 47 | 28 |
| Indiferente | (154) | -6 | 28 | 29 | 4 |
| Insatisfecho | (326) | -33 | 12 | 24 | -7 |
| Satisf. con Gobierno: | | | | | |
| Satis | (511) | 47 | 58 | 51 | 31 |
| Indif | (182) | 1 | 28 | 35 | 16 |
| Insat | (482) | -30 | 18 | 26 | -3 |
| Exposición a Medios: | | | | | |
| Alta | (23) | -6 | 27 | 51 | -19 |
| Media | (405) | -4 | 30 | 28 | 6 |
| Baja | (790) | 15 | 41 | 43 | 22 |

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 continua este mes algo por encima del nivel de equilibrio, pero ha disminuido bastante por comparación con meses anteriores, pudiéndose pronosticar con bastante seguridad que, en próximos sondeos, probablemente será ya negativo.

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, cabe resaltar que los segmentos de la población que se muestran insatisfechos con el Gobierno este mes son los menores de 30 y de 50 a 64 años, posición social media y alta, clase alta, los de centro, centro derecha y derecha y los residentes metropolitanos.

En general, la satisfacción con el Gobierno es menor 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)

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Muy Satisfecho | 3% | 4% | 4% | 6% | 5% | 61% | 6% | 2% | 5% | 5% |
| Algo Satisfecho | 38 | 39 | 40 | 40 | 45 | 48 | 44 | 43 | 40 | 37 |
| Indiferente | 9 | 6 | 16 | 16 | 12 | 12 | 12 | 14 | 15 | 15 |
| Algo Insatisfecho | 33 | 30 | 26 | 26 | 27 | 23 | 26 | 31 | 23 | 30 |
| Muy Insatisfecho | 13 | 16 | 10 | 10 | 10 | 8 | 9 | 6 | 13 | 9 |
| NS/NC | 3 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 5 | 4 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |
| ISG | 95 | 97 | 108 | 110 | 113 | 123 | 114 | 108 | 108 | 102 |

Cuadro 4.4.3.2.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|----------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 95 | 97 | 108 | 110 | 113 | 123 | 114 | 108 | 108 | 102 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 91 | 93 | 107 | 112 | 111 | 120 | 117 | 100 | 107 | 102 |
| Mujeres | 98 | 101 | 108 | 108 | 116 | 126 | 112 | 115 | 109 | 103 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| - 30 años | 81 | 81 | 92 | 91 | 99 | 108 | 107 | 85 | 99 | 87 |
| 30-49 años | 84 | 90 | 106 | 107 | 104 | 116 | 105 | 103 | 99 | 102 |
| 50-64 años | 108 | 106 | 114 | 125 | 124 | 137 | 117 | 122 | 121 | 98 |
| 65 y más años | 122 | 124 | 126 | 127 | 143 | 141 | 142 | 135 | 124 | 134 |
| Posición Social | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 111 | 120 | 146 | 137 | 138 | 140 | 145 | 128 | 124 | 133 |
| Baja | 108 | 108 | 119 | 121 | 128 | 137 | 127 | 131 | 119 | 116 |
| Media | 90 | 97 | 101 | 103 | 111 | 119 | 109 | 99 | 102 | 93 |
| Alta | 76 | 68 | 90 | 99 | 80 | 98 | 99 | 90 | 103 | 94 |
| Muy Alta | 60 | 72 | 123 | 113 | 59 | 100 | 108 | 46 | 85 | 102 |
| Clase Soc. Subjet.: | | | | | | | | | | |
| Alta, media alta | 85 | 91 | 126 | 95 | 92 | 102 | 89 | 74 | 113 | 86 |
| Media | 94 | 94 | 106 | 110 | 112 | 123 | 113 | 110 | 108 | 100 |
| Baja | 99 | 106 | 112 | 113 | 127 | 126 | 129 | 112 | 108 | 113 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 108 | 95 | 114 | 122 | 124 | 131 | 121 | 110 | 107 | 114 |
| Centro Izquierda | 114 | 122 | 149 | 134 | 140 | 143 | 138 | 140 | 148 | 135 |
| Centro | 89 | 80 | 114 | 102 | 109 | 128 | 105 | 110 | 109 | 79 |
| Centro Derecha | 56 | 94 | 92 | 76 | 82 | 80 | 78 | 62 | 90 | 70 |
| Derecha | 68 | 54 | 64 | 74 | 64 | 94 | 75 | 72 | 76 | 66 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 97 | 100 | 126 | 118 | 119 | 128 | 127 | 122 | 108 | 108 |
| Urbano | 101 | 102 | 104 | 115 | 118 | 129 | 119 | 108 | 120 | 112 |
| Metropolitano | 83 | 86 | 98 | 95 | 100 | 106 | 94 | 94 | 88 | 82 |

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 de 1.988 la elaboración de un índice de satisfacción con el funcionamiento de la Democracia, para comprobar hasta qué punto estas suposiciones eran o no ciertas.

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 algo más de un 25 por ciento se consideran este mes realmente insatisfechos o muy insatisfechos, mientras que un 17 por ciento es indiferente o no opina sobre esta cuestión. En resumen, parece que el índice no sólo es positivo, sino muy 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. Además, el índice es otra vez más bajo este mes que en meses anteriores. 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, una vez más este mes, todos los segmentos, sin excepción, están satisfechos con el funcionamiento de la democracia.

En general, se puede observar que el grado de satisfacción es mayor cuanto más alta es la edad, cuanto más baja es la posición social y la clase social, cuanto menor es el tamaño del hábitat de residencia. Además, es más alto entre los de centro izquierda, y disminuye a derechas e izquierdas.

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.

Cuadro 4.4.4.1.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Muy Satisfecho | 2% | 2% | 3% | 3% | 4% | 4% | 5% | 3% | 3% | 3% |
| Satisfecho | 56 | 55 | 52 | 49 | 60 | 62 | 57 | 59 | 58 | 53 |
| Indiferente | 8 | 6 | 13 | 12 | 11 | 10 | 12 | 12 | 10 | 13 |
| Insatisfecho | 25 | 27 | 22 | 22 | 20 | 18 | 19 | 22 | 20 | 24 |
| Muy Insatisfecho | 5 | 6 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| NS/NC | 4 | 3 | 8 | 12 | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 |
| Índice | 128 | 124 | 130 | 128 | 143 | 146 | 140 | 137 | 138 | 129 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |

Cuadro 4.4.4.2.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 128 | 124 | 130 | 128 | 143 | 146 | 140 | 137 | 138 | 129 |
| Sexo | | | | | | | | | | |
| Varones | 128 | 122 | 126 | 127 | 147 | 144 | 141 | 132 | 138 | 128 |
| Mujeres | 128 | 125 | 132 | 129 | 138 | 147 | 140 | 142 | 137 | 130 |
| Edad | | | | | | | | | | |
| 18 a 29 años | 122 | 120 | 124 | 122 | 133 | 138 | 141 | 134 | 138 | 121 |
| 30 a 49 años | 123 | 119 | 132 | 126 | 142 | 142 | 139 | 132 | 131 | 127 |
| 50 a 64 años | 135 | 124 | 124 | 134 | 150 | 152 | 134 | 141 | 140 | 129 |
| 65 y más años | 138 | 143 | 142 | 132 | 149 | 155 | 151 | 149 | 147 | 147 |
| Posición Social | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 130 | 136 | 162 | 162 | 143 | 145 | 152 | 156 | 145 | 147 |
| Baja | 132 | 132 | 136 | 136 | 146 | 157 | 143 | 154 | 147 | 136 |
| Media | 128 | 123 | 124 | 123 | 143 | 140 | 138 | 127 | 134 | 122 |
| Alta | 122 | 109 | 120 | 112 | 127 | 133 | 142 | 129 | 130 | 131 |
| Muy Alta | 112 | 94 | 133 | 150 | 165 | 150 | 108 | 108 | 115 | 123 |
| Clase Social | | | | | | | | | | |
| Alta, Media Alta | 127 | 122 | 134 | 136 | 139 | 149 | 150 | 105 | 122 | 112 |
| Media | 131 | 122 | 130 | 129 | 142 | 146 | 139 | 139 | 141 | 130 |
| Baja | 118 | 133 | 120 | 120 | 148 | 145 | 139 | 138 | 122 | 127 |
| Ideología | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 134 | 120 | 137 | 130 | 152 | 150 | 143 | 135 | 142 | 128 |
| Centro Izquierda | 155 | 142 | 147 | 146 | 159 | 161 | 159 | 161 | 174 | 161 |
| Centro | 118 | 131 | 122 | 119 | 136 | 141 | 143 | 142 | 135 | 122 |
| Centro Derecha | 124 | 126 | 119 | 124 | 133 | 134 | 144 | 122 | 130 | 107 |
| Derecha | 108 | 79 | 104 | 102 | 99 | 136 | 114 | 112 | 102 | 106 |
| Hábitat | | | | | | | | | | |
| Rural | 131 | 119 | 136 | 140 | 147 | 146 | 149 | 141 | 142 | 134 |
| Urbano | 128 | 132 | 131 | 130 | 142 | 149 | 140 | 142 | 147 | 133 |
| Metropolitano | 126 | 116 | 121 | 113 | 139 | 139 | 132 | 126 | 118 | 119 |

4.5. INTENCIONES DE VOTO

El análisis de la intención de voto es una tarea difícil y compleja en cualquier situación. Pero, el análisis de la intención de voto es algo más que simplemente preguntar a la gente a qué partido votará en las próximas elecciones.

Se debe, 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 debe interesar más la explicación de los condicionantes del voto (o la predisposición al voto) que la predicción misma del resultado. La función predictiva de las encuestas y sondeos constituye, sin embargo, el objetivo último que se persigue.

Pero, además, la presentación de los resultados de un sondeo pre-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 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".

Los datos que se analizan a continuación se refieren a las próximas elecciones legislativas nacionales, aunque estén todavía muy lejanas, ya que todavía están recientes las de octubre de 1.989.

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, seguido por el PP (que es muy superior a su nivel de casi todo el año pasado y el máximo de los últimos diez meses), y de IU. El CDS se mantiene en el bajo nivel de los últimos meses, siendo éste el más bajo de los últimos diez meses. En general, todos los partidos parecen tener un electorado potencial similar al de marzo, excepto el PP, que lo incrementa más, en términos relativos, que los demás. 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 y los partidos nacionalistas de izquierda son los partidos con un electorado inasequible más importante (un 31 y 37 por ciento respectivamente). Pero los "otros" partidos han experimentado también un fuerte crecimiento de su "electorado inasequible".

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 parece ser su relativa estabilidad con respecto a los del mes pasado, lo que parece lógico, estando todavía próximas las últimas elecciones y estando lejos todavía de las próximas.

Cuadro 4.5.1.1.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Podría Votar: | | | | | | | | | | |
| PP | 14% | 13% | 16% | 14% | 20% | 17% | 16% | 22% | 20% | 23% |
| CDS | 18 | 14 | 13 | 15 | 10 | 12 | 11 | 15 | 12 | 10 |
| PSOE | 36 | 34 | 38 | 41 | 41 | 38 | 40 | 42 | 39 | 38 |
| IU | 11 | 13 | 16 | 16 | 22 | 20 | 17 | 22 | 17 | 17 |
| Nacionalistas Derecha | 9 | 12 | 10 | 10 | 11 | 10 | 12 | 10 | 12 | 12 |
| Nacionalistas Izquierda | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 |
| Otros | 2 | 3 | 11 | 14 | 9 | 9 | 12 | 16 | 9 | 8 |
| No Votará | 11 | 13 | 7 | 8 | 6 | 7 | 7 | 13 | 8 | 10 |
| NS | 16 | 15 | 15 | 12 | 8 | 10 | 10 | 6 | 11 | 11 |
| NC | 6 | 6 | 10 | 11 | 9 | 12 | 11 | 5 | 9 | 8 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |
| No Podría Votar ni Rechazaría: | | | | | | | | | | |
| PP | 52% | 55% | 53% | 52% | 45% | 49% | 51% | 44% | 45% | 46% |
| CDS | 71 | 77 | 77 | 74 | 75 | 76 | 77 | 72 | 75 | 75 |
| PSOE | 53 | 55 | 50 | 47 | 45 | 52 | 49 | 42 | 47 | 48 |
| IU | 67 | 72 | 68 | 68 | 62 | 65 | 66 | 58 | 64 | 64 |
| Nacionalistas Derecha | 79 | 77 | 76 | 75 | 77 | 75 | 72 | 71 | 72 | 70 |
| Nacionalistas Izquierda | 69 | 70 | 70 | 63 | 65 | 60 | 63 | 65 | 67 | 60 |
| Otros | 98 | 96 | 74 | 62 | 69 | 63 | 70 | 64 | 74 | 72 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |
| Nunca Votaría: | | | | | | | | | | |
| PP | 34% | 32% | 31% | 34% | 35% | 34% | 33% | 34% | 35% | 31% |
| CDS | 11 | 9 | 10 | 11 | 15 | 12 | 12 | 13 | 13 | 15 |
| PSOE | 11 | 11 | 12 | 12 | 14 | 10 | 11 | 16 | 14 | 14 |
| IU | 22 | 15 | 16 | 16 | 16 | 15 | 17 | 20 | 19 | 19 |
| Nacionalistas Derecha | 12 | 11 | 14 | 15 | 12 | 15 | 16 | 19 | 16 | 18 |

| | | | | | | | | | | |
|-------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Nacionalistas Izquierda | 28 | 26 | 27 | 35 | 33 | 38 | 33 | 33 | 30 | 37 |
| Otros | - | 1 | 15 | 24 | 22 | 28 | 18 | 20 | 17 | 20 |
| No Votará | 7 | 8 | 6 | 6 | 5 | 5 | 6 | 12 | 5 | 7 |
| NS | 17 | 21 | 17 | 13 | 13 | 12 | 12 | 7 | 13 | 16 |
| NC | 7 | 7 | 12 | 9 | 10 | 13 | 11 | 6 | 10 | 7 |
| Total | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |

*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 1989; y en el Cuadro 4.5.2.2. se presentan las diferencias entre las intenciones de voto y los resultados reales en 1989, en puntos porcentuales y como porcentaje sobre los resultados de 1989.

Esta comparación demuestra, como es habitual, que hay ocultación de voto para el PP, CDS, nacionalistas de centro y derecha, "otros" partidos y, especialmente, que hay una fuerte "ocultación" de la abstención. La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones (30,5%), incluye previsiblemente a estos "ocultadores". Resulta significativo que este mes, por primera vez, la intención directa de voto del PSOE sea inferior a sus resultados reales de 1989. Por el contrario, IU, como también es habitual, muestra una intención de voto superior a los resultados reales de octubre.

Pues bien, si estas intenciones de voto fuesen ciertas, implicarían pérdidas electorales del PP (23%), CDS (49%), PSOE (6%), nacionalistas de centro y derecha (21%), de izquierda (11%) y de "otros" partidos (21%). Sólo IU (16%) parece estar incrementando su electorado respecto al que obtuvo en octubre de 1989. Esta situación, visiblemente diferente a la de meses precedentes, es consecuencia de un fuerte crecimiento de la indecisión (30,5%) del electorado, así como de un ligero incremento de la abstención ya decidida (10,2%).

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

En cualquier caso, los datos de intención directa de voto parecen reflejar la imagen social de los partidos después de las recientes elecciones. Buena imagen solo para IU, y peor imagen para todos los demás, especialmente para el CDS, que es el que muestra la pérdida relativa más alta.

La abstención declarada es todavía muy baja (10,2% frente al 31,0% real de las elecciones de octubre de 1989), lo que sugiere que las últimas elecciones pueden haber provocado un renacimiento del interés por participar activamente en futuras elecciones. No obstante, si se considera que los NS/NC probablemente se abstendrán, la cifra resultante (40,7%) sería bastante superior a la obtenida en las recientes elecciones.

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 1989, 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 el PP 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 superior al resultado real de 1989 (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 los diferentes partidos.

Así, el PP, el CDS, los nacionalistas y "otros" tienen en general un recuerdo y una intención de voto que son inferiores a sus resultados reales de 1989. Además, la intención es igual o superior al recuerdo, en estos partidos. Por consiguiente, en el supuesto de que la "ocultación" fuese igual para el futuro que para el pasado, parece claro que estos partidos están perdiendo menos electorado del que sugerirían las intenciones directas de voto.

El PSOE sin embargo tiene un recuerdo de voto superior a los resultados reales de 1989 y una intención de voto que este mes es algo inferior a los resultados del '89, y por tanto también inferior al recuerdo de voto, lo que sugiere igualmente que el PSOE está claramente perdiendo electorado.

Los datos relativos a IU deben ser interpretados con más cautela, debido a la euforia resultante de su fuerte crecimiento en las pasadas elecciones, que se refleja en un recuerdo de voto muy superior a sus resultados reales y una intención directa muy superior a la de 1989 aunque inferior al recuerdo. En todo caso, parece evidente que IU podría, ahora, mejorar sus resultados de las recientes elecciones, aunque no tanto como sugerían los datos de meses precedentes (posiblemente a causa de los recientes acontecimientos en la Europa del Este).

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 alta práctica religiosa, los que se consideran más españoles que nacionalistas, los de centro, y, sobre todo, los de derecha y centro derecha.
- b. El voto al CDS es significativamente más alto entre los de centro.
- c. El voto al PSOE es sobre todo importante entre los mayores de 65 años, de baja práctica religiosa, y sobre todo entre los de centro izquierda e izquierda.
- d. En cuanto al voto a IU, es considerablemente mayor entre los de izquierda, y en menor medida también entre los residentes metropolitanos y los de baja práctica religiosa.
- 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.
- 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 y entre los de izquierda.
- 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. Pero parecen estar más que proporcionalmente representados entre los menores de 30 años.

- 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 X-1989 | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|----------------------|--|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| PP | 17,9% | 9,6% | 7,3% | 8,1% | 7,7% | 13,0% | 11,5% | 11,0% | 14,7% | 15,0% | 13,8% |
| CDS | 5,5 | 8,6 | 6,3 | 3,8 | 4,6 | 3,0 | 3,8 | 4,1 | 3,5 | 2,9 | 2,8 |
| PSOE | 27,4 | 27,0 | 25,1 | 28,4 | 30,4 | 31,9 | 29,8 | 30,8 | 30,9 | 29,5 | 25,8 |
| IU | 6,3 | 5,1 | 6,8 | 8,2 | 7,0 | 11,1 | 11,1 | 8,4 | 8,5 | 7,2 | 7,3 |
| Nacionalistas Drcha. | 7,2 | 3,8 | 5,6 | 4,9 | 5,3 | 5,9 | 5,5 | 5,9 | 4,9 | 6,0 | 5,7 |
| Nacionalistas Izqda. | 1,8 | 1,6 | 1,3 | 1,3 | 1,0 | 0,9 | 1,1 | 1,8 | 0,7 | 1,4 | 1,6 |
| Otros | 2,9 | 1,7 | 2,3 | 3,2 | 3,1 | 3,2 | 2,8 | 3,1 | 4,1 | 3,4 | 2,3 |
| No (Votó) Votará | 31,0 | 12,5 | 15,3 | 8,2 | 9,0 | 7,1 | 8,2 | 8,3 | 14,7 | 9,7 | 10,2 |
| NS/NC | - | 30,1 | 30,0 | 33,9 | 31,9 | 23,9 | 26,2 | 26,6 | 18,0 | 24,9 | 30,5 |
| | (28.975.743) | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |

Cuadro 4.5.2.2.

**Diferencia entre la Intención de Voto y los
Resultados Reales de 1989**

| | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|--|-------|--------|-------|-------|--------|-------|
| Diferencia en Puntos | | | | | | |
| Porcentuales: | | | | | | |
| PP | - 4,9 | - 6,4 | - 6,9 | - 3,2 | - 2,9 | - 4,1 |
| CDS | - 2,5 | - 1,7 | - 1,4 | - 2,0 | - 2,6 | - 2,7 |
| PSOE | + 4,5 | + 2,4 | + 3,4 | + 3,5 | + 2,1 | - 1,6 |
| IU | + 4,8 | + 4,8 | + 2,1 | + 2,2 | + 0,9 | + 1,0 |
| Nacionalist.Derecha | - 1,3 | - 1,7 | - 1,3 | - 2,3 | - 1,2 | - 1,5 |
| Nacionalis.Izq. | - 0,9 | - 0,7 | - | - 1,1 | - 0,4 | - 0,2 |
| Otros | + 0,3 | - 0,1 | + 0,2 | + 1,2 | + 0,5 | - 0,6 |
| No Votará | -23,9 | -22,8 | -22,7 | -16,3 | -21,3 | -20,8 |
| NS/NC | +23,9 | +26,2 | +26,6 | +18,0 | +24,9 | +30,5 |
| Índice Discrepancia | 33,5 | 33,4 | 32,3 | 24,9 | 28,4 | 31,5 |
| Diferencia en porcen- taje respecto a 1989: | | | | | | |
| PP | -27 | -36 | -38 | -18 | -16 | -23 |
| CDS | -45 | -31 | -25 | -36 | -47 | -49 |
| PSOE | +16 | + 9 | +12 | +13 | + 8 | - 6 |
| IU | +76 | +76 | +33 | +35 | +14 | +16 |
| Nacionalis.Derecha | -18 | -24 | -18 | -32 | -17 | -21 |
| Nacionalis.Izq. | -50 | -39 | - | -61 | -22 | -11 |
| Otros | +10 | - 3 | + 7 | +41 | +17 | -21 |
| No Votará | -77 | -74 | -73 | -52 | -69 | -67 |

Cuadro 4.5.2.3.

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

| | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-----------------------------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|
| Diferencia en Puntos | | | | | | |
| Porcentuales: | | | | | | |
| PP | + 1,9 | + 0,6 | + 0,3 | + 2,5 | + 1,6 | + 1,1 |
| CDS | + 0,2 | + 0,6 | - | + 0,2 | - 0,4 | - |
| PSOE | + 1,1 | - 1,0 | - 1,4 | - 0,1 | - 2,0 | - 5,9 |
| IU | + 3,0 | + 2,9 | + 2,2 | + 1,7 | + 1,2 | - 0,4 |
| Nacionalis.Derecha | + 5,0 | + 0,7 | + 1,4 | + 0,8 | + 0,3 | + 0,4 |
| Nacionalis.Izq. | + 0,1 | - | + 0,6 | - 0,5 | - 0,1 | + 0,2 |
| Otros | + 1,3 | + 1,7 | + 1,3 | + 1,7 | + 0,9 | + 0,9 |
| No Votará | - 8,7 | - 7,8 | - 9,4 | - 4,6 | - 7,5 | - 8,7 |
| NS/NC | + 0,6 | + 2,3 | + 5,0 | - 1,7 | + 6,0 | +12,4 |
| Índice Discrepancia | 8,7 | 8,8 | 10,8 | 6,9 | 10,0 | 15,0 |

| | | | | | | |
|--|-----|------|-----|-----|-----|-----|
| Diferencia en porcen- taje respecto a Recuerdo de Voto: | | | | | | |
| PP | +17 | + 6 | + 3 | +20 | +12 | + 9 |
| CDS | + 7 | + 19 | - | + 6 | -12 | - |
| PSOE | + 4 | - 3 | - 4 | * | - 6 | -19 |
| IU | +37 | + 35 | +35 | +25 | +20 | - 5 |
| Nacionalis.Derecha | + 9 | + 15 | +31 | +20 | + 5 | + 8 |
| Nacionalis.Izq. | +12 | - | +50 | -42 | - 7 | +14 |
| Otros | +68 | +154 | +72 | +71 | +36 | +64 |
| No Votará | -55 | - 49 | -53 | -24 | -44 | -46 |
| NS/NC | + 3 | + 10 | +23 | - 9 | +32 | +68 |

Cuadro 4.5.2.4.

Intención de Voto según Características de los Entrevistados.

| ABRIL 1990 | TOTAL | PP | CDS | PSOE | IU | Nacion. Dcha. | Nacion. Izda. | Otro | NV | NS | NC |
|----------------------------|--------|-----|-----|------|----|------------------|------------------|------|----|----|----|
| Total | (1218) | 14% | 3 | 26 | 7 | 6 | 2 | 2 | 10 | 14 | 16 |
| Sexo: | | | | | | | | | | | |
| Varones | (585) | 16% | 2 | 26 | 8 | 6 | 2 | 2 | 10 | 11 | 16 |
| Mujeres | (633) | 11% | 4 | 26 | 6 | 5 | 1 | 2 | 10 | 17 | 16 |
| Edad: | | | | | | | | | | | |
| - 30 años | (316) | 15% | 3 | 22 | 9 | 4 | 3 | 5 | 15 | 11 | 13 |
| 30-49 años | (427) | 14% | 3 | 25 | 9 | 6 | 2 | 2 | 7 | 17 | 14 |
| 50-64 años | (276) | 14% | 4 | 28 | 5 | 8 | * | 1 | 6 | 13 | 21 |
| 65 y más años | (199) | 12% | 1 | 30 | 3 | 3 | - | * | 15 | 16 | 19 |
| Práctica Religiosa: | | | | | | | | | | | |
| Alta | (263) | 21% | 4 | 17 | 1 | 6 | 1 | 2 | 6 | 21 | 20 |
| Media | (310) | 17% | 4 | 26 | 4 | 8 | * | 2 | 9 | 16 | 15 |
| Baja | (554) | 10% | 2 | 31 | 10 | 5 | 3 | 3 | 11 | 10 | 15 |
| Nacionalismo: | | | | | | | | | | | |
| Más nacionalista | (255) | 10% | 1 | 15 | 6 | 16 | 5 | 3 | 11 | 14 | 17 |
| Igual | (562) | 11% | 3 | 31 | 8 | 4 | 1 | 2 | 9 | 14 | 16 |
| Más español | (350) | 21% | 3 | 26 | 8 | 1 | * | 2 | 9 | 13 | 15 |
| Ideología: | | | | | | | | | | | |
| Izquierda | (271) | 2% | 1 | 40 | 25 | 3 | 6 | 3 | 6 | 4 | 12 |
| Centro Izda. | (199) | 4% | 4 | 46 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 10 | 18 |
| Centro | (113) | 21% | 13 | 16 | 1 | 9 | - | 3 | 8 | 10 | 19 |
| Centro Dcha. | (102) | 50% | 1 | 10 | - | 16 | - | 1 | 6 | 7 | 9 |
| Derecha | (92) | 60% | 4 | 8 | - | 7 | - | 2 | 3 | 7 | 9 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | | |
| Rural | (303) | 13% | 2 | 26 | 5 | 6 | 2 | 1 | 9 | 19 | 18 |
| Urbano | (574) | 15% | 3 | 28 | 7 | 5 | 1 | 2 | 10 | 14 | 15 |
| Metropolitano | (339) | 12% | 3 | 22 | 11 | 7 | 1 | 5 | 12 | 11 | 16 |

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 1989) 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 64 por ciento del electorado se comportaría en unas futuras elecciones del mismo modo que en las pasadas elecciones de octubre de 1989, lo que significa una importante proporción de voto estable (aunque inferior a la del mes pasado), que parece lógico dado el escaso tiempo transcurrido desde las elecciones. Los saldos demuestran este mes que casi todos los partidos parecen tener saldos positivos (excepto el CDS, PSOE e IU), debido a que la "intención" de abstenerse en unas futuras elecciones es muy inferior al "recuerdo" de haberse abstenido en las pasadas elecciones de octubre.

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 '89;
- b) el voto estable es la proporción del electorado (sobre 100 electores) que manifiesta haber votado a un partido en 1989 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 1989, 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 '89, 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 con un mayor saldo negativo y el que está perdiendo más proporción del electorado, como se ha observado desde julio de 1.986, y el PP parece ser ahora el partido con mayor saldo neto positivo, (reflejando la aparente mejora de imagen del PP).
- 2) El voto estable del PSOE, es el de mayor magnitud, y habitualmente representa entre un 21 y un 25 por ciento del electorado, siendo este mes del 22 por ciento.

El voto estable del PP es habitualmente solo entre un 6 y un 8 por ciento del electorado, pero este mes es del 10 por ciento, probablemente debido a una menor ocultación de voto, reflejando así su recuperación de imagen desde las pasadas elecciones.

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 1.989.

- 3) El electorado no-estable, es decir, el que dice que tiene intención de comportarse de una manera diferente a como lo hizo en octubre de 1.989, representa habitualmente entre el 37 y el 46 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 vuelve a estar por debajo de esos límites, por las razones ya citadas.

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 este mes al PSOE y al PP, mientras que las mayores pérdidas corresponden sobre todo al PSOE.

Cuadro 4.5.3.1.

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

| Saldo Neto | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| PP | +0,4 | - 1,4 | - 0,3 | - 0,8 | + 1,9 | + 0,6 | + 0,3 | + 2,5 | + 1,6 | + 1,1 |
| CDS | +3,6 | + 1,0 | + 1,3 | + 0,5 | + 0,2 | + 0,6 | - | + 0,2 | - 0,4 | - |
| PSOE | -9,8 | - 9,9 | - 5,0 | - 5,5 | + 1,1 | - 1,0 | - 1,4 | - 0,1 | - 2,0 | - 5,9 |
| IU | +1,1 | + 3,3 | + 3,4 | + 2,9 | + 3,0 | + 2,9 | + 2,2 | + 1,7 | + 1,2 | - 0,4 |
| Nacionalistas Derecha | -0,3 | + 0,2 | + 0,9 | + 0,7 | + 0,5 | + 0,7 | + 1,4 | + 0,8 | + 0,3 | + 0,4 |
| Nacionalistas Izquier. | +0,6 | + 0,5 | + 0,6 | - | + 0,1 | - | + 0,6 | - 0,5 | - 0,1 | + 0,2 |
| Otros | +1,1 | + 1,7 | + 2,2 | + 2,9 | + 1,3 | + 1,7 | + 1,3 | + 1,7 | + 0,9 | + 0,9 |
| NV | -6,0 | - 0,7 | -11,7 | -10,8 | - 8,7 | - 7,8 | - 9,4 | - 4,5 | - 7,5 | - 8,7 |
| B, NS/NC | +9,3 | + 5,3 | + 8,6 | +10,1 | + 0,6 | + 2,3 | + 5,0 | - 1,7 | + 6,0 | +12,4 |
| Índice de Discrepancia | 16,1 | 12,0 | 17,0 | 17,1 | 8,7 | 8,8 | 10,8 | 6,9 | 10,0 | 15,0 |

| Voto Estable | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-------------------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| PP | 6,3 | 5,0 | 5,5 | 5,6 | 10,2 | 9,4 | 7,9 | 10,2 | 11,0 | 9,8 |
| CDS | 3,1 | 3,2 | 1,2 | 1,5 | 1,7 | 2,1 | 2,5 | 1,2 | 1,2 | 1,3 |
| PSOE | 22,4 | 20,8 | 22,5 | 24,6 | 25,5 | 24,7 | 26,0 | 23,3 | 24,5 | 21,7 |
| IU | 2,7 | 2,5 | 3,6 | 3,1 | 6,9 | 7,2 | 5,0 | 5,0 | 4,8 | 5,7 |
| Nacionalistas Derecha | 2,0 | 3,3 | 2,9 | 3,3 | 4,2 | 3,6 | 3,5 | 3,0 | 4,1 | 3,9 |
| Nacionalistas Izquierda | 0,9 | 0,5 | 0,4 | 0,5 | 0,5 | 0,6 | 0,9 | 0,7 | 1,3 | 1,1 |
| Otros | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 1,3 | 0,8 | 1,2 | 1,2 | 1,4 | 0,9 |
| NV | 6,4 | 6,2 | 4,9 | 5,8 | 4,4 | 5,4 | 5,5 | 7,5 | 6,7 | 6,6 |
| B, NS/NC | 13,3 | 16,4 | 18,7 | 16,8 | 15,7 | 17,1 | 15,3 | 8,6 | 13,3 | 12,7 |
| Total | 57,3 | 58,0 | 59,9 | 61,3 | 70,4 | 70,9 | 67,8 | 60,7 | 68,3 | 63,7 |

Cuadro 4.5.3.1. (Continuación)

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

| Incrementos procedentes de Otros Partidos: | IV-89 | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|---|--------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| PP | 3,2 | 3,3 | 2,3 | 2,6 | 2,1 | 2,8 | 2,1 | 3,1 | 4,5 | 4,0 | 4,0 |
| CDS | 5,8 | 5,5 | 3,1 | 2,6 | 3,1 | 1,3 | 1,7 | 1,6 | 2,3 | 1,7 | 1,5 |
| PSOE | 3,9 | 4,6 | 4,3 | 5,9 | 5,8 | 6,4 | 5,1 | 4,8 | 7,6 | 5,0 | 4,1 |
| IU | 3,3 | 2,4 | 4,3 | 4,6 | 3,9 | 4,2 | 3,9 | 3,4 | 3,5 | 2,4 | 1,6 |
| Nacionalistas Derecha | 2,8 | 1,8 | 2,3 | 2,0 | 2,0 | 1,7 | 1,9 | 2,4 | 1,9 | 1,9 | 1,8 |
| Nacionalistas Izquierda | 0,5 | 0,7 | 0,8 | 0,9 | 0,5 | 0,4 | 0,5 | 0,9 | - | 0,1 | 0,5 |
| Otros | 0,5 | 1,5 | 2,2 | 3,0 | 3,0 | 1,9 | 2,0 | 1,9 | 2,9 | 2,0 | 1,4 |
| NV | 7,8 | 6,1 | 9,1 | 3,3 | 3,2 | 2,7 | 2,8 | 2,8 | 7,2 | 3,0 | 3,6 |
| B, NS/NC | 14,4 | 16,8 | 13,6 | 15,2 | 15,1 | 8,2 | 9,1 | 11,3 | 9,4 | 11,6 | 17,8 |
| Total | 42,2 | 42,7 | 42,0 | 40,1 | 38,7 | 29,6 | 29,1 | 32,2 | 39,3 | 31,7 | 36,3 |
| Pérdidas hacia Otros Partidos: | IV-89 | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
| PP | 4,0 | 2,9 | 3,7 | 2,9 | 2,9 | 0,9 | 1,5 | 2,8 | 2,0 | 2,4 | 2,9 |
| CDS | 2,0 | 1,9 | 2,1 | 1,3 | 2,6 | 1,1 | 1,1 | 1,6 | 2,1 | 2,1 | 1,5 |
| PSOE | 16,0 | 14,4 | 14,2 | 10,9 | 11,3 | 5,3 | 6,1 | 6,2 | 7,7 | 7,0 | 10,0 |
| IU | 1,1 | 1,3 | 1,0 | 1,2 | 1,0 | 1,2 | 1,0 | 1,2 | 1,8 | 1,2 | 2,0 |
| Nacionalistas | 1,1 | 2,1 | 2,1 | 1,1 | 1,3 | 1,2 | 1,2 | 1,0 | 1,1 | 1,6 | 1,4 |
| Nacionalistas Izquierda | 0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,3 | 0,5 | 0,3 | 0,5 | 0,3 | 0,5 | 0,2 | 0,3 |
| Otros | 0,5 | 0,4 | 0,5 | 0,8 | 0,1 | 0,6 | 0,3 | 0,6 | 1,2 | 1,1 | 0,5 |
| NV | 10,3 | 12,1 | 9,8 | 15,0 | 14,0 | 11,4 | 10,6 | 12,2 | 11,8 | 10,5 | 12,3 |
| B, NS/NC | 7,1 | 7,5 | 8,3 | 6,6 | 5,0 | 7,6 | 6,8 | 6,3 | 11,1 | 5,6 | 5,4 |
| Total | 42,2 | 42,7 | 42,0 | 40,1 | 38,7 | 29,6 | 29,1 | 32,2 | 39,3 | 31,7 | 36,3 |

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) Intenciones directas de voto iguales o superiores al recuerdo de voto para todos los partidos, (excepto para el PSOE e IU, cuyas intenciones son inferiores al recuerdo).
- b) Recuerdo de voto sub-estimado (por comparación con los reales de 1989) para el PP, CDS, nacionalistas de centro y derecha, nacionalistas de izquierda y "otros" partidos.
- c) Recuerdo de voto sobre-estimado (por comparación con los reales de 1989) para el PSOE e IU.

Los datos que se ofrecen a continuación se basan en el Informe ASEP correspondiente al mes de abril de 1990, e incluyen los resultados reales de las elecciones de octubre de 1989, las "intenciones" de voto declaradas, y la estimación elaborada.

Si esta estimación fuese correcta, los resultados de unas nuevas elecciones legislativas celebradas mañana proporcionarían unos resultados algo diferentes a los de octubre de 1989.

Los cambios más importantes respecto a las pasadas elecciones serían:

- Disminución del CDS y PSOE.
- Ligero aumento de IU, nacionalistas y de "otros" partidos (posiblemente ecologistas).
- Mantenimiento del voto del PP.
- Fuerte incremento de la abstención.

Cuadro 4.5.4.1.

Estimación de Resultados de unas Futuras Elecciones

ABRIL 1990

| | Resultados Reales | Intenciones | |
|------------------|--------------------------|--------------------|------------|
| | en 1989 | Directas | Estimación |
| | | de Voto | |
| PP | 17,9% | 13,8% | 17,7% |
| CDS | 5,5 | 2,8 | 4,2 |
| PSOE | 27,4 | 25,8 | 23,1 |
| IU | 6,3 | 7,3 | 6,6 |
| Nacionalis.Dcha. | 7,2 | 5,7 | 7,6 |
| Nac.Izq. | 1,8 | 1,6 | 2,0 |
| Otros | 2,9 | 2,3 | 3,8 |
| Abstención | 31,0 | 10,2 | 35,0 |
| NS/NC | - | 30,5 | - |
| ----- | | | |
| 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 1989 | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-----------------|----------------------------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| PP | 17,9% | 15,7% | 13,6% | 15,5% | 13,8% | 19,5% | 17,7% | 16,5% | 19,3% | 18,9% | 17,7% |
| CDS | 5,5 | 9,0 | 8,5 | 6,1 | 6,9 | 4,6 | 5,1 | 5,5 | 4,4 | 3,5 | 4,2 |
| PSOE | 27,4 | 23,7 | 22,2 | 26,7 | 26,9 | 30,7 | 27,9 | 27,7 | 28,3 | 26,1 | 23,1 |
| IU | 6,3 | 4,7 | 6,9 | 7,6 | 7,2 | 10,8 | 11,5 | 9,2 | 8,6 | 8,1 | 6,6 |
| Nacional.Drcha. | 7,2 | 4,8 | 6,1 | 6,7 | 6,3 | 7,1 | 7,9 | 8,0 | 7,3 | 7,2 | 7,6 |
| Nac. Iqda. | 1,8 | 4,6 | 4,5 | 2,3 | 3,4 | 1,6 | 1,3 | 2,0 | 1,0 | 1,8 | 2,0 |
| Otros | 2,9 | 2,7 | 1,8 | 4,2 | 4,5 | 4,1 | 4,0 | 4,3 | 4,5 | 4,1 | 3,8 |
| Abstención | 31,0 | 34,8 | 36,4 | 30,9 | 31,0 | 21,6 | 24,6 | 26,8 | 26,6 | 30,3 | 35,0 |
| Total Electores | (29.460.150) | (1.214) | (1.198) | (1.197) | (1.208) | (1.203) | (1.215) | (1.210) | (1.208) | (1.202) | (1.218) |



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 comenzó a elaborar, a partir del sondeo del mes de octubre del curso pasado, un ranking de comunicadores, con el fin de averiguar los que son más aceptados por la opinión pública española. Asimismo, a partir del sondeo del pasado mes de septiembre se introdujo un nuevo ranking de programas televisivos diferente al realizado el curso pasado.

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 solo 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 de diarios en la población española ha disminuido notablemente. La proporción de lectores de periódicos siempre ha oscilado entre el 47 y el 37%, en todos los sondeos realizados hasta el momento. En este mes de abril se registra, por tanto, un nivel de lectura significativamente inferior al del mes pasado, pero manteniéndose entre los límites ya señalados.

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 el 31% de las mujeres leyó algún periódico el día anterior a realizar la entrevista, mientras que para los varones algo más de dos de cada tres aduce ser lector de algún diario. La proporción de lectores disminuye cuanto más alta es la edad, de forma que una de cada dos personas menor de 50 años lee algún periódico, pero sin embargo, solo algo menos de 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 92 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 sí resulta condicionante, ya que sólo un 35 por ciento de los que residen en el medio rural leen algún periódico mientras que esa proporción se eleva a un 55 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, y 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, para cada uno de los diarios mencionados al menos por un 0,5 por ciento de los entrevistados este mes de abril. 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 8,0% de lectores mayores de 18 años. Si comparamos este resultado con el obtenido el pasado mes de marzo observamos un descenso en la proporción de lectores para El País. Asimismo, se observa un descenso en la proporción de lectores de ABC (2,4), y un ascenso para Diario 16 (3,6), respecto al sondeo anterior. Los diarios regionales La Vanguardia y El Periódico tienen un considerable elenco de lectores. Este mes de abril, de los dos diarios catalanes, El Periódico ha conseguido aumentar su proporción de lectores (4,2), mientras que La Vanguardia ha disminuido por comparación con el sondeo anterior. De los demás diarios regionales, La Voz de Galicia, El Correo Español-El Pueblo Vasco, El Heraldo de Aragón y el Diario Vasco son los que registran un mayor nivel de lectura en el conjunto de la nación.

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 suelen ser importantes de un mes a otro en este tipo de diarios. Sin embargo, las tendencias generales suelen perdurar de un mes a otro, lo que confiere fiabilidad a los datos encontrados.

En el Cuadro 5.1.1.3. se ofrece la proporción de lectores de los periódicos más leídos sobre el total de lectores, pudiéndose observar que el peso de los lectores de "El País" es de un 18,2%, seguido del diario catalán, El Periódico con un 9,7%, y del Diario 16 y ABC ambos con más del 5% del total de lectores de prensa diaria.

Cuadro 5.1.1.1.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 42 | 41 | 41 | 47 | 44 | 44 | 45 | 43 | 47 | 44 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 56 | 54 | 53 | 59 | 56 | 54 | 58 | 57 | 61 | 58 |
| Mujeres | 29 | 29 | 30 | 36 | 33 | 35 | 32 | 30 | 34 | 31 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| - 30 años | 50 | 46 | 49 | 56 | 54 | 52 | 48 | 50 | 52 | 50 |
| 30-49 años | 47 | 50 | 49 | 32 | 50 | 53 | 54 | 50 | 56 | 55 |
| 50-64 años | 37 | 35 | 32 | 41 | 34 | 33 | 38 | 32 | 41 | 36 |
| 65 y más años | 25 | 20 | 22 | 30 | 29 | 26 | 30 | 29 | 26 | 22 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 6 | 4 | 11 | 15 | 17 | 24 | 10 | 7 | 21 | 8 |
| Baja | 23 | 23 | 22 | 32 | 31 | 24 | 28 | 24 | 27 | 24 |
| Media | 49 | 45 | 44 | 50 | 46 | 47 | 46 | 48 | 49 | 48 |
| Alta | 71 | 74 | 78 | 75 | 74 | 77 | 73 | 71 | 77 | 70 |
| Muy Alta | 84 | 78 | 78 | 82 | 76 | 91 | 91 | 96 | 85 | 92 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 49 | 50 | 49 | 54 | 49 | 49 | 50 | 50 | 55 | 49 |
| Centro Izquierda | 46 | 46 | 43 | 51 | 48 | 47 | 43 | 42 | 52 | 51 |
| Centro | 48 | 45 | 38 | 46 | 47 | 47 | 52 | 39 | 49 | 55 |
| Centro Derecha | 59 | 64 | 46 | 56 | 59 | 60 | 54 | 55 | 47 | 58 |
| Derecha | 41 | 50 | 56 | 50 | 42 | 42 | 46 | 49 | 51 | 44 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 31 | 33 | 26 | 38 | 33 | 33 | 32 | 31 | 38 | 35 |
| Urbano | 42 | 40 | 45 | 45 | 47 | 40 | 45 | 46 | 46 | 42 |
| Metropolitano | 51 | 49 | 48 | 58 | 49 | 60 | 56 | 50 | 55 | 55 |
| Educación: | | | | | | | | | | |
| Baja | 30 | 28 | 26 | 36 | 34 | 31 | 30 | 28 | 33 | 30 |
| Media | 61 | 61 | 63 | 65 | 59 | 59 | 61 | 62 | 67 | 66 |
| Alta | 74 | 77 | 78 | 80 | 83 | 83 | 81 | 79 | 85 | 73 |

Cuadro 5.1.1.2.

Porcentaje de Lectores de Periódicos en el Día de Ayer*

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|--------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| El País | 9,9 | 7,9 | 7,5 | 8,5 | 8,5 | 9,7 | 9,0 | 8,6 | 9,5 | 8,0 |
| ABC | 2,4 | 3,1 | 3,4 | 3,9 | 2,2 | 4,1 | 2,9 | 4,3 | 4,2 | 2,4 |
| Diario 16 | 2,6 | 2,7 | 2,6 | 2,8 | 2,9 | 2,7 | 2,4 | 2,0 | 2,9 | 3,6 |
| El Periódico | 3,3 | 2,6 | 3,2 | 2,7 | 2,6 | 3,1 | 2,8 | 2,9 | 2,9 | 4,7 |
| La Vanguardia | 3,0 | 2,1 | 1,9 | 3,6 | 3,3 | 1,7 | 2,3 | 2,4 | 3,1 | 2,1 |
| Ya | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 1,1 | 0,6 | 1,2 | 0,8 | 1,1 | - | 1,0 |
| El Cor. Esp.-ElPueblo V. | 1,0 | 2,7 | 2,7 | 1,6 | 2,0 | 2,4 | 3,3 | 1,1 | 2,1 | 1,1 |
| Las Provincias | 0,8 | 0,9 | 0,7 | 1,2 | 0,8 | 1,5 | 0,8 | 1,1 | 1,0 | 0,9 |
| El Faro de Vigo | 0,7 | 1,2 | 1,0 | - | 0,7 | 0,7 | 0,5 | - | 0,6 | 0,9 |
| La Voz de Galicia | 1,9 | 2,4 | 2,0 | 2,7 | 1,7 | 2,0 | 1,8 | 1,8 | 2,1 | 2,1 |
| As | 1,3 | 1,5 | 2,0 | 1,0 | 1,4 | 1,0 | 0,9 | 0,9 | 1,7 | 0,7 |
| Heraldo de Aragón | 0,8 | 1,5 | 1,2 | 1,7 | 1,4 | 0,8 | 1,2 | 0,7 | 1,7 | 0,7 |
| Levante | 1,1 | 0,7 | 0,9 | 0,8 | 1,6 | 1,1 | 0,6 | 0,9 | 1,4 | 0,9 |
| Diario Vasco | 1,9 | 0,7 | 0,9 | 2,0 | 1,5 | 0,7 | 1,5 | 2,1 | - | 2,9 |
| El Día | 1,0 | 0,8 | 1,3 | 0,8 | 0,9 | 1,0 | 0,9 | 1,2 | 1,3 | 0,5 |
| Avui | 0,7 | - | 0,6 | 0,7 | 0,7 | - | - | 0,8 | 0,6 | 0,5 |
| La Verdad | 1,1 | - | 1,2 | 1,2 | 1,3 | 1,0 | 1,1 | 0,7 | 0,8 | 1,0 |
| Marca | 1,8 | 1,0 | 1,6 | 1,7 | 1,1 | 1,7 | 0,8 | 1,1 | 1,5 | 1,6 |
| La Nueva España | 0,8 | 0,7 | 0,9 | 0,9 | 1,0 | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 0,9 | 1,1 |
| Diario Montañés | - | 0,6 | - | - | - | 0,7 | - | 0,5 | - | 0,7 |
| Deia | - | 0,7 | - | - | - | 0,7 | 1,0 | 0,5 | 0,5 | 0,7 |
| Canarias | - | 0,6 | - | - | - | 0,6 | 0,5 | - | 0,7 | - |
| Diario de Navarra | - | - | - | 0,9 | 0,6 | 0,8 | 0,6 | - | 0,5 | 0,8 |
| Eguin | 0,9 | 1,0 | - | 0,7 | - | - | 0,7 | 0,7 | 0,7 | - |
| Información | - | 0,6 | 0,8 | 1,0 | 1,2 | - | 0,5 | 1,1 | 1,1 | 0,9 |
| Norte de Castilla | - | 0,5 | 0,8 | 0,7 | 0,6 | 0,7 | 0,5 | - | - | 0,7 |
| Región | - | - | 0,5 | 0,6 | 0,6 | - | 0,5 | - | - | 0,8 |
| La Voz de Asturias | - | 0,5 | 0,6 | 0,6 | - | - | - | - | - | - |
| Alerta | - | - | 0,5 | 0,6 | 0,5 | - | - | - | 0,9 | - |
| Hoja del Lunes | 0,7 | - | 0,5 | 0,6 | - | - | - | 0,6 | - | - |
| Mundo Deportivo | - | - | 0,5 | 0,5 | 0,6 | 0,5 | 0,6 | 0,6 | - | 0,6 |
| Sur | 1,2 | 0,6 | 1,4 | 1,0 | 1,3 | 0,9 | 1,0 | 1,2 | 0,9 | 1,7 |

| | | | | | | | | | | |
|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Diario de Burgos | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,9 |
| Correo de Andalucía | - | - | 0,6 | 0,7 | - | - | - | - | - | - |
| Diario de León | - | 0,5 | - | - | 1,4 | - | 0,9 | - | 0,5 | - |
| Sport | 0,6 | - | - | - | - | - | - | 0,5 | - | - |
| Ultima Hora | - | - | - | - | 0,5 | - | 0,6 | - | - | - |
| El Ideal | 0,9 | 1,2 | 0,8 | 1,0 | 0,9 | - | 0,6 | 1,3 | - | - |
| Adelanto | 0,7 | - | 0,6 | 0,8 | - | 0,5 | - | - | - | - |
| Hoy | 0,9 | 0,5 | - | 0,5 | 0,7 | - | 0,8 | 0,8 | 0,5 | - |
| Diario de Cádiz | - | - | - | 0,5 | - | - | 0,9 | 0,7 | 0,5 | - |
| Progreso | - | - | - | - | 0,6 | - | 0,8 | - | - | - |
| La Provincia | - | 0,6 | 1,0 | - | 0,6 | 1,1 | 1,2 | - | 0,9 | 0,6 |
| Mediterráneo | - | 0,7 | 0,8 | - | - | - | 0,2 | 0,5 | - | - |
| Diario de Barcelona | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Diario de Jerez | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,7 | - |
| El Independiente | - | - | - | 0,5 | - | 1,0 | 0,5 | 0,6 | - | - |
| Córdoba | - | - | - | 0,5 | - | - | 0,4 | - | 0,5 | - |
| Correo Zamora | - | - | - | 0,8 | - | 0,7 | - | 0,7 | - | - |
| El Mundo | - | - | - | - | 1,5 | 1,3 | 1,0 | 1,3 | 1,5 | 1,8 |

* 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 de Diarios en el Día de Ayer,
sobre el Total de Lectores de Prensa**

| ABRIL 1990 | Nº de Lectores AYER | % sobre Total LECTORES |
|--------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| Total Lectores | (534) | (43,8%) |
| El País | (97) | 18,2 |
| Diario 16 | (44) | 8,2 |
| ABC | (29) | 5,4 |
| El Periódico | (52) | 9,7 |
| La Vanguardia | (25) | 4,7 |
| La Voz de Galicia | (25) | 4,6 |
| Correo Esp.-Pueblo Vasco | (13) | 2,4 |
| El Mundo | (22) | 4,1 |
| Marca | (20) | 3,7 |
| YA | (13) | 2,4 |
| Diario Vasco | (35) | 6,5 |
| La Nueva España | (14) | 2,6 |
| SUR | (20) | 3,7 |
| La Verdad | (12) | 2,2 |

* 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 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 1990 | TOTAL MUESTRA | No Lectores |
|----------------------------------|--------------------------|------------------------|
| | ----- (1218) | ----- (684) |
| Sexo: | | |
| Varones | 48% | 36% |
| Mujeres | 52 | 64 |
| Edad: | | |
| - 30 años | 26% | 23% |
| 30-49 años | 35 | 28 |
| 50-64 años | 23 | 26 |
| 65 y más años | 16 | 23 |
| Posición Social: | | |
| Muy Baja | 4% | 7% |
| Baja | 33 | 44 |
| Media | 43 | 40 |
| Alta | 17 | 9 |
| Muy Alta | 3 | * |
| Clase Social Subjetiva: | | |
| Alta | 4% | 2% |
| Media | 82 | 78 |
| Baja | 11 | 15 |
| Status Socioec. Familiar: | | |
| Alto, Medio Alto | 18% | 10% |
| Medio | 52 | 49 |
| Medio Bajo | 23 | 31 |
| Bajo | 6 | 10 |
| Ideología: | | |
| Izquierda | 22% | 20% |
| Centro Izquierda | 16 | 14 |
| Centro | 9 | 7 |
| Centro Derecha | 8 | 6 |
| Derecha | 8 | 8 |
| NS/NC | 36 | 44 |
| Hábitat: | | |
| Rural | 25% | 29% |
| Urbano | 47 | 49 |
| Metropolitano | 28 | 22 |

5.2. REVISTAS

5.2.1. Lectura de Revistas

Sólo el 32% 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 39 por ciento entre las personas de posición social muy alta y representa algo menos del 50 por ciento 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 de marzo, el porcentaje de lectores de revistas ha disminuido tres puntos porcentuales, descendiendo por tanto el nivel de lectura respecto al sondeo anterior.

En el Cuadro 5.2.1.2. se ofrece el porcentaje de lectores 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. En este sondeo sólo uno de los semanarios (Pronto), logra superar un 5 por ciento de lectores sobre la población total, (y es preciso recordar que cada entrevistado podía mencionar más de una revista). Además, parece detectarse que el nivel de lectura de las principales revistas ha disminuido para alguna de ellas, si se comparan los porcentajes de lectores con los datos del pasado mes de marzo. Así es interesante resaltar el descenso de lectores registrado para las revistas Semana (3,4%), Lecturas (2,6) y Diez Minutos (1,5). Por otra parte, hay que señalar un ligero aumento de lectores para una de las dos revistas usualmente más leídas, Hola (4,2%). Los semanarios Época y Tribuna han sido leídos este mes por un 1,3 y un 0,5% de la población respectivamente, lo que supone un ligero ascenso del primero y un descenso del segundo en su nivel de lectura respecto al sondeo anterior. Asimismo, las revistas Mía e Indiscreta han disminuido ligeramente su nivel de lectores este mes. Finalmente, la revista de información general, Tiempo, ha aumentado ligeramente su nivel de lectura (2,9%), y sigue siendo la más leída entre las revistas de su género, superando incluso a la revista Entreviú (2,6) este mes de abril.

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 las publicaciones Pronto y Hola consiguen la mayor proporción de lectores en este sondeo del mes de abril, sobre el total de lectores de revistas. La revista Muy Interesante es la que tiene, sin embargo, menor proporción de lectores entre las revistas más leídas.

Cuadro 5.2.1.1.

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

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 36 | 30 | 31 | 35 | 32 | 34 | 31 | 33 | 35 | 32 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 33 | 29 | 30 | 29 | 31 | 30 | 29 | 34 | 33 | 31 |
| Mujeres | 38 | 30 | 32 | 41 | 32 | 38 | 32 | 32 | 36 | 32 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| - 30 años | 49 | 40 | 41 | 49 | 45 | 48 | 41 | 46 | 46 | 40 |
| 30-49 años | 38 | 34 | 37 | 36 | 34 | 37 | 33 | 36 | 39 | 38 |
| 50-64 años | 29 | 17 | 22 | 27 | 24 | 25 | 23 | 21 | 26 | 24 |
| 65 y más años | 21 | 22 | 16 | 23 | 17 | 20 | 20 | 19 | 20 | 15 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 23 | 12 | 11 | 22 | 22 | 13 | 11 | 14 | 29 | 14 |
| Baja | 29 | 23 | 26 | 39 | 23 | 30 | 24 | 22 | 27 | 23 |
| Media | 40 | 31 | 33 | 34 | 33 | 36 | 33 | 36 | 38 | 33 |
| Alta | 40 | 45 | 42 | 33 | 51 | 39 | 38 | 47 | 42 | 47 |
| Muy Alta | 55 | 33 | 33 | 46 | 35 | 59 | 45 | 48 | 45 | 39 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 36 | 33 | 34 | 36 | 33 | 36 | 33 | 36 | 37 | 32 |
| Centro Izquierda | 43 | 35 | 35 | 38 | 31 | 36 | 27 | 34 | 38 | 34 |
| Centro | 40 | 35 | 40 | 35 | 41 | 39 | 45 | 30 | 39 | 37 |
| Centro Derecha | 47 | 36 | 30 | 40 | 48 | 44 | 33 | 33 | 39 | 49 |
| Derecha | 36 | 36 | 39 | 38 | 38 | 35 | 35 | 39 | 34 | 35 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 28 | 24 | 23 | 30 | 24 | 24 | 25 | 26 | 29 | 24 |
| Urbano | 36 | 30 | 36 | 36 | 33 | 34 | 29 | 32 | 34 | 29 |
| Metropolitano | 42 | 35 | 31 | 39 | 35 | 44 | 39 | 40 | 41 | 42 |
| Educación: | | | | | | | | | | |
| Baja | 29 | 23 | 22 | 30 | 25 | 27 | 22 | 24 | 28 | 25 |
| Media | 48 | 42 | 46 | 45 | 42 | 45 | 43 | 41 | 45 | 43 |
| Alta | 50 | 45 | 51 | 46 | 61 | 52 | 40 | 59 | 55 | 43 |

Cuadro 5.2.1.2.

Porcentaje de Lectores de Revistas la Semana Anterior*

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Pronto | 9,4 | 7,5 | 4,2 | 7,6 | 6,1 | 6,6 | 6,1 | 5,3 | 6,1 | 5,9 |
| Hola | 5,8 | 3,9 | 3,6 | 6,1 | 3,8 | 4,2 | 4,5 | 5,0 | 4,1 | 4,2 |
| Interviú | 3,0 | 1,8 | 3,0 | 3,7 | 2,9 | 3,5 | 2,0 | 3,2 | 2,7 | 2,6 |
| Lecturas | 2,7 | 2,1 | 3,8 | 2,5 | 2,8 | 3,4 | 1,9 | 2,6 | 3,2 | 2,6 |
| Semana | 4,1 | 3,6 | 4,3 | 5,5 | 3,6 | 3,8 | 3,1 | 3,1 | 4,2 | 3,4 |
| Tiempo | 2,3 | 2,5 | 2,2 | 2,4 | 2,7 | 2,4 | 2,8 | 3,0 | 2,4 | 2,9 |
| Cambio 16 | 1,5 | 0,7 | 0,8 | 1,8 | 1,0 | 1,7 | 0,8 | 1,2 | 1,2 | 1,8 |
| Indiscreta | 1,0 | 0,8 | 0,7 | 1,0 | 0,6 | - | 0,5 | 0,6 | 1,0 | 0,8 |
| Diez Minutos | 2,5 | 1,4 | 1,7 | 2,2 | 1,5 | 1,7 | 1,9 | 1,4 | 2,0 | 1,5 |
| Época | 0,9 | 0,5 | 1,0 | 0,6 | 0,5 | 1,2 | 1,1 | 0,9 | 1,1 | 1,3 |
| Muy Interesante | 0,9 | 1,0 | 0,9 | 0,7 | 1,1 | 0,9 | 1,1 | 0,8 | 1,2 | 1,3 |
| Mía | 1,2 | 1,1 | 0,6 | 0,9 | 1,3 | 0,6 | 1,0 | 0,7 | 1,7 | 1,5 |
| TV Plus | 0,5 | 0,7 | 0,7 | - | 0,8 | - | - | 0,9 | 0,5 | 0,8 |
| Clan TV | 1,0 | 0,6 | 0,9 | 0,8 | 0,6 | 0,5 | 0,8 | - | 0,6 | 0,5 |
| Panorama | 0,5 | - | 1,4 | - | 0,8 | - | - | 0,6 | - | - |
| Revistas Profesionales | 0,6 | 1,1 | - | - | 0,8 | 1,0 | - | 0,8 | - | - |
| Revistas Deportivas | 0,7 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | - | 0,6 | - | - | - | - |
| Tribuna | 0,9 | 0,6 | 1,5 | - | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,2 | 1,0 | 0,5 |
| Blanco y Negro | - | - | - | - | - | - | 0,5 | - | 0,5 | - |
| Teleprograma | 0,7 | 0,5 | 0,6 | - | 0,6 | - | 0,9 | 0,7 | 0,7 | 0,6 |
| Nuevo Vale | - | 0,7 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Ser Padres | - | 0,5 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Natura | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Autopista | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| El Jueves | - | - | 0,5 | - | 0,5 | - | 0,5 | - | 0,6 | 0,6 |

* 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 de Revistas en el Día de Ayer,
sobre el Total de Lectores de Revistas**

| ABRIL 1990 | N° de Lectores Semana Anterior | % sobre Total LECTORES |
|-------------------|---|---------------------------------------|
| Total Lectores | (384) | (31,5%) |
| Pronto | (72) | 19,5 |
| Hola | (51) | 13,2 |
| Interviú | (32) | 8,3 |
| Lecturas | (31) | 8,0 |
| Tiempo | (36) | 9,3 |
| Semana | (41) | 10,6 |
| Diez Minutos | (18) | 4,6 |
| Cambio 16 | (22) | 5,7 |
| Época | (16) | 4,1 |
| Muy Interesante | (15) | 3,9 |
| Mía | (18) | 4,7 |

* 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 socioeconómico medio bajo o bajo y entre 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 de la población menos favorecidos socioeconómicamente. 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, en el informe trimestral se presentan los perfiles de los lectores de las publicaciones más vendidas, pues los datos se basa en submuestras de mayor tamaño, y tienen por consiguiente una mayor fiabilidad.

Cuadro 5.2.2.1.

Perfil Socioeconómico de los No-Lectores de Revistas.

| ABRIL 1990 | TOTAL MUESTRA | No Lectores |
|----------------------------------|--------------------------|------------------------|
| | ----- (1218) | ----- (834) |
| Sexo: | | |
| Varones | 48% | 49% |
| Mujeres | 52 | 51 |
| Edad: | | |
| - 30 años | 26% | 23% |
| 30-49 años | 35 | 32 |
| 50-64 años | 23 | 25 |
| 65 y más años | 16 | 20 |
| Posición Social: | | |
| Muy Baja | 4% | 5% |
| Baja | 33 | 37 |
| Media | 43 | 42 |
| Alta | 17 | 13 |
| Muy Alta | 3 | 3 |
| Clase Social Subjetiva: | | |
| Alta, Media Alta | 4% | 2% |
| Media | 82 | 81 |
| Baja | 11 | 13 |
| Status Socioec. Familiar: | | |
| Alto, Medio Alto | 18% | 14% |
| Medio | 52 | 51 |
| Medio Bajo | 23 | 27 |
| Bajo | 6 | 8 |
| Ideología: | | |
| Izquierda | 22% | 22% |
| Centro Izquierda | 16 | 16 |
| Centro | 9 | 9 |
| Centro Derecha | 8 | 6 |
| Derecha | 8 | 7 |
| NS/NC | 36 | 40 |
| Hábitat: | | |
| Rural | 25% | 28% |
| Urbano | 47 | 49 |
| Metropolitano | 28 | 24 |

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 puede observar que un 53% de la población mayor de 18 años escuchó la radio en algún momento del día, el día anterior a ser entrevistado. Este dato, es superior al del anterior sondeo ASEP, lo que indica que se ha producido un notable ascenso de radioyentes en este mes de abril. La proporción de oyentes de radio siempre ha oscilado entre el 51 y 60% en todos los sondeos realizados, por lo que este mes la proporción de radioyentes se ha situado entre los límites ya señalados.

Las diferencias en la proporción de oyentes, según diferentes segmentos socioeconómicos de la población encuestada, son igualmente relevantes, y se observan claramente en el citado cuadro.

Así, se detecta que algo más de uno de cada dos varones escuchó la radio el día anterior a ser entrevistado. La proporción de oyentes disminuye cuanto más alta es la edad, de forma que algo menos de dos terceras partes de las personas menores de 30 años escucharon la radio y esta proporción desciende al 43% en los mayores de 65 años.

La capacidad explicativa de la posición social es muy grande, como ya se ha constatado en todos los sondeos ASEP, y varía desde un 30% de oyentes entre los individuos de posición social muy baja, hasta un 73% de oyentes entre los que ocupan posiciones sociales altas.

La ideología no presenta una relación tan clara, pero el mayor porcentaje de oyentes se da este mes entre los individuos que se posicionan ideológicamente en el centro-derecha.

El hábitat sí condiciona el nivel de audiencia de radio, ya que un 44% de residentes en núcleos rurales escuchó la radio el día anterior a ser entrevistado, y esta proporción se eleva a un 59% entre los habitantes de núcleos metropolitanos.

Los datos hasta aquí comentados parecen indicar que son los segmentos de población más favorecidos socioeconómicamente los que en mayor medida escuchan la radio. Por el contrario los mayores de 65 años, los de posición social muy baja o baja y los residentes en núcleos rurales son los que en menor medida oyen la radio. Los datos comentados son muy similares a los registrados en anteriores sondeos, lo que ratifica la fiabilidad de los mismos.

Cuadro 5.3.1.1.

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

| | V-89 | VI-88 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 54 | 52 | 53 | 57 | 55 | 56 | 53 | 56 | 50 | 53 |
| Sexo: | | | | | | | | | | |
| Varones | 57 | 54 | 57 | 60 | 62 | 61 | 58 | 61 | 51 | 58 |
| Mujeres | 50 | 51 | 49 | 53 | 49 | 50 | 49 | 52 | 49 | 48 |
| Edad: | | | | | | | | | | |
| 18-29 años | 65 | 61 | 66 | 69 | 70 | 70 | 59 | 69 | 61 | 64 |
| 30-49 años | 54 | 55 | 52 | 60 | 56 | 58 | 59 | 54 | 55 | 53 |
| 50-64 años | 47 | 44 | 48 | 48 | 48 | 44 | 47 | 49 | 40 | 46 |
| 65 y más años | 44 | 45 | 39 | 43 | 43 | 44 | 40 | 51 | 35 | 43 |
| Posición Social: | | | | | | | | | | |
| Muy Baja | 49 | 52 | 41 | 36 | 41 | 43 | 30 | 43 | 39 | 30 |
| Baja | 46 | 48 | 44 | 53 | 47 | 46 | 49 | 46 | 42 | 48 |
| Media | 58 | 54 | 56 | 57 | 59 | 58 | 52 | 61 | 53 | 53 |
| Alta | 57 | 57 | 62 | 70 | 66 | 72 | 66 | 65 | 56 | 64 |
| Muy Alta | 84 | 61 | 72 | 54 | 71 | 86 | 77 | 78 | 65 | 73 |
| Ideología: | | | | | | | | | | |
| Izquierda | 56 | 58 | 63 | 59 | 56 | 60 | 59 | 59 | 56 | 53 |
| Centro Izquierda | 67 | 57 | 59 | 62 | 60 | 64 | 60 | 62 | 53 | 59 |
| Centro | 58 | 53 | 48 | 55 | 60 | 54 | 52 | 54 | 50 | 58 |
| Centro Derecha | 68 | 56 | 48 | 66 | 68 | 65 | 57 | 73 | 64 | 60 |
| Derecha | 47 | 65 | 52 | 60 | 48 | 52 | 49 | 62 | 37 | 53 |
| Hábitat: | | | | | | | | | | |
| Rural | 50 | 54 | 44 | 52 | 48 | 46 | 46 | 47 | 43 | 44 |
| Urbano | 53 | 51 | 53 | 57 | 56 | 54 | 54 | 58 | 51 | 54 |
| Metropolitano | 58 | 53 | 61 | 61 | 62 | 69 | 58 | 63 | 55 | 59 |
| Educación: | | | | | | | | | | |
| Baja | 48 | 48 | 45 | 51 | 49 | 46 | 47 | 48 | 44 | 46 |
| Media | 64 | 63 | 64 | 67 | 68 | 71 | 59 | 66 | 61 | 63 |
| Alta | 67 | 58 | 68 | 70 | 71 | 80 | 73 | 77 | 62 | 65 |

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 varones y de personas menores de 30 años. Podemos decir además, que los oyentes de radio tienen un leve sobrepeso de personas de posición social alta y muy alta y de residentes en núcleos urbanos y, sobre todo, metropolitanos. Además, parece que los sectores de la sociedad que en mayor medida oyen la radio son los de izquierda, centro izquierda, centro y centro derecha. Lógicamente, el perfil de los no oyentes de radio es el opuesto al de los oyentes. Parece poder afirmarse que la radio está de moda, puesto que recoge los máximos niveles de audiencia entre aquellas 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, lo que permite ratificar su fiabilidad.

Cuadro 5.3.2.1.

Perfil Socioeconómico de los Radio-Oyentes y No-Oyentes de Radio

| ABRIL 1990 | TOTAL MUESTRA | No Oyentes | Oyentes |
|-----------------------------|----------------------|-------------------|----------------|
| | (1218) | (577) | (641) |
| Sexo: | | | |
| Varones | 48% | 43% | 53% |
| Mujeres | 52 | 57 | 47 |
| Edad: | | | |
| - 30 años | 26% | 20% | 31% |
| 30-49 años | 35 | 35 | 35 |
| 50-64 años | 23 | 26 | 20 |
| 65 y más años | 16 | 19 | 13 |
| Posición Social: | | | |
| Muy Baja | 4% | 6% | 2% |
| Baja | 33 | 36 | 30 |
| Media | 43 | 43 | 43 |
| Alta | 17 | 13 | 21 |
| Muy Alta | 3 | 2 | 4 |
| Ideología: | | | |
| Izquierda | 22% | 22% | 23% |
| Centro Izquierda | 16 | 14 | 18 |
| Centro | 9 | 8 | 10 |
| Centro Derecha | 8 | 7 | 10 |
| Derecha | 8 | 8 | 8 |
| NS/NC | 36 | 41 | 32 |
| Hábitat: | | | |
| Rural | 25% | 29% | 21% |
| Urbano | 47 | 46 | 48 |
| Metropolitano | 28 | 24 | 31 |
| Exposición a Medios: | | | |
| Alta | 2% | 1% | 3% |
| Media | 33 | 16 | 48 |
| Baja | 65 | 83 | 49 |

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 Radio Nacional 1, seguida de la COPE y de la cadena SER y en F.M., es la cadena SER, la que ocupa este mes el primer puesto y el segundo lugar lo ocupa ANTENA 3, siendo estas dos emisoras las 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 -oyentes de radio que dicen haber sintonizado las diferentes emisoras de onda media el día anterior a la entrevista. Radio Nacional 1 es la emisora líder este mes de abril en O.M., ya que registra un 17% de audiencia, y ello implica que su nivel de audiencia asciende ligeramente en relación al mes de marzo. Un ascenso de audiencia registran también la COPE y la cadena SER, ocupando estas dos emisoras el segundo y tercer lugar respectivamente, en la preferencia de los radio-oyentes. A gran distancia de estas tres emisoras líderes se encuentran el resto de las emisoras, no alcanzando ninguna de ellas un 2% de radioyentes.

En resumen, este mes de abril el total de oyentes de radio ha aumentado notablemente respecto al sondeo anterior, y las tres principales Cadenas de O.M., Radio Nacional, la Cope y la Cadena SER han aumentado sus respectivos niveles de audiencia respecto al mes de marzo.

Como puede comprobarse, un 3% de los oyentes de radio no supo decir qué emisora de O.M. escuchó, y un 50% 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 2% de oyentes, siendo su audiencia, por consiguiente, muy baja este mes de abril.

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 22% de personas que la sintonizan, lo que supone aumentar su nivel de audiencia en este mes, además de superar a su inmediata competidora, ANTENA 3. En segundo lugar, tenemos por consiguiente, a ANTENA 3 con un 19% de audiencia, lo que supone mantener su nivel de audiencia en relación al mes de marzo. De las demás emisoras sólo Radio Popular (COPE) y Radio Nacional 3 logran superar el 5% de audiencia. Radio 80 y Radio Minuto alcanzan un 4%, lo que supone un aumento de nivel de audiencia para Radio 80. Con un 3% de audiencia se sitúa en F.M. Radio Cataluña. De las demás emisoras cabe señalar el 2% de audiencia que alcanza Radio Rato. En F.M. existe un 30% que no sintonizan ninguna emisora y un 2% 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. podemos observar que la audiencia de Frecuencia Modulada la componen sobre todo los varones y menores de 50 años. Las emisoras que programan en Onda Media captan a los segmentos de edad más avanzada. En relación con la población de oyentes de radio se detecta una sobrerrepresentación de individuos de posición social media y alta en la audiencia de F.M. y el sobrepeso recae en las personas de posición social baja y muy baja en la audiencia de O.M. Además, este mes la audiencia de O.M. no responde a su ideología, mientras que los que oyen F.M. son más bien de izquierda y 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**

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|
| Radio Nacional 1 | 16% | 18% | 20% | 22% | 17% | 20% | 20% | 20% | 16% | 17% |
| Cadena SER | 16 | 15 | 19 | 17 | 17 | 14 | 16 | 13 | 12 | 14 |
| Radio Popular (COPE) | 15 | 17 | 14 | 12 | 18 | 15 | 14 | 16 | 13 | 15 |
| Radio Cadena | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | * | 1 | 2 | 1 |
| Radio Intercontinental | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Radio España | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| Otras | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Ninguna | 47 | 44 | 46 | 48 | 50 | 48 | 51 | 50 | 52 | 50 |
| NS/NC | 5 | 6 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| Total Oyentes | (652) | (629) | (631) | (686) | (666) | (677) | (646) | (681) | (602) | (641) |

Cuadro 5.3.3.2.

**Emisoras más Escuchadas en Frecuencia Modulada
el Día Anterior a la Entrevista**

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|
| Radio Nacional 2 | 2% | 3% | 2% | 2% | 4% | 4% | 5% | 5% | 3% | 2% |
| Radio Nacional 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 6 | 5 | 7 | 6 | 4 | 6 |
| Cadena SER | 19 | 14 | 19 | 21 | 21 | 19 | 16 | 20 | 20 | 22 |
| Radio Popular (COPE) | 9 | 6 | 5 | 6 | 8 | 5 | 5 | 7 | 9 | 6 |
| Antena 3 | 16 | 16 | 16 | 17 | 17 | 20 | 17 | 17 | 19 | 19 |
| Radio Cadena | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| Radio Intercontinental | 1 | 1 | 2 | 1 | * | 1 | 1 | * | 1 | 1 |
| Radio España | 4 | * | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Radio 80 | 3 | 3 | 6 | 6 | 5 | 4 | 6 | 5 | 3 | 4 |
| Radio Minuto | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Radio Cataluña | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 3 |
| Radio Rato | - | - | - | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 |
| Otras | 8 | 10 | 10 | 11 | 14 | 13 | 15 | 12 | 13 | 10 |
| Ninguna | 30 | 36 | 30 | 30 | 28 | 27 | 32 | 30 | 28 | 30 |
| NS/NC | 6 | 7 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| Total Oyentes | (652) | (629) | (631) | (686) | (666) | (677) | (646) | (681) | (602) | (641) |

Cuadro 5.3.3.3.

**Perfil de los Radio-Oyentes Habituales de Emisoras de Onda
Media y Frecuencia Modulada.**

| ABRIL 1990 | Total Muestra | Total aud. Radio | Audiencia Emisoras OM | Audiencia Emisoras FM |
|-----------------------------|--------------------------|-----------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | (1218) | (641) | (285) | (432) |
| Sexo: | | | | |
| Varones | 48% | 53% | 49% | 56% |
| Mujeres | 52 | 47 | 51 | 44 |
| Edad: | | | | |
| - 30 años | 26% | 31% | 15% | 41% |
| 30-49 años | 35 | 35 | 34 | 39 |
| 50-64 años | 23 | 20 | 28 | 14 |
| 65 y más años | 16 | 13 | 24 | 7 |
| Posición Social: | | | | |
| Muy Baja | 4% | 2% | 4% | 1% |
| Baja | 33 | 30 | 34 | 25 |
| Media | 43 | 43 | 42 | 46 |
| Alta | 17 | 21 | 16 | 24 |
| Muy Alta | 3 | 4 | 4 | 4 |
| Ideología: | | | | |
| Izquierda | 22% | 23% | 20% | 25% |
| Centro Izquierda | 16 | 18 | 18 | 18 |
| Centro | 9 | 10 | 9 | 10 |
| Centro Derecha | 8 | 10 | 9 | 9 |
| Derecha | 8 | 8 | 6 | 9 |
| NS/NC | 36 | 32 | 36 | 29 |
| Hábitat: | | | | |
| Rural | 25% | 21% | 25% | 19% |
| Urbano | 47 | 48 | 43 | 50 |
| Metropolitano | 28 | 31 | 32 | 31 |
| Exposición a Medios: | | | | |
| Alta | 2% | 3% | 3% | 3% |
| Media | 33 | 48 | 46 | 51 |
| Baja | 65 | 49 | 51 | 46 |

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 audiencia general de los distintos canales y de los telediarios. Por otra parte se pueden detectar las preferencias de los telespectadores al conocer los programas que más gustan.

5.4.1. Audiencia de Televisión

Para determinar el nivel de la audiencia de televisión, tanto de TVE-1 como de TVE-2, los canales autonómicos y las emisiones vía satélite, se preguntó a los entrevistados que dijeran, con referencia al día anterior a la entrevista, si habían visto la televisión, indicando el canal que habían sintonizado.

La audiencia de televisión y más concretamente la del Primer Canal alcanza este mes de abril al 70% de los entrevistados, cifra algo inferior a la registrada el pasado mes de marzo.

En el cuadro 5.4.1.1. se puede observar el nivel de audiencia de los diferentes Canales Televisivos. Así el segundo canal de televisión lo sintonizó, este mes de abril un 47% de entrevistados. Por comparación, al anterior sondeo del mes de marzo se observa un ligero descenso de espectadores de este canal. Aunque sigue teniendo algo más de la mitad de audiencia que el primer canal de T.V.E., 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 toda España, y sus horas de emisión son menores que las de T.V.E.-1, por lo que los datos encontrados son lógicos y vienen a confirmar la tendencia observada a lo largo del curso pasado.

Así mismo, del citado cuadro se desprende la escasa audiencia que tienen a nivel nacional los diferentes canales autonómicos y también parece deducirse una escasa implantación todavía de los canales que transmiten Vía Satélite. Los dos canales privados, Antena 3 y Telecinco, que ya han comenzado a emitir programación alcanzan este mes de abril un 5% y un 11% de audiencia respectivamente, lo que significa un aumento de telespectadores para Telecinco por comparación con el sondeo anterior.

En el Cuadro 5.4.1.2. se puede observar, de forma más específica, la audiencia que tienen los diferentes canales autonómicos en aquellas Comunidades Autónomas donde emiten programación. Así podemos comprobar que el Canal Autonómico que mayor audiencia consigue este mes de abril es el de la Comunidad Autónoma Gallega, el que menos audiencia tiene es el canal de Madrid; este canal ha disminuido además su nivel de audiencia de forma notable respecto al mes pasado.

Lógicamente, la incidencia de los diferentes canales autonómicos es mayor en sus respectivas Comunidades Autónomas, pero hay que señalar el elevado nivel de audiencia que consigue el Primer Canal de T.V.E., incluso en estas Comunidades Autónomas, salvo en el caso de Cataluña, donde la presencia de T.V.3 es muy fuerte, pero no logra este mes superar el nivel de audiencia de TVE-1. La audiencia global de los cinco canales autonómicos representa al 31%

de la población española mayor de 18 años, dato que aumenta dos puntos porcentuales respecto al observado en el sondeo anterior.

En Cataluña TV3 tiene una implantación ligeramente inferior a la de TVE1, ya que su audiencia alcanza al 52% de los habitantes de esta Comunidad Autónoma. Sin embargo, TVE2 Cataluña y Canal 33 tienen todavía una menor difusión en esta comunidad, y los dos canales privados, Antena 3, y Telecinco de reciente emisión, han conseguido en esta Comunidad Autónoma, un 12 y un 25%, respectivamente de audiencia. Habrá que esperar a sucesivos sondeos para confirmar esta tendencia inicial. En el País Vasco la implantación de ETB-2 es igual este mes que la de ETB-1 y en esta zona de España sigue dominando la audiencia de TVE1. En Galicia y Andalucía la audiencia de los respectivos canales autonómicos es sustancial y superior al 50%, pero sigue dominando TVE1. Por último, el alcance de Telemadrid es más limitado, pero, los dos canales privados han alcanzado en esta Comunidad Autónoma una notable proporción de audiencia, 40 por ciento Telecinco y 16 por ciento Antena 3, lo que supone un considerable aumento de telespectadores, para el primero de ellos.

Por otra parte, habría que hacer constar que, lógicamente, los porcentajes reflejados en el Cuadro adjunto suman más de 100%, pues a lo largo del día se puede sintonizar más de un canal televisivo.

Cuadro 5.4.1.1.

Audiencia de TV el día de Ayer, en Distintos Canales

| Canales | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|------------------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| TVE-1 | 71% | 72% | 73% | 71% | 75% | 74% | 70% |
| TVE-2 | 40 | 45 | 44 | 46 | 47 | 48 | 47 |
| TVE-2 Cataluña | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| TV-3 | 10 | 13 | 10 | 11 | 10 | 10 | 9 |
| Canal 33 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| ETB-1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| ETB-2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| TVG | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| Canal Sur | 12 | 11 | 11 | 8 | 10 | 8 | 10 |
| Tele Madrid | 3 | 3 | 5 | 4 | 6 | 5 | 4 |
| Canal Plus | * | - | - | - | * | * | * |
| Antena 3 | - | - | - | 2 | 5 | 5 | 5 |
| Telecinco | - | - | - | - | 1 | 9 | 11 |
| Vía Satélite | * | 1 | * | 1 | * | 1 | 1 |
| Ninguno/no vio | 14 | 14 | 13 | 13 | 13 | 13 | 14 |
| NS/NC | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| ----- | | | | | | | |
| Total Audiencia | | | | | | | |
| T.V. | 84% | 85% | 86% | 86% | 87% | 85% | 85% |

Cuadro 5.4.1.2.

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

| ABRIL 1990 | Total | Cataluña | P.Vasco | Galicia | Anda- lucía | Madrid |
|---|--------------|-----------------|----------------|----------------|------------------------|---------------|
| | (1218) | (191) | (71) | (88) | (212) | (160) |
| CANALES | | | | | | |
| TVE 1 | 70% | 49% | 72% | 72% | 80% | 62% |
| TVE 2 | 47 | 29 | 55 | 44 | 55 | 28 |
| TVE 2 | 2 | 7 | - | - | 1 | - |
| TVE 3 | 9 | 48 | - | - | * | - |
| Canal | 1 | 6 | - | - | - | - |
| ETB 1 | 2 | - | 34 | - | - | - |
| ETB 2 | 2 | - | 34 | - | - | - |
| TVG | 5 | * | - | 62 | - | - |
| Canal Sur | 10 | - | - | - | 59 | - |
| Tele-Madrid | 4 | - | - | - | - | 23 |
| Canal Plus | * | * | - | - | 1 | - |
| Antena 3 | 5 | 12 | - | - | 4 | 16 |
| Telecinco | 11 | 25 | - | - | 3 | 40 |
| Vía Satélite | 1 | - | 1 | - | - | - |
| Ninguna/no vio | 14 | 17 | 9 | 11 | 13 | 17 |
| NS/NC | 2 | - | - | 1 | 1 | 1 |
| Total Audiencia Canales Auto- nómicos | 31% | 49% | 42% | 62% | 59% | 23% |

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, vemos que el perfil se ajusta bastante al de la población muestral puesto que el 70% de los entrevistados ven este canal de televisión. Tan sólo se detecta, entre los televidentes de TVE-1, una leve sobrerrepresentación de mujeres, de personas mayores de 50 años, de personas de posición social baja y residentes en núcleos metropolitanos.

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 el caso de la audiencia de TVE-2 se observa una leve sobrerrepresentación de varones, de personas que tienen de 50 a 64 años y de individuos de posición social baja y residentes en núcleos urbanos. 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 tendencias similares, con ligeras fluctuaciones.

El perfil de los televidentes de los Canales Autonómicos, también presenta particularidades. Hay, respecto a la población muestral, una sobrerrepresentación de mujeres, personas mayores de 64 años, de individuos de posición muy baja y muy alta, y de residentes en núcleos metropolitanos y rurales.

Es pues interesante concluir que la clientela de los diferentes 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 TVE-1, TVE-2 y de los Canales Autonómicos

| ABRIL 1990 | Total Televidentes Muestra | Televidentes TVE1 | Televidentes TVE2 | Televidentes Canales Autonómicos |
|-----------------------------|-----------------------------------|--------------------------|--------------------------|---|
| Total | (1218) | (855) | (576) | (376) |
| Sexo: | | | | |
| Varones | 48% | 46% | 51% | 47% |
| Mujeres | 52 | 54 | 49 | 53 |
| Edad: | | | | |
| - 30 años | 26% | 24% | 24% | 25% |
| 30-49 años | 35 | 33 | 33 | 35 |
| 50-64 años | 23 | 25 | 26 | 23 |
| 65 y más años | 16 | 17 | 16 | 17 |
| Posición Social: | | | | |
| Muy Baja | 4% | 4% | 4% | 5% |
| Baja | 33 | 35 | 35 | 33 |
| Media | 43 | 42 | 43 | 41 |
| Alta | 17 | 16 | 17 | 17 |
| Muy Alta | 3 | 3 | 2 | 4 |
| Ideología: | | | | |
| Izquierda | 22% | 22% | 21% | 23% |
| Centro Izqda. | 16 | 18 | 20 | 16 |
| Centro | 9 | 9 | 9 | 10 |
| Centro Derecha | 8 | 8 | 9 | 9 |
| Derecha | 8 | 9 | 8 | 8 |
| NS/NC | 36 | 34 | 32 | 34 |
| Hábitat: | | | | |
| Rural | 25% | 24% | 27% | 26% |
| Urbano | 47 | 47 | 45 | 43 |
| Metropolitano | 28 | 29 | 28 | 31 |
| Exposición a Medios: | | | | |
| Alta | 2% | 2% | 3% | 4% |
| Media | 33 | 39 | 43 | 39 |
| Baja | 65 | 59 | 54 | 57 |

5.4.3. Los Telediarios

El importante papel informativo que, para gran parte de la sociedad española, tienen los servicios informativos, hace necesario realizar un análisis más detenido de los niveles de audiencia que tienen los distintos programas, que con carácter informativo, se emiten en televisión a lo largo del día.

Así, en el Cuadro 5.4.3.1. podemos observar que una alta proporción de espectadores (56%) vio algún telediario a lo largo del día, el día anterior a realizarse la entrevista. Son los Telediarios Primera y Segunda Edición los que consiguen una mayor audiencia, pues alrededor de uno de cada tres españoles afirman haber visto estos servicios informativos. Este mes de abril, el Telediario de la Primera edición consigue un mayor nivel de audiencia (33%), que el Telediario Segunda edición (30%), y ya a una distancia mayor de ambos se encuentra el Telediario Tercera edición. Otros informativos emitidos por TVE, parecen despertar en menor medida el interés del público; las noticias de la Segunda Cadena y el matutino Buenos Días consiguen un 6 y un 1% de audiencia respectivamente, lo que implica que las noticias de la Segunda Cadena han aumentado su nivel de audiencia respecto al sondeo anterior.

En el Cuadro 5.4.3.2. se muestran los perfiles correspondientes a los tres informativos que consiguen mayor audiencia. Así, en el Telediario Primera Edición están sobrerrepresentados los varones, los individuos de más de 50 años, los de posición social baja y los residentes en núcleos metropolitanos.

En la Segunda Edición de Telediario se encuentran sobrerrepresentados los varones, las personas de más de 30 años, de posición social baja y que residen en núcleos urbanos. Finalmente, en la Tercera Edición de Telediario hay una representación más que proporcional de varones, de personas de 30 a 49 años, y de posición social muy alta y residentes sobre todo en núcleos rurales.

Se puede concluir, por tanto, que los espectadores de las distintas ediciones de los telediarios presentan algunas diferencias significativas desde el punto de vista sociológico.

Cuadro 5.4.3.1.

Audiencia de los Informativos de T.V.E en el Día de Ayer

| TELEDIARIOS | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|--|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Buenos Días (TVE 1) | 2% | 2% | 2% | 2% | 3% | 2% | 2% | 1% |
| Telediario 1 (TVE 1) | 44 | 39 | 33 | 36 | 34 | 36 | 33 | 33 |
| Telediario 2 (TVE 1) | 37 | 32 | 34 | 36 | 33 | 35 | 34 | 30 |
| Telediario 3 (TVE 1) | 12 | 12 | 12 | 13 | 12 | 13 | 13 | 11 |
| Noticias 2 (TVE 2) | 4 | 4 | 5 | 3 | 6 | 6 | 4 | 6 |
| Otros | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | * | 1 | 1 |
| Ninguno | 29 | 37 | 39 | 34 | 40 | 36 | 37 | 42 |
| NS/NC | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Total Audiencia Telediarios | 68% | 62% | 60% | 64% | 60% | 63% | 61% | 56% |

Cuadro 5.4.3.2.

**Perfil Socioeconómico de los Televidentes de los
Tres Informativos de TVE-1.**

| ABRIL 1990 | Total Muestra | Telediario 1ª Edición | Telediario 2ª Edición | Telediario 3ª Edición |
|-----------------------------|--------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | (1218) | (399) | (361) | (135) |
| Sexo: | | | | |
| Varones | 48% | 51% | 51% | 53% |
| Mujeres | 52 | 49 | 49 | 47 |
| Edad: | | | | |
| - 30 años | 26% | 21% | 19% | 20% |
| 30-49 años | 35 | 30 | 33 | 41 |
| 50-64 años | 23 | 29 | 29 | 23 |
| 65 y más años | 16 | 21 | 19 | 16 |
| Posición Social: | | | | |
| Muy Baja | 4% | 3% | 3% | 4% |
| Baja | 33 | 36 | 36 | 32 |
| Media | 43 | 43 | 43 | 42 |
| Alta | 17 | 15 | 16 | 17 |
| Muy Alta | 3 | 3 | 1 | 5 |
| Ideología: | | | | |
| Izquierda | 22% | 19% | 22% | 20% |
| Centro Izquierda | 16 | 18 | 22 | 19 |
| Centro | 9 | 9 | 10 | 13 |
| Centro Derecha | 8 | 11 | 6 | 13 |
| Derecha | 8 | 10 | 9 | 12 |
| NS/NC | 36 | 33 | 31 | 22 |
| Hábitat: | | | | |
| Rural | 25% | 24% | 25% | 30% |
| Urbano | 47 | 46 | 48 | 45 |
| Metropolitano | 28 | 30 | 27 | 25 |
| Exposición a Medios: | | | | |
| Alta | 2% | 3% | 4% | 8% |
| Media | 33 | 48 | 49 | 58 |
| Baja | 65 | 49 | 46 | 34 |

5.4.4. Programas de T.V.E.

Para conocer si algún programa de televisión concreto puede tener un impacto especial en la opinión pública, se comenzó a incluir en el sondeo del mes de septiembre, y se mantendrá en los sucesivos, una pregunta abierta en la que se pide al entrevistado que mencione de forma espontánea el programa televisivo, sea del tipo que sea, que más le haya gustado.

Este epígrafe, sobre programas de televisión, difiere notablemente del realizado con anterioridad en los sondeos ASEP, pero los resultados obtenidos en cuanto a preferencias del público no presentan grandes diferencias.

Los diferentes programas aludidos por los entrevistados se han agrupado en 17 sectores diferentes. Este mes de abril, son los programas de Concursos, una vez más, los que en mayor medida han despertado la atención del público, con un 16% de las menciones. Le siguen la programación de Películas con un 12% y los programas de Magazines ocupan el 3er lugar con un 10% de menciones también. Los programas de Reportajes/Documentales alcanzan este mes un 8%. Los programas Informativos, consiguen el 7% de las menciones y las Series y Novelas un 6 por ciento. Los demás tipos de programas no superan este nivel. Los programas de carácter Histórico no parecen tener, por el contrario, un gran nivel de audiencia este mes, ya que no han recibido ninguna mención, como suele ser habitual en todos los sondeos.

De forma general, podemos señalar que un 72% de los entrevistados han mencionado algún programa de televisión y un 8% dice no gustarles ninguno en especial, datos que coinciden en gran medida con los sondeos anteriores, por lo que se puede fijar el índice de respuesta para esta pregunta alrededor de un 70%.

En el Cuadro 5.4.4.1. se puede analizar también el número de programas citados en cada uno de los tipos de programas codificados. Así, donde se registra una mayor heterogeneidad de programas concretos mencionados, es en el apartado de Películas y en el de Series (con 18 y 17 menciones diferentes, respectivamente). Por el contrario, en el apartado de Programas Didácticos/Científicos y los Informativos sólo se han registrado 3 y 5 menciones de programas específicos respectivamente.

Finalmente, en el Cuadro 5.4.4.2, se puede observar el perfil de los entrevistados que citan algún programa de Televisión como el que más les ha gustado, y podemos comprobar que se encuentran sobrerrepresentados en dicho perfil los entrevistados de 30 a 49 años, los que tienen una posición social media y status socioeconómico alto o medio, los residentes en núcleos urbanos, y los que tienen una media exposición a medios de comunicación. En los informes trimestrales se podrá mostrar con más detalle el perfil sociológico de los españoles que prefieren los distintos tipos de programas.

Cuadro 5.4.4.1.

Tipo de Programas que Más Gustan a los Entrevistados

| Tipos de Programas Televisivos | Entrevistados que Mencionan | | Programas Mencionados | | Ratio Entrev./ Programa |
|-----------------------------------|--------------------------------|------------|--------------------------|--------|----------------------------|
| | N° | % | N° | % | |
| Concursos | 192 | 16% (22%) | 13 | 10% | 14,7 |
| Películas/Cine | 147 | 12 (17) | 18 | 14 | 8,2 |
| Magazine | 125 | 10 (14) | 10 | 8 | 12,5 |
| Reportajes/Documentales | 94 | 8 (11) | 13 | 10 | 7,2 |
| Informativos/Telediarios | 80 | 7 (9) | 5 | 4 | 16,0 |
| Series/Novelas | 75 | 6 (9) | 7 | 13 | 8,3 |
| Otros Deportes | 74 | 6 (8) | 6 | 4 | 12,3 |
| Debates/Entrevistas | 34 | 3 (4) | 11 | 8 | 3,0 |
| Didácticos/Científicos | 24 | 2 (3) | 3 | 2 | 8,0 |
| Fútbol | 10 | 1 (1) | 1 | 1 | 10,1 |
| Musicales | 8 | 1 (1) | 8 | 6 | 1,0 |
| Infantiles | 6 | 1 (1) | 4 | 2 | 1,5 |
| Programas Religiosos | 2 | * | 2 | 1 | 1,0 |
| Baloncesto | * | * | 1 | 1 | 1,0 |
| Conciertos | 1 | * | 1 | 1 | 1,0 |
| Históricos | - | - | - | - | - |
| Otros | 45 | 4 (5) | 16 | 12 | 2,8 |
| TOTAL MENCIONES | (871) | 72% (100%) | (129) | (100%) | |
| No ve/No Tiene TV | 9 | 1 | | | |
| Todos | 1 | * | | | |
| Ninguno | 102 | 8 | | | |
| NS/NC | 191 | 16 | | | |
| TOTAL | (1.218) | (100) | | | |

Cuadro 5.4.4.2.

Perfil de Entrevistados que citan algún Programa de TV.

| ABRIL 1990 | Total Muestra | Total Cita |
|----------------------------------|--------------------------|-----------------------|
| | ----- (1218) | ----- (871) |
| Sexo: | | |
| Varones | 48% | 48% |
| Mujeres | 52 | 52 |
| Edad: | | |
| - 30 años | 26% | 28% |
| 30-49 años | 35 | 36 |
| 50-64 años | 23 | 21 |
| 65 y más años | 16 | 15 |
| Posición Social: | | |
| Muy Baja | 4% | 4% |
| Baja | 33 | 31 |
| Media | 43 | 44 |
| Alta | 17 | 17 |
| Muy Alta | 3 | 3 |
| Status Socioec. Familiar: | | |
| Alto, Medio Alto | 18% | 19% |
| Medio | 52 | 53 |
| Medio Bajo | 23 | 22 |
| Bajo | 6 | 5 |
| Hábitat: | | |
| Rural | 25% | 24% |
| Urbano | 47 | 48 |
| Metropolitano | 28 | 28 |
| Exposición a Medios: | | |
| Alta | 2% | 2% |
| Media | 33 | 37 |
| Baja | 65 | 61 |

5.4.5. Ranking de Programas Televisivos

Como ya se ha indicado, se introdujeron cambios en la forma de elaborar el ranking de programas televisivos en el sondeo del pasado mes de septiembre, por lo que los rankings posteriores a ese mes no son en absoluto comparables al de los meses anteriores. El nuevo ranking consiste en la clasificación de los programas que han sido mencionados por más de 10 personas al preguntar por el programa de televisión que más ha gustado, y es actualizado mes a mes. En el mismo se incluyen tanto programas concretos como citas más amplias y que abarcan varios programas específicos.

En este mes de abril el programa que ocupa el primer lugar de la clasificación, con 93 menciones es la programación de Películas, seguidas por el programa concurso de El Tiempo es Oro que obtiene 87 menciones. En tercer lugar, se encuentra El Precio Justo que tiene 64 menciones, seguido por Telediario (49) y El Martes que viene (44), como se puede observar, no se han producido cambios significativos en los primeros puestos del ranking, con respecto al mes de marzo los dos programas que ocupan las dos primeras posiciones del ranking han alternado sus respectivas posiciones respecto al sondeo del mes pasado.

En el último lugar de este ranking, se encuentran 3 x 4, y Estudio Estadio, que han obtenido en este sondeo del mes de abril 11 menciones en ambos casos, aunque no se incluyen los numerosos programas que han sido citados por menos de 10 entrevistados (Cuadro 5.4.5.1.), y los que no han sido citados en absoluto.

Finalmente, cincuenta programas han sido citados por un solo entrevistado, y en total han sido mencionados ciento veintinueve programas diferentes.

Cuadro 5.4.5.1.

Ranking de Programas de Televisión que Más Gustan

| ABRIL 1990 | Nº MENCIONES % |
|----------------------------------|-------------------|
| 1. Películas | 93 |
| 2. El Tiempo es Oro | 87 |
| 3. El Precio Justo | 64 |
| 4. Telediario | 49 |
| 5. El martes que viene | 44 |
| 6. Informe Semanal | 34 |
| 7. Cristal | 33 |
| 8. Viva el espectáculo | 33 |
| 9. A mi Manera | 28 |
| 10. Deportes | 25 |
| 11. Informativos | 25 |
| 12. Cerca de las Estrellas | 22 |
| 13. Hablemos de sexo | 19 |
| 14. Ciclo A. Hitchcock | 15 |
| 15. Novelas | 15 |
| 16. Félix Rodríguez de la Fuente | 13 |
| 17. Documentales | 13 |
| 18. La vida en un chip | 13 |
| 19. Tres por Cuatro | 11 |
| 20. Estudio Estadio | 11 |

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 40% y el número de marcas mencionadas varía entre 100 y 200, según los meses.

El curso pasado estuvo, sin duda, influido por el fuerte impacto que tuvo en la opinión pública el anuncio televisivo Aprenda a ver televisión. Este curso, sin embargo el recuerdo de anuncios ha sido más diverso en la opinión pública, así en los sondeos de octubre y enero los spots de bebidas refrescantes fueron los más recordados, en los meses de noviembre y febrero sobresalieron los anuncios de automóviles y en el mes de marzo, los spots de Juegos de azar (más concretamente el último anuncio de la ONCE). Este mes de abril son nuevamente los spots de bebidas refrescantes los que sobresalen en el recuerdo de los entrevistados.

Los spots recordados este mes se encuentran distribuidos en torno a diecinueve sectores distintos, tal y como se puede apreciar en el Cuadro 5.5.1.1, y presenta algunas diferencias con los resultados obtenidos en marzo, como ya se ha visto.

Así, el primer puesto este mes es para los anuncios de Bebidas refrescantes y en el segundo lugar se sitúan los anuncios de Automóviles. Ambos sectores registran un 10% y un 5% de las menciones, respectivamente. Los anuncios de Alimentación ocupan el tercer lugar con un 4% y en el cuarto lugar están los anuncios de Juegos de Azar, con un 3%. Los anuncios Institucionales ocupan el quinto lugar con un 3% , y en la sexta posición están los anuncios de Productos de Niños con un 2% de menciones.

Se observa por consiguiente que el ranking ha variado sustancialmente por comparación con el sondeo anterior. Los sectores donde se han mencionado más marcas diferentes son los spots de Alimentación, Automóviles y Productos de Limpieza.

Por último, en el Cuadro 5.5.1.2. se observa qué segmentos de la población mencionan anuncios. En este caso, parece que quienes más se fijan en la publicidad son las mujeres, los menores de 50 años (especialmente los menores de 30 años), los de posición social media y alta, status alto y medio, y los habitantes de zonas urbanas y metropolitanas.

De todos modos, para cada sector, el perfil 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.

Tipo de Anuncios que Más Gustan a los Entrevistados

| ABRIL 1990 Sector de Productos: | Entrevistados que Mencionan | | Marcas Mencionadas | | Radio Entrev./ Marca |
|---------------------------------------|--------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------|-------------------------|
| | N° | % | N° | % | |
| Bebidas refrescantes | 125 | 10% (28%) | 10 | 7% | 12,5 |
| Automóviles | 63 | 5 (14) | 25 | 17 | 2,5 |
| Alimentación | 51 | 4 (11) | 25 | 17 | 2,0 |
| Juegos de Azar | 39 | 3 (8) | 1 | 1 | 39,0 |
| Institucionales | 32 | 3 (7) | 13 | 9 | 2,5 |
| Prod. Niños | 29 | 2 (6) | 6 | 4 | 4,8 |
| Prod. Limpieza y hogar | 28 | 2 (6) | 17 | 12 | 1,6 |
| Prod. Belleza | 24 | 2 (5) | 11 | 8 | 2,2 |
| Empresa Lubricantes | 16 | 1 (4) | 3 | 2 | 5,3 |
| Grandes Almacenes | 8 | 1 (2) | 4 | 3 | 4,0 |
| Ropa/moda | 8 | 1 (2) | 4 | 3 | 2,0 |
| Bebidas Alcohólicas | 7 | 1 (2) | 7 | 5 | 1,0 |
| Radio/Video/TV | 5 | * (1) | 6 | 2 | 1,7 |
| Bancos | 4 | * (1) | 3 | 3 | 1,0 |
| Caramelos | 1 | * (*) | 1 | 1 | 1,0 |
| Aliment. Animales | 1 | * (*) | 1 | 1 | 1,0 |
| Revistas | - | - (-) | - | - | - |
| Tabaco | - | - (-) | - | - | - |
| Otros | 17 | 1 (4) | 13 | 9 | 1,3 |
| Total Menciones | (443) | (36%) (100%) | (145) | (100%) | |
| No se fija/no ve | 37 | 3 | | | |
| Todos | 4 | * | | | |
| Ninguno | 228 | 19 | | | |
| NO/NR/NS/NC | 488 | 40 | | | |
| Total | (1.218) | (100) | | | |

Cuadro 5.5.1.2.

Perfil de Entrevistados que citan algún Anuncio.

| ABRIL 1990 | Total | Cita |
|----------------------------------|--------------|-------------|
| ----- | | |
| | (1218) | (443) |
| Sexo: | | |
| Varones | 48% | 46% |
| Mujeres | 52 | 54 |
| Edad: | | |
| - 30 años | 26% | 40% |
| 30-49 años | 35 | 39 |
| 50-64 años | 23 | 15 |
| 65 y más años | 16 | 6 |
| Posición Social: | | |
| Muy Baja | 4% | 2% |
| Baja | 33 | 25 |
| Media | 43 | 51 |
| Alta | 17 | 20 |
| Muy Alta | 3 | 2 |
| Status Socioec. Familiar: | | |
| Alto, Medio Alto | 18% | 25% |
| Medio | 52 | 57 |
| Medio Bajo | 23 | 16 |
| Bajo | 6 | 2 |
| Hábitat: | | |
| Rural | 25% | 19% |
| Urbano | 47 | 48 |
| Metropolitano | 28 | 34 |
| Exposición a Medios: | | |
| Alta | 2% | 3% |
| Media | 33 | 42 |
| Baja | 65 | 55 |

5.5.2. Ranking de Anuncios

En el sondeo del mes de septiembre pasado se introdujo un ranking de anuncios, que sigue el mismo criterio de elaboración que el realizado para el ranking de programas de T.V. Así, en el Cuadro 5.5.2.1. se han clasificado todos los anuncios citados por más de 5 entrevistados.

El primer lugar lo ocupa este mes el anuncio de la Coca-Cola, que recibe 55 menciones. En segundo lugar, y a cierta distancia, se sitúa el anuncio de KAS, que recibe 41 menciones. El spot de la ONCE obtiene 39 menciones y ocupa la tercera posición.

En las últimas posiciones del ranking se sitúan los anuncios de Johnson y las Vaquitas con 11 menciones en ambos casos, pero hay que recordar que muchos anuncios fueron citados por menos de 5 encuestados, ya que en total se han registrado ciento cuarenta y cinco menciones de anuncios diferentes.

Cuadro 5.5.2.1.

Ranking de Anuncios de Televisión que más han Gustado

| ABRIL 1990 | N° de Menciones |
|-------------------|------------------------|
| 1. Coca-Cola | 55 |
| 2. Kas | 41 |
| 3. ONCE | 39 |
| 4. Dodotis | 20 |
| 5. Renfe | 11 |
| 6. Colacao | 10 |
| 7. Danone | 9 |
| 8. Fa | 8 |
| 9. Citroën A.X | 8 |
| 10. Schweppes | 8 |
| 11. Citroën | 7 |
| 12. Coches | 7 |
| 13. Repsol | 7 |
| 14. Campsa | 7 |
| 15. Johnson | 6 |
| 16. Las Vaquitas | 6 |

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.

A partir del sondeo mensual ASEP de Octubre del curso pasado, pareció interesante medir la imagen de cinco comunicadores sociales cada mes. Estas tres dimensiones de imagen 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, (sobreentendiéndose 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 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 estándar (s) respecto a la media aritmética.

En este mes de abril los cinco comunicadores sociales propuestos han sido: Narciso Ibáñez Serrador, Lydia Bosch, Jesús Cacho, Amando de Miguel y Camilo José Cela.

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 Camilo José Cela es el más conocido, con un 71% de conocimiento. El menos conocido, Jesús Cacho es calificado por el 7% de los entrevistados. El resto de los comunicadores obtienen un nivel de conocimiento entre 20% y 66% lo que resulta un conocimiento bajo o medio.

De los cinco comunicadores propuestos este mes, Narciso Ibáñez Serrador es el comunicador más valorado (7,0), seguido por Camilo José Cela, Lydia Bosch y Amando de Miguel con un 6,7 el primero, y 6,0 y 5,8 respectivamente los dos últimos. Finalmente, Jesús Cacho obtiene una valoración de 5,2. Así, sólo uno de los cinco comunicadores, Jesús Cacho obtiene una valoración baja, siendo muy dispar el nivel de conocimiento de los comunicadores.

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 los cinco comunicadores, propuestos este mes de abril.

Un análisis más detallado se muestra en los Cuadros 5.6.1.4. a 5.6.1.6., y en ellos se combinan las tres dimensiones de imagen de dos en dos, para todos los comunicadores sociales propuestos hasta este mes de abril. Se pueden hacer las siguientes afirmaciones.

- a) Iñaki Gabilondo, Rosa María Mateo, Jesús Hermida, J. Prats, Julia Otero, Mercedes Milá y Camilo José Cela son los comunicadores, de todos los incluidos, más conocidos y mejor valorados.

- b) Los comunicadores más conocidos pero más controvertidos, (aunque su grado de controversia es solo mediano), son Jesús Hermida, Joaquín Prats, J. M^a. García, Concha Velasco, Pepe Navarro y Mayra Gómez Kemp.
- c) Y los comunicadores menos valorados y más controvertidos (aunque su grado de controversia es mediano) son Umbral y García Tola. Ninguno de los cincuenta comunicadores propuestos hasta el momento tienen una imagen controvertida alta.

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:

De los cinco comunicadores propuestos este mes, los cinco, sin excepción, son más conocidos por los varones que por las mujeres.

El conocimiento suele ser mayor cuanto más baja es la edad del entrevistado, y esta pauta se confirma este mes de abril para los cinco comunicadores sociales propuestos.

La posición social sí presenta una pauta más clara de conocimiento. Así, cuanto más alta es la posición social, más se conoce a los cinco comunicadores propuestos.

La ideología no parece presentar una pauta excesivamente clara, pero sí se observa este mes que dos de los cinco comunicadores son más conocidos por los individuos que se posicionan en el centro: Narciso Ibáñez Serrador y Camilo José Cela, pero Amando de Miguel es más conocido por los entrevistados que se posicionan en la izquierda y Lydia Bosch y Jesús Cacho son más conocidos por los individuos que se posicionan en el centro-derecha.

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 que los habitantes de núcleos metropolitanos o urbanos 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 los cinco comunicadores en mayor proporción que los que tienen una exposición a medios baja (Cuadro 5.6.1.7.).

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

Dos de los cinco comunicadores sociales propuestos este mes, Narciso Ibáñez Serrador, Lydia Bosch y Amando de Miguel, reciben una valoración más elevada de las mujeres. Como suele ser habitual, los grupos de mayor edad otorgan puntuaciones más elevadas a casi todos los comunicadores, pero Jesús Cacho recibe su valoración más alta de las personas que tienen entre 30 y 49 años, y la calificación más alta se la dan a Narciso Ibáñez Serrador y Amando de Miguel los entrevistados que tienen entre 50 y 64 años.

Respecto a la posición social, este mes no se produce la pauta habitual en el sentido de que todos los comunicadores reciben sus valoraciones más elevadas de los individuos de posiciones sociales inferiores, pues Jesús Cacho es mejor valorado por los que ocupan posiciones altas y

Camilo José Cela recibe su valoración más elevada de los individuos con una posición social media.

La ideología no suele seguir una pauta continua, pero éste mes dos de los comunicadores reciben su valoración más alta de los individuos que se posicionan en el centro izquierda: Narciso Ibáñez Serrador y Camilo José Cela, mientras que Amando de Miguel recibe su valoración más elevada de los individuos que se posicionan ideológicamente en el centro.

Respecto al hábitat de residencia, solo uno de los cinco comunicadores es mejor valorado por quienes habitan en zonas metropolitanas: Jesús Cacho, mientras que los cuatro comunicadores restantes reciben una valoración más elevada de los residentes en núcleos rurales. (Cuadro 5.6.1.8.).

Cuadro 5.6.1.1.

Imagen de Comunicadores Sociales
(Conocimiento %)

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|--------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Jesús Hermida | - | - | 89 | - | - | - | - | - | - | - |
| Luis del Olmo | - | - | 68 | - | - | - | - | - | - | - |
| Iñaki Gabilondo | - | - | 82 | - | - | - | - | - | - | - |
| A. Aberastury | - | - | 56 | - | - | - | - | - | - | - |
| Rosa María Mateo | - | - | 78 | - | - | - | - | - | - | - |
| Joaquín Prats | - | - | - | 91 | - | - | - | - | - | - |
| José María García | - | - | - | 75 | - | - | - | - | - | - |
| Joaquín Arozamena | - | - | - | 63 | - | - | - | - | - | - |
| Encarna Sánchez | - | - | - | 59 | - | - | - | - | - | - |
| Emilio Romero | - | - | - | 43 | - | - | - | - | - | - |
| Manuel Hidalgo | - | - | - | - | 18 | - | - | - | - | - |
| Manuel Campo Vidal | - | - | - | - | 31 | - | - | - | - | - |
| Pedro J. Ramírez | - | - | - | - | 19 | - | - | - | - | - |
| María Escario | - | - | - | - | 25 | - | - | - | - | - |
| Miguel Ángel Gozálo | - | - | - | - | 19 | - | - | - | - | - |
| Julio César Iglesias | - | - | - | - | - | 13 | - | - | - | - |
| Jaime Capmany | - | - | - | - | - | 13 | - | - | - | - |
| Eduardo Sotillos | - | - | - | - | - | - | 43 | - | - | - |
| Lalo Azcona | - | - | - | - | - | - | 40 | - | - | - |
| Juan Luis Cebrián | - | - | - | - | - | - | 31 | - | - | - |
| Julia Otero | - | - | - | - | - | - | 79 | - | - | - |
| Julián Lago | - | - | - | - | - | - | - | 21 | - | - |
| Manuel Martín Ferrand | - | - | - | - | - | - | - | - | 28 | - |
| Francisco Umbral | - | - | - | - | - | - | - | - | 42 | - |
| María de San Juan | 12 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Julián Marías | 13 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Peridis | 17 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Ernesto Saenz de Buruaga | 6 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Inma de Santis | 31 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

| | | | | | | | | | | |
|------------------------------|---|----|---|---|---|----|----|----|----|----|
| Paco Lobatón | - | 28 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Pedro Piqueras | - | 18 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Maruja Torres | - | 17 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Forges | - | 37 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Elena Santoja | - | 34 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Constantino Romero | - | - | - | - | - | 35 | - | - | - | - |
| Jesús Mariñas | - | - | - | - | - | 39 | - | - | - | - |
| Fernando G ^a Tola | - | - | - | - | - | 49 | - | - | - | - |
| Alfredo Amestoy | - | - | - | - | - | 49 | 60 | - | - | - |
| Mercedes Milá | - | - | - | - | - | - | - | 79 | - | - |
| José Luis Balbín | - | - | - | - | - | - | - | 47 | - | - |
| Concha Velásco | - | - | - | - | - | - | - | 86 | - | - |
| José A. Plaza | - | - | - | - | - | - | - | 40 | - | - |
| Pilar Cernuda | - | - | - | - | - | - | - | - | 26 | - |
| Pepe Navarro | - | - | - | - | - | - | - | - | 72 | - |
| Mayra Gómez Kemp | - | - | - | - | - | - | - | - | 76 | - |
| N. Ibañez Serrador | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 66 |
| Lidia Bosch | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 36 |
| Jesús Cacho | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 7 |
| Amando de Miguel | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 20 |
| Camilo José Cela | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 71 |

Cuadro 5.6.1.2.

Imagen de Comunicadores Sociales
(Valoración (x))

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-909 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|----------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|
| Jesús Hermida | - | - | 6,6 | - | - | - | - | - | - | - |
| Luis del Olmo | - | - | 7,0 | - | - | - | - | - | - | - |
| Iñaki Gabilondo | - | - | 7,9 | - | - | - | - | - | - | - |
| A. Aberastury | - | - | 7,1 | - | - | - | - | - | - | - |
| Rosa María Mateo | - | - | 7,5 | - | - | - | - | - | - | - |
| Joaquín Prats | - | - | - | 6,7 | - | - | - | - | - | - |
| José María García | - | - | - | 5,7 | - | - | - | - | - | - |
| Joaquín Arozamena | - | - | - | 6,6 | - | - | - | - | - | - |
| Encarna Sánchez | - | - | - | 5,9 | - | - | - | - | - | - |
| Emilio Romero | - | - | - | 5,7 | - | - | - | - | - | - |
| Manuel Hidalgo | - | - | - | - | 6,2 | - | - | - | - | - |
| Manuel Campo Vidal | - | - | - | - | 7,4 | - | - | - | - | - |
| Pedro J. Ramírez | - | - | - | - | 6,2 | - | - | - | - | - |
| María Escario | - | - | - | - | 7,0 | - | - | - | - | - |
| Miguel Ángel Gozálo | - | - | - | - | 6,1 | - | - | - | - | - |
| Julio César Iglesias | - | - | - | - | - | 6,1 | - | - | - | - |
| Jaime Capmany | - | - | - | - | - | 5,9 | - | - | - | - |
| Eduardo Sotillos | - | - | - | - | - | - | 6,9 | - | - | - |
| Lalo Azcona | - | - | - | - | - | - | 6,7 | - | - | - |
| Juan Luis Cebrián | - | - | - | - | - | - | 6,4 | - | - | - |
| Julia Otero | - | - | - | - | - | - | 7,3 | - | - | - |
| Julián Lago | - | - | - | - | - | - | - | 5,6 | - | - |
| Manuel Martín Ferran | - | - | - | - | - | - | - | - | 6,5 | - |
| Francisco Umbral | - | - | - | - | - | - | - | - | 4,9 | - |
| María de San Juan | 6,4 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Julián Mariás | 6,3 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Peridis | 6,4 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Ernesto Saenz de | | | | | | | | | | |
| Buruaga | 6,0 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Inma de Santis | 6,3 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

| | | | | | | | | | | |
|------------------------------|---|-----|---|---|---|-----|-----|-----|-----|-----|
| Paco Lobatón | - | 6,8 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Pedro Piqueras | - | 6,4 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Maruja Torres | - | 6,3 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Forges | - | 6,8 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Elena Santoja | - | 6,1 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Constantino Romero | - | - | - | - | - | 7,5 | - | - | - | - |
| Jesús Mariñas | - | - | - | - | - | 6,2 | - | - | - | - |
| Fernando G ^a Tola | - | - | - | - | - | 5,2 | - | - | - | - |
| Alfredo Amestoy | - | - | - | - | - | 5,2 | 5,7 | - | - | - |
| Mercedes Milá | - | - | - | - | - | - | - | 6,7 | - | - |
| José Luis Balbín | - | - | - | - | - | - | - | 6,5 | - | - |
| Concha Velásco | - | - | - | - | - | - | - | 6,2 | - | - |
| José A. Plaza | - | - | - | - | - | - | - | 5,7 | - | - |
| Pilar Cernuda | - | - | - | - | - | - | - | - | 5,6 | - |
| Pepe Navarro | - | - | - | - | - | - | - | - | 6,3 | - |
| Mayra Gómez Kemp | - | - | - | - | - | - | - | - | 5,6 | - |
| N. Ibañez Serrador | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 7,0 |
| Lidia Bosch | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 6,0 |
| Jesús Cacho | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 5,2 |
| Amando de Miguel | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 5,8 |
| Camilo José Cela | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 6,7 |

Cuadro 5.6.1.3.

Imagen de Comunicadores Sociales
(Deviación Opinática (s/x)100)

| | V-89 | VI-89 | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|--------------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Jesús Hermida | - | - | 45 | - | - | - | - | - | - | - |
| Luis del Olmo | - | - | 38 | - | - | - | - | - | - | - |
| Iñaki Gabilondo | - | - | 28 | - | - | - | - | - | - | - |
| A. Aberastury | - | - | 34 | - | - | - | - | - | - | - |
| Rosa María Mateo | - | - | 30 | - | - | - | - | - | - | - |
| Joaquín Prats | - | - | - | 42 | - | - | - | - | - | - |
| José María García | - | - | - | 54 | - | - | - | - | - | - |
| Joaquín Arozamena | - | - | - | 35 | - | - | - | - | - | - |
| Encarna Sánchez | - | - | - | 50 | - | - | - | - | - | - |
| Emilio Romero | - | - | - | 48 | - | - | - | - | - | - |
| Manuel Hidalgo | - | - | - | - | 29 | - | - | - | - | - |
| Manuel Campo Vidal | - | - | - | - | 28 | - | - | - | - | - |
| Pedro J. Ramírez | - | - | - | - | 41 | - | - | - | - | - |
| María Escario | - | - | - | - | 30 | - | - | - | - | - |
| Miguel Ángel Gozálo | - | - | - | - | 40 | - | - | - | - | - |
| Julio César Iglesias | - | - | - | - | - | 39 | - | - | - | - |
| Jaime Capmany | - | - | - | - | - | 38 | - | - | - | - |
| Eduardo Sotillos | - | - | - | - | - | - | 39 | - | - | - |
| Lalo Azcona | - | - | - | - | - | - | 30 | - | - | - |
| Juan Luis Cebrián | - | - | - | - | - | - | 32 | - | - | - |
| Julia Otero | - | - | - | - | - | - | 33 | - | - | - |
| Julián Lago | - | - | - | - | - | - | - | 41 | - | - |
| Manuel M. Ferrand | - | - | - | - | - | - | - | - | 31 | - |
| Francisco Umbral | - | - | - | - | - | - | - | - | 53 | - |
| María de San Juan | 31 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Julián Marías | 33 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Peridis | 33 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Ernesto Saenz de Buruaga | 34 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Inma de Santis | 34 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

| | | | | | | | | | | |
|------------------------------|---|----|---|---|---|----|----|----|----|----|
| Paco Lobatón | - | 28 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Pedro Piqueras | - | 32 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Maruja Torres | - | 32 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Forges | - | 30 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Elena Santoja | - | 37 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Constantino Romero | - | - | - | - | - | 35 | - | - | - | - |
| Jesús Mariñas | - | - | - | - | - | 39 | - | - | - | - |
| Fernando G ^a Tola | - | - | - | - | - | 53 | - | - | - | - |
| Alfredo Amestoy | - | - | - | - | - | 53 | 46 | - | - | - |
| Mercedes Milá | - | - | - | - | - | - | - | 37 | - | - |
| José Luis Balbín | - | - | - | - | - | - | - | 37 | - | - |
| Concha Velásco | - | - | - | - | - | - | - | 43 | - | - |
| José A. Plaza | - | - | - | - | - | - | - | 44 | - | - |
| Pilar Cernuda | - | - | - | - | - | - | - | - | 40 | - |
| Pepe Navarro | - | - | - | - | - | - | - | - | 41 | - |
| Mayra Gómez Kemp | - | - | - | - | - | - | - | - | 52 | - |
| N. Ibarrez Serrador | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 33 |
| Lidia Bosch | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 35 |
| Jesús Cacho | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 39 |
| Amando de Miguel | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 36 |
| Camilo José Cela | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 39 |

Cuadro 5.6.1.4.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

ABRIL 1.990

| | | VALORACION | | |
|---------------------|--|---------------------------|----------------------|--------------------------------|
| | | Alta (+6,5) | Media (5,5-6,5) | Baja (-5,5) |
| CONOCIMIENTO | | I. Gabilondo | José M. García | |
| | | Rosa M ^a Mateo | Concha Velásco | |
| | | Jesús Hermida | Pepe Navarro | |
| Alto (+70%) | | Joaquín Prats | Mayra Gómez Kemp | |
| | | Julia Otero | | |
| | | Mercedes Milá | | |
| | | Camilo José Cela | | |
| | | J. Arozamena | Jesús Mariñas | Francisco Umbral |
| | | Lalo Azcona | Emilio Romero | Fernando G ^a . Tola |
| Medio (30-70%) | | Forges | Luis del Olmo | |
| | | Constant. Romero | Encarna Sánchez | |
| | | Eduardo Sotillos | A. Aberastury | |
| | | Juan Luis Cebrián | Inma de Santis | |
| | | N. Ibañez Serrador | Elena Santoja | |
| | | | Alfredo Amestoy | |
| | | | José Luis Balbín | |
| | | | José Antonio Plaza | |
| | | | Lidia Bosch | |
| | | | Julio César Iglesias | Jesús Cacho |
| Bajo (-30%) | | Manuel Campo | Jaime Capmany | |
| | | Paco Lobatón | Pedro Piqueras | |
| | | María Escario | Maruja Torres | |
| | | M. Martín Ferrand | Julián Lago | |
| | | | Pedro J. Ramírez | |
| | | | María de San Juan | |
| | | | Julián Marías | |
| | | | Peridis | |
| | | | E. Saenz de Buruaga | |
| | | | Manuel Hidalgo | |
| | | | Miguel A. Gozalo | |
| | | Pilar Cernuda | | |
| | | Amando de Miguel | | |

Cuadro 5.6.1.5.

Conocimiento e Imagen Controvertida de Comunicadores Sociales

ABRIL 1.990

IMAGEN CONTROVERTIDA

| | Alta (+65%) | Media (40-65%) | Baja (-40%) |
|---------------------|-------------|--|---|
| CONOCIMIENTO | | Jesús Hermida Joaquín Prats J.M. García Concha Velásco Pepe Navarro Mayra Gómez Kemp | I. Gabilondo R. María Mateo Julia Otero Mercedes Milá Camilo José Cela |
| Alto (+70) | | | |
| Medio (30-70%) | | A. Aberastury E. Sánchez E. Romero Francisco Umbral Fernando G ^a Tola Alfredo Amestoy José A. Plaza | Lalo Azcona E. Sotillos Luis del Olmo J. Arozamena Juan L. Cebrián Inma de Santis Forges Elena Santoja Constantino Romero Jesús Mariñas José L. Balbín N. Ibañez Serrador Lidia Bosch |
| Bajo (-30%) | | Miguel A. Gozalo Julio C. Iglesias Julián Lago Pilar Cernuda Jesús Cacho | Jaime Capmany M. Hidalgo María Escario Manuel Campo P.J. Ramírez María de San Juan Julián Marías Peridis E. Saenz de Buruaga Paco Lobatón Pedro Piqueras Maruja Torres Manuel M. Ferrand Amando de Miguel Jesús Cacho |

Cuadro 5.6.1.6.

Valoración e Imagen Controvertida de Comunicadores Sociales

ABRIL 1.990

| | | IMAGEN CONTROVERTIDA | | |
|-------------------|--------------------|-----------------------------|---|--|
| | | Alta (+65%) | Media (40-65%) | Baja (-40%) |
| VALORACION | | | Jesús Hermida J. Prats | Juan Luis Cebrián Iñaki Gabilondo Rosa M ^a Mateo Julia Otero Lalo Azcona M. Campo J.Arozamena Forges P. Lobatón M.M. Ferrand María Escario Constantino Romero Jesús Mariñas Eduardo Sotillos Juan Luis Cebrian Mercedes Milá N. Ibañez Serrador Camilo José Cela |
| | Alto (+6,5) | | | |
| | | | | |
| | | | J.M. García E. Romero M.A. Gozálo J. Cesar Iglesias Jaime Campany Alfredo Amestoy Julián Lago Concha Velasco José A. Plaza Pilar Cernuda Pepe Navarro Mayra Gómez Kemp | Encarna Sánchez L. del Olmo A. Aberastury M. Hidalgo P.J. Ramírez María de San Juan Julián Marías Peridis E. Saenz de Buruaga Inma de Santis Pedro Piqueras Maruja Torres Elena Santoja José L. Balbín Lidia Bosch Jesús Cacho Amando de Miguel |
| | Medio (5,5-6,5) | | | |
| | | | | |
| | | | Francisco Umbral Fernando García Tola | |
| | Bajo (-5,5) | | | |

Cuadro 5.6.1.7.

**Porcentaje de Conocimiento de los Diferentes Comunicadores
por Características de los Entrevistados.**

| ABRIL 1990 | TOTAL MUESTRA | N. Ibañez Serrador | Lidia Bosch | Jesús Cacho | Amando de Miguel | Camilo José Cela |
|-------------------------|--------------------------|-------------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| | (1218) | 66 | 36 | 7 | 20 | 71 |
| Sexo: | | | | | | |
| Varones | (585) | 66 | 36 | 11 | 26 | 74 |
| Mujeres | (633) | 65 | 35 | 4 | 14 | 68 |
| Edad: | | | | | | |
| - 30 años | (316) | 79 | 58 | 12 | 28 | 82 |
| 30-49 años | (427) | 73 | 43 | 8 | 27 | 79 |
| 50-64 años | (276) | 59 | 20 | 4 | 12 | 65 |
| 65 y más | (199) | 38 | 8 | 1 | 3 | 43 |
| Posición Social: | | | | | | |
| Muy Baja | (50) | 34 | 16 | 4 | 6 | 33 |
| Baja | (400) | 54 | 21 | 3 | 5 | 59 |
| Media | (526) | 68 | 40 | 8 | 21 | 75 |
| Alta | (208) | 84 | 53 | 11 | 40 | 88 |
| Muy Alta | (35) | 93 | 59 | 23 | 67 | 97 |
| Ideología: | | | | | | |
| Izquierda | (271) | 71 | 42 | 9 | 28 | 74 |
| Centro Izquierda | (199) | 73 | 38 | 10 | 27 | 78 |
| Centro | (113) | 78 | 43 | 7 | 22 | 83 |
| Centro Derecha | (102) | 77 | 48 | 12 | 26 | 78 |
| Derecha | (92) | 67 | 38 | 6 | 15 | 77 |
| NS/NC | (441) | 53 | 26 | 4 | 11 | 59 |

Hábitat:

| | | | | | | |
|---------------|-------|----|----|---|----|----|
| Rural | (303) | 51 | 24 | 5 | 12 | 56 |
| Urbano | (574) | 68 | 36 | 7 | 18 | 74 |
| Metropolitano | (339) | 75 | 47 | 8 | 31 | 79 |

Exposición a Medios:

| | | | | | | |
|-------|-------|----|----|----|----|----|
| Alta | (23) | 88 | 49 | 24 | 38 | 88 |
| Media | (405) | 81 | 51 | 10 | 34 | 84 |
| Baja | (790) | 57 | 27 | 5 | 12 | 63 |

Cuadro 5.6.1.8.

**Valoración Asignada a Diferentes Comunicadores Sociales,
por Características de los Entrevistados.**

| ABRIL 1990 | TOTAL MUESTRA | N. Ibañez Serrador | Lidia Bosch | Jesús Cacho | Amando de Miguel | Camilo José Cela |
|-----------------------------|--------------------------|-------------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| | (1218) | 7.0 | 6.0 | 5.2 | 5.8 | 6.7 |
| Sexo: | | | | | | |
| Varones | (585) | 6.8 | 5.8 | 5.3 | 5.7 | 6.8 |
| Mujeres | (633) | 7.2 | 6.2 | 4.9 | 6.0 | 6.6 |
| Edad: | | | | | | |
| - 30 años | (316) | 6.6 | 6.1 | 4.8 | 5.6 | 6.7 |
| 30-49 años | (427) | 7.0 | 5.8 | 5.7 | 6.0 | 6.8 |
| 50-64 años | (276) | 7.4 | 6.1 | 4.8 | 6.1 | 6.8 |
| 65 y más | (199) | 7.0 | 6.7 | 5.3 | 5.9 | 6.0 |
| Posición Social: | | | | | | |
| Muy Baja | (50) | 8.1 | 6.7 | 5.4 | 7.3 | 6.7 |
| Baja | (400) | 7.2 | 6.5 | 4.1 | 5.4 | 6.6 |
| Media | (526) | 7.0 | 6.0 | 4.9 | 6.1 | 6.8 |
| Alta | (208) | 6.6 | 5.5 | 5.7 | 5.8 | 6.7 |
| Muy Alta | (35) | 6.5 | 6.1 | 6.5 | 4.9 | 6.2 |
| Ideología: | | | | | | |
| Izquierda | (271) | 6.6 | 5.5 | 5.2 | 5.9 | 6.5 |
| Centro Izquierda | (199) | 7.3 | 6.0 | 5.5 | 5.5 | 7.3 |
| Centro | (113) | 7.2 | 6.3 | 5.2 | 6.4 | 7.2 |
| Centro Derecha | (102) | 6.8 | 6.3 | 6.4 | 5.9 | 6.5 |
| Derecha | (92) | 7.1 | 6.2 | 3.7 | 5.7 | 6.4 |
| Hábitat: | | | | | | |
| Rural | (303) | 7.1 | 6.1 | 4.0 | 6.3 | 6.9 |
| Urbano | (574) | 7.0 | 6.0 | 5.5 | 5.9 | 6.8 |
| Metropolitano | (339) | 6.9 | 5.9 | 5.3 | 5.6 | 6.4 |
| Exposición a Medios: | | | | | | |
| Alta | (23) | 7.5 | 5.9 | 4.5 | 5.6 | 7.1 |
| Media | (405) | 6.7 | 5.9 | 5.2 | 5.8 | 6.6 |
| Baja | (790) | 7.1 | 6.1 | 5.2 | 5.9 | 6.7 |

5.6.2. Ranking de Comunicadores

Este mes de abril, se continúa con el nuevo modelo de ranking de comunicadores sociales iniciado el mes de octubre del curso pasado. Estos ranking van ordenados según los tres indicadores de imagen: el porcentaje de conocimiento, las valoraciones medias otorgadas, y la disparidad de las mismas. Cada mes se pregunta por diferentes comunicadores, pero de cualquier forma, pueden ser incluidos más de un mes, y en esos casos los valores se corresponderán con el promedio resultante de los meses en que han sido incluidos.

En el cuadro 5.6.2.1. podemos observar que J. Prats y J. Hermida siguen siendo los comunicadores más conocidos y E. Saenz de Buruaga es, otra vez, el menos conocido. En el Cuadro 5.6.2.2. vemos que Iñaki Gabilondo obtiene la valoración más alta, seguido de Julia Otero, y Francisco Umbral recibe la más baja valoración de los cincuenta comunicadores propuestos hasta el momento. Por su parte, en el último ranking se observa que Manuel Campo y Paco Lobatón son los comunicadores menos polémicos, y Fernando García Tola es el que mayor nivel de discrepancia tiene, seguido de José María García y Mayra Gómez Kemp, pero en los tres casos se sitúan en un nivel medio y ninguno de los cincuenta comunicadores sociales propuestos hasta el momento alcanza un nivel alto de discrepancia.

Cuadro 5.6.2.1.

Ranking de Comunicadores Sociales que Conocen más los Entrevistados

MAYO 1988/ABRIL 1990

| Comunicadores | % |
|--------------------------|----|
| 1. Joaquín Prats | 91 |
| 2. Jesús Hermida | 88 |
| 3. Concha Velasco | 86 |
| 4. Mercedes Milá | 79 |
| 5. Iñaki Gabilondo | 78 |
| 6. Mayra Gómez Kemp | 76 |
| 7. José María García | 75 |
| 8. Rosa María Mateo | 74 |
| 9. Pepe Navarro | 72 |
| 10. Julia Otero | 71 |
| 11. Camilo José Cela | 71 |
| 12. Luis del Olmo | 67 |
| 13. Joaquín Arozamena | 66 |
| 14. N. Ibañez Serrador | 66 |
| 15. A. Amestoy | 60 |
| 16. Encarna Sánchez | 58 |
| 17. Andrés Aberastury | 53 |
| 18. Fernando García Tola | 49 |
| 19. José Balbín | 47 |
| 20. Francisco Umbral | 46 |
| 21. Emilio Romero | 45 |
| 22. Eduardo Sotillos | 44 |
| 23. Lalo Azcona | 40 |
| 24. José A. Plaza | 40 |
| 25. Jesús Mariñas | 39 |
| 26. Forges | 37 |
| 27. Lidia Bosch | 36 |
| 28. Constantino Romero | 35 |
| 29. Elena Santoja | 34 |
| 30. Juan Luis Cebrián | 32 |
| 31. Inma de Santis | 31 |
| 32. Manuel M. Ferrand | 29 |
| 33. Manuel Campo Vidal | 29 |
| 34. María Escario | 28 |
| 35. Paco Lobatón | 28 |
| 36. Pilar Cernuda | 26 |
| 37. Manuel Hidalgo | 25 |
| 38. Miguel Ángel Gozálo | 23 |
| 39. Julio Cesar Iglesias | 22 |
| 40. Pedro J. Ramírez | 20 |
| 41. Amando de Miguel | 20 |
| 42. Pedro Piqueras | 18 |
| 43. Julián Lago | 18 |
| 44. Maruja Torres | 17 |
| 45. Peridis | 17 |
| 46. Jaime Campmany | 16 |
| 47. Julián Marías | 13 |
| 48. María de San Juan | 12 |
| 49. Jesús Cacho | 7 |
| 50. E. Saenz de Buruaga | 6 |

Cuadro 5.6.2.2.

Ranking de Comunicadores Sociales según las Valoraciones Asignadas por los Entrevistados

MAYO 1988/ABRIL 1990

| Comunicadores | X |
|---------------------------|-----|
| 1. Iñaki Gabilondo | 7,7 |
| 2. Julia Otero | 7,6 |
| 3. Constantino Romero | 7,5 |
| 4. Rosa María Mateo | 7,4 |
| 5. Manuel Campo | 7,0 |
| 6. N. Ibañez Serrador | 7,0 |
| 7. Luis del Olmo | 6,9 |
| 8. Paco Lobatón | 6,8 |
| 9. Forges | 6,8 |
| 10. Lalo Azcona | 6,8 |
| 11. Joaquín Prats | 6,7 |
| 12. Andrés Aberasturi | 6,7 |
| 13. Mercedes Milá | 6,7 |
| 14. Camilo José Cela | 6,7 |
| 15. Manuel Martín Ferrand | 6,6 |
| 16. Joaquín Arozamena | 6,6 |
| 17. Jesús Hermida | 6,6 |
| 18. María Escario | 6,6 |
| 19. Eduardo Sotillos | 6,6 |
| 20. Juan Luis Cebrián | 6,5 |
| 21. José L. Balbín | 6,5 |
| 22. María de San Juan | 6,4 |
| 23. Peridis | 6,4 |
| 24. Pedro Piqueras | 6,4 |
| 25. Maruja Torres | 6,3 |
| 26. Julián Mariás | 6,3 |
| 27. Inma de Santis | 6,3 |
| 28. Pepe Navarro | 6,3 |
| 29. Jesús Mariñas | 6,2 |
| 30. Concha Velasco | 6,2 |
| 31. Elena Santoja | 6,1 |
| 32. Manuel Hidalgo | 6,1 |
| 33. E. Saenz de Buruaga | 6,0 |
| 34. Lidia Bosch | 6,0 |
| 35. Encarna Sánchez | 6,0 |
| 36. Pedro J. Ramírez | 6,0 |
| 37. José María García | 5,9 |
| 38. Julián Lago | 5,9 |
| 39. Emilio Romero | 5,8 |
| 40. Amando de Miguel | 5,8 |
| 41. Alfredo Amestoy | 5,7 |
| 42. Julio César Iglesias | 5,7 |
| 43. José A. Plaza | 5,7 |
| 44. Pilar Cernuda | 5,6 |
| 45. Mayra Gómez Kemp | 5,6 |
| 46. Miguel Ángel Gozálo | 5,6 |
| 47. Jaime Capmany | 5,6 |
| 48. Fernando García Tola | 5,2 |
| 49. Jesús Cacho | 5,2 |
| 50. Francisco Umbral | 5,1 |

Cuadro 5.6.2.3.

Ranking de Discrepancia de Comunicadores Sociales

MAYO 1988/ABRIL 1990

| Comunicadores | Discrepancia |
|---------------------------|---------------------|
| 1. Paco Lobatón | 28 |
| 2. Manuel Campo | 28 |
| 3. Iñaki Gabilondo | 29 |
| 4. Manuel Hidalgo | 29 |
| 5. Julia Otero | 30 |
| 6. Rosa María Mateo | 30 |
| 7. Lalo Azcona | 30 |
| 8. Forges | 30 |
| 9. María Escario | 30 |
| 10. María de San Juan | 31 |
| 11. Manuel Martín Ferrand | 31 |
| 12. Juan Luis Cebrián | 32 |
| 13. Pedro Piqueras | 32 |
| 14. Maruja Torres | 32 |
| 15. Julián Mariás | 33 |
| 16. Peridis | 33 |
| 17. Ibañez Serrador | 33 |
| 18. E. Sanz de Buruaga | 34 |
| 19. Inma de Santis | 34 |
| 20. Joaquín Arozamena | 35 |
| 21. Constantino Romero | 35 |
| 22. Amando de Miguel | 36 |
| 23. E. Sotillos | 36 |
| 24. Lidia Bosch | 35 |
| 25. Elena Santoja | 37 |
| 26. Mercedes Milá | 37 |
| 27. José L. Balbín | 37 |
| 28. Andrés Aberastury | 38 |
| 29. Luis del Olmo | 38 |
| 30. Jesús Cacho | 39 |
| 31. Camilo José Cela | 39 |
| 32. Jesús Mariñas | 39 |
| 33. Miguel Ángel Gozálo | 40 |
| 34. Julián Lago | 40 |
| 35. Pilar Cernuda | 40 |
| 36. Pepe Navarro | 41 |
| 37. Pedro J. Ramírez | 41 |
| 38. Joaquín Prats | 42 |
| 39. Julio Cesar Iglesias | 42 |
| 40. Jaime Capmany | 43 |
| 41. Concha Velasco | 43 |
| 42. Jesús Hermida | 44 |
| 43. José A. Plaza | 44 |
| 44. Alfredo Amestoy | 46 |
| 45. Emilio Romero | 48 |
| 46. Encarna Sánchez | 50 |
| 47. Francisco Umbral | 50 |
| 48. José María García | 52 |
| 49. Mayra Gómez Kemp | 52 |
| 50. Fernando García Tola | 53 |

5.7. EVALUACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

5.7.1. Cuestiones de Actualidad de los Diferentes Medios de Comunicación

A partir del sondeo del mes de Septiembre pasado, se incluyó en este Informe un conjunto de frases relativas a cuestiones que están de actualidad en los medios de comunicación social. Las posibilidades de respuesta van desde la posición Muy de Acuerdo hasta la posición Muy en Desacuerdo, pero en cualquier caso, el entrevistado que insista en no aceptar ninguna de estas posibilidades puede elegir entre no contestar o mostrar su indiferencia. Para cada frase se ha construido un Índice de Acuerdo-Desacuerdo, que no es sino la diferencia entre ambas proporciones. Así, un índice superior a +20 demuestra acuerdo con la frase en cuestión y un índice inferior a -20 demuestra que domina el desacuerdo. Los índices que se encuentran entre +20 y -20 indican que existe controversia de opiniones.

En el Cuadro 5.7.1.1. pueden contemplarse las frases incluidas en este Informe. El primer dato a destacar este mes es que tres de las cuatro frases provocan la respuesta de algo más de tres de cada cuatro de los entrevistados.

Así alrededor de un 80% opina sobre:

- "Comparando prensa, radio y televisión es evidente que la mejor manera de estar informado es leyendo los periódicos".
- "La mayor parte de las veces que escucho la radio no se la emisora que estoy oyendo".
- "Todas las revistas de Información general dicen lo mismo".

Finalmente algo más de uno de cada dos de los entrevistados se han querido manifestar respecto a:

- "La programación de los canales privados de televisión es mejor que la de Televisión estatal".

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, una cuestión al entrevistado, y del valor que toma el Índice de Acuerdo-Desacuerdo, se han clasificado las cuatro frases en el Cuadro 5.7.1.2.

Con "La programación de canales privados de televisión es mejor que la televisión estatal" se muestra de acuerdo un 23% frente a un 19% en desacuerdo, por lo que resulta ser una cuestión controvertida en la opinión pública. Todos los segmentos sociales analizados, sin excepción, muestran una actitud controvertida respecto a esta cuestión y sólo los entrevistados de posición social muy alta se muestran decididamente en desacuerdo.

La afirmación de que "Comparando prensa, radio y televisión es evidente que la mejor manera de estar informados es leyendo periódicos.", ha resultado ser una frase controvertida entre la opinión pública, ya que el porcentaje de acuerdo es del 45%, y los que se muestran en desacuerdo son el 32%, el acuerdo con esta afirmación es particularmente acusado entre las personas de posición social muy alta y alta y los que se posicionan en la izquierda siendo una cuestión controvertida para el resto de los segmentos sociales analizados.

Existe un profundo desacuerdo entre los entrevistados respecto a la cuestión "La mayor parte de las veces que escucho la radio no se la emisora que estoy escuchando", ya que un 20% están de acuerdo con esta afirmación y alrededor de un 62% manifiestan su desacuerdo con la misma. Con esta cuestión resultan estar en desacuerdo todos los segmentos sociales analizados, y sólo para los mayores de 65 años resulta ser una cuestión controvertida.

La última de las frases, que decía textualmente "Todas las revistas de información general dicen lo mismo, es una cuestión en la que domina el acuerdo entre la opinión pública, ya que un 52% se manifiesta de acuerdo y un 22% en desacuerdo. Esta tendencia al acuerdo es más acusada entre los de edad intermedia, los de posiciones sociales intermedias, los ideológicamente de derecha y centro derecha, los residentes en núcleos metropolitanos, y los de alta exposición a medios. Pero todos los segmentos sociales se muestran más o menos claramente de acuerdo respecto a esta cuestión.

Cuadro 5.7.1.1.

Grado de Acuerdo-Desacuerdo con Respecto a Ciertas Frases Sobre Medios de Comunicación

| ABRIL 1.990 | Muy de Acuerdo | Indife- Acuerdo | rente | En desa- cuerdo | Muy en Desacuerdo | NS/ NC | Índice A/D |
|---|-----------------------|----------------------------|--------------|----------------------------|------------------------------|-------------------|-----------------------|
| - La programación de canales de televisión es mejor que la de televisión estatal..... | 3% | 20 | 7 | 16 | 3 | 51 | + 4 |
| - Comparando prensa, radio y televisión es evidente que la la mejor manera de estar informados es leyendo los Periódicos..... | 7% | 38 | 7 | 27 | 5 | 16 | +14 |
| - La mayor parte de las veces que escucho la radio no sé la emisora que estoy oyendo..... | 2% | 18 | 4 | 47 | 15 | 13 | -42 |
| - Todas las revistas de información general dicen lo mismo. 5% | | 47 | 5 | 18 | 4 | 20 | +30 |

Cuadro 5.7.1.2.

**Grado de Acuerdo-Desacuerdo con Respecto a Ciertas
Frases Sobre Medios de Comunicación, por Grado
de Saliencia**

ABRIL 1.990

| Índice de Acuerdo/Desac. | Saliencia | |
|------------------------------|--|--|
| | Alta (NS/NC <30%) | Baja (NS/NC >30%) |
| Acuerdo (+20 o +) | - Todas las revistas de información general dicen lo mismo. | |
| Controvertida (+20 a -20) | - Comparando prensa, radio y televisión es evidente que la mejor manera de estar informados es leyendo los periódicos. | - La programación de canales privados de televisión es mejor que la de televisión estatal. |
| Desacuerdo (-20 o -) | - La mayor parte de las veces que escucho la radio no sé la emisora que estoy oyendo. | |

Cuadro 5.7.1.3.

**Índice de Acuerdo-Desacuerdo con Respecto a Ciertas Frases
sobre Medios de Comunicación, por Características
Socioeconómicas.**

| ABRIL | Total Muestra | Canales Privados | Leer Periódicos | Emisora Radio | Revistas I.G. |
|-----------------------------|----------------------|-------------------------|------------------------|----------------------|----------------------|
| | (1218) | 4 | 14 | -42 | 30 |
| Sexo: | | | | | |
| Varones | (585) | 6 | 19 | -48 | 25 |
| Mujeres | (633) | 3 | 8 | -36 | 36 |
| Edad: | | | | | |
| - 30 años | (316) | 2 | 18 | -51 | 20 |
| 30-49 años | (427) | 8 | 21 | -50 | 34 |
| 50-64 años | (276) | 7 | 5 | -38 | 33 |
| 65 y más años | (199) | -4 | 2 | -15 | 36 |
| Posición Social: | | | | | |
| Muy Baja | (50) | -6 | -7 | -20 | 21 |
| Baja | (400) | 3 | 2 | -31 | 32 |
| Media | (526) | 11 | 17 | -44 | 34 |
| Alta | (208) | -3 | 30 | -57 | 21 |
| Muy Alta | (35) | -27 | 36 | -88 | 27 |
| Ideología: | | | | | |
| Izquierda | (271) | -2 | 26 | -52 | 16 |
| Centro Izquierda | (199) | -2 | 15 | -44 | 33 |
| Centro | (113) | 4 | 24 | -51 | 25 |
| Centro Derecha | (102) | 13 | 9 | -64 | 38 |
| Derecha | (92) | 17 | 14 | -28 | 42 |
| NS/NC | (441) | 6 | 4 | -30 | 35 |
| Hábitat: | | | | | |
| Rural | (303) | 7 | 9 | -33 | 20 |
| Urbano | (574) | 8 | 15 | -41 | 33 |
| Metropolitano | (339) | -5 | 15 | -51 | 35 |
| Exposición a Medios: | | | | | |
| Alta | (23) | -2 | 58 | -77 | 45 |
| Media | (405) | 3 | 28 | -55 | 21 |
| Baja | (790) | 5 | 5 | -34 | 35 |

5.8. INDICE DE EXPOSICION A MEDIOS DE COMUNICACION

5.8.1. 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 a partir de los sondeos realizados desde el pasado mes de septiembre.

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 pasado mes de septiembre en el Índice de Exposición a Medios, toma tres posiciones de clasificación: alta, media y baja. Así, de acuerdo con las condiciones exigidas en la construcción del IEM para que un entrevistado fuese calificado en alguna de las tres posiciones, este mes de abril se observa que el 2% de los entrevistados tienen una exposición alta, el 33% tienen una exposición a medios media y un 65% tiene una exposición a medios baja (Cuadro 5.8.1.1.).

Como se ha indicado, los valores observados este mes de abril sólo son comparables con los obtenidos desde el pasado mes de septiembre, y se puede observar una tendencia homogénea hasta el momento, descendiendo dos puntos porcentuales el valor del índice de este mes respecto al anterior, y se comprueba la tendencia similar que ha presentado este Índice a lo largo ya de ocho sondeos.

Al observar 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, aumenta 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 centro-derecha este mes de abril. La mayor exposición a medios se da este mes entre los varones, las personas que tienen entre 30 y 49 años y entre los individuos de posición social alta y muy alta.

El valor explicativo de este índice es muy alto y significativo, por lo que se utiliza como variable explicativa en todos los volúmenes del informe ASEP sobre La Opinión Pública de los Españoles.

Cuadro 5.8.1.1.

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

| | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-------|--------------|-------------|--------------|---------------|-------------|--------------|---------------|--------------|
| Alta | 2% | 3% | 2% | 2% | 2% | 3% | 3% | 2% |
| Media | 35 | 35 | 34 | 32 | 32 | 32 | 32 | 33 |
| Baja | 63 | 62 | 64 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 |
| IEM | 39 | 41 | 38 | 38 | 37 | 39 | 39 | 37 |

Cuadro 5.8.1.2.

**Índice de Exposición a Medios (IEM), por
Características Socioeconómicas**

| | IX-89 | X-89 | XI-89 | XII-89 | I-90 | II-90 | III-90 | IV-90 |
|-------------------------|-------|------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| Total | 39 | 41 | 38 | 38 | 37 | 39 | 39 | 37 |
| Sexo: | | | | | | | | |
| Varones | 49 | 47 | 48 | 44 | 46 | 48 | 46 | 47 |
| Mujeres | 31 | 35 | 29 | 34 | 29 | 30 | 32 | 28 |
| Edad: | | | | | | | | |
| - 30 años | 46 | 46 | 44 | 47 | 40 | 43 | 45 | 41 |
| 30-49 años | 43 | 44 | 42 | 45 | 43 | 44 | 44 | 44 |
| 50-64 años | 34 | 38 | 32 | 28 | 22 | 34 | 35 | 33 |
| 65 y más años | 28 | 31 | 29 | 25 | 26 | 28 | 22 | 21 |
| Posición Social: | | | | | | | | |
| Muy Baja | 10 | 16 | 18 | 20 | 5 | 9 | 18 | 7 |
| Baja | 27 | 32 | 27 | 24 | 25 | 23 | 23 | 24 |
| Media | 43 | 44 | 40 | 40 | 38 | 42 | 41 | 39 |
| Alta | 63 | 55 | 63 | 67 | 58 | 65 | 61 | 59 |
| Muy Alta | 50 | 73 | 65 | 68 | 77 | 78 | 80 | 69 |
| Ideología: | | | | | | | | |
| Izquierda | 47 | 46 | 43 | 44 | 43 | 44 | 45 | 39 |
| Centro Izquierda | 42 | 48 | 44 | 42 | 36 | 39 | 45 | 47 |
| Centro | 42 | 41 | 43 | 45 | 39 | 42 | 42 | 48 |
| Centro Derecha | 40 | 50 | 55 | 59 | 40 | 61 | 45 | 54 |
| Derecha | 53 | 44 | 45 | 36 | 46 | 44 | 36 | 38 |
| Hábitat: | | | | | | | | |
| Rural | 25 | 34 | 28 | 28 | 27 | 26 | 29 | 29 |
| Urbano | 45 | 39 | 40 | 35 | 36 | 39 | 37 | 35 |
| Metropolitano | 44 | 51 | 45 | 54 | 48 | 50 | 49 | 48 |