INFORME A.S.E.P.

sobre

LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES

JULIO - 2003

FICHA TECNICA

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

Diseño Muestral: 1.212 personas de uno y otro sexo, de 18 y más años, residentes en España. Muestra aleatoria estratificada por Comunidades Autónomas y municipios, utilizando sistema de rutas aleatorias y selección final de los entrevistados mediante la técnica de "Random Route".

Trabajo de Campo: Realizado durante los días 30 al 5 de Julio de 2.003, mediante encuesta personal en el hogar de cada entrevistado, por la Red de Intercampo, S.A. Supervisión del trabajo de Campo realizado por A.S.E.P.

Proceso de Datos: Diseñado y realizado por A.S.E.P. con "software" propio, elaborado por J.D. Systems.

Análisis e Informe: Diseñado y realizado por A.S.E.P., y terminado el 17 de Julio 2.003.

DIRECCION:
JUAN DIEZ NICOLAS

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

INDICE

	Págs.
1. EL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	**5**
1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	7
1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	12
2. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LA POBLACION ESPAÑOLA	**23**
2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES	25
2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS	31
2.3. INDICADORES DE PERSONALIDAD	40
3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS	**45**
3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA	46
3.2. PAUTAS DE AHORRO	61
3.3. SATISFACCION CON LA VIDA	64
3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS	67
4. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLÍTICOS	**74**
4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS	75
4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES	89
4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS	109
4.4. INTENCIONES DE VOTO	122
5. UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	**145**
5.1. INDICE DE EXPOSICION A LA INFORMACIÓN	147
5.2. PRENSA DIARIA	150
5.3. RADIO	154
5.4. TELEVISION	160
5.5. NIVEL DE OBJETIVIDAD INFORMATIVA DE LOS MEDIOS EN RELACION AL PP Y AL PSOE	169
6. LA ACTUALIDAD	**177**
6.1. ELECCIONES MUNICIPALES Y AUTONÓMICAS	179
6.2. CONFLICTOS INTERNOS EN EL PSOE	188
6.3. LA SUCESIÓN DE AZNAR	194
6.4. LA ACTUACIÓN INTERNACIONAL	201
6.5. CAMBIOS EN EL REAL MADRID CLUB DE FÚTBOL	204

1. SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1) Incluir sólo indicadores basados en preguntas de estructura y contenido invariable.

2) No incluir indicadores que impliquen percepción de cambios, cuando no queda clara la interpretación del cambio.

1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Los dieciocho indicadores utilizados son:

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

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

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

- El Sistema de Indicadores ASEP este mes refleja la mejora de la imagen del PP y del Gobierno después de las elecciones municipales y autonómicas, así como el deterioro de la imagen del PSOE por las mismas razones, incrementadas por la grave situación creada en la Asamblea de la Comunidad de Madrid. Así, los dos indicadores principales relativos a la situación económica nacional, el Sentimiento del Consumidor y la Evaluación de la Situación Económica se mantienen en niveles semejantes a los de los pasados meses de junio y mayo (cuando la campaña electoral del PP, muy superior a la del PSOE, provocó una importante recuperación de confianza del electorado en el Gobierno de la Nación), pero a pesar de ello los dos indicadores continúan por debajo del nivel de equilibrio, indicando que sigue habiendo más pesimistas e insatisfechos que optimistas y satisfechos. Además, los dos indicadores empeoran levemente respecto a sus valores de junio, un punto en el caso del Sentimiento del Consumidor, y cinco puntos en el de Evaluación de la Situación Económica. Los dos indicadores, por tanto, se encuentran más próximos a los niveles de mayo y a los del mes de julio del pasado año, pero siguen por debajo del nivel de equilibrio (91 y 82 puntos respectivamente en una escala de 0 a 200). Puede por tanto afirmarse que los españoles siguen estando preocupados por la situación económica nacional y por su propia situación económica personal, pero en menor medida que lo estuvieron desde después del verano del 2002.

- Los dos indicadores de ahorro (Propensión al Ahorro y Proporción de Ahorradores), han empeorado también algo al compararlos con los obtenidos en junio (disminuyen tres y cuatro puntos respectivamente), y solo son superiores a los obtenidos en enero, febrero y abril de este año. El aumento del endeudamiento de los hogares españoles ha sido objeto de numerosos comentarios recientemente, comentarios que han puesto de manifiesto el peligro más o menos inminente de dicho incremento.

- Los indicadores sociales son menos susceptibles de variación, si bien de un mes a otro pueden producirse ligeras oscilaciones. La confianza en la situación económica personal, medida por el índice de Optimismo, se mantiene en el mismo nivel que en mayo y junio, pero sigue situado (como lo ha hecho desde hace más de un año) por debajo del nivel de equilibrio, aunque solo 4 puntos por debajo del nivel de equilibrio estos tres últimos meses). La proporción de post-materialistas se mantiene

por sexto mes consecutivo por encima del 40%, lo que implica que aunque la mayoría de los españoles siguen concediendo más importancia a la seguridad personal y a la seguridad económica (mantener el orden y luchar contra la subida de precios) que a los nuevos valores de participación social, calidad de vida, etc..., poco a poco se consolida en algo menos de la mitad de los entrevistados la proporción de los que se orientan hacia estos nuevos valores.

- Los indicadores políticos también muestran una clara mejora, aunque se mantienen en valores en algunos casos bastante negativos. Así, la Satisfacción con el funcionamiento de la Democracia aumenta otros siete puntos por comparación con el dato del mes pasado, y se sitúa ya en el alto nivel que mantuvo durante el 2002. Y la Satisfacción con el Gobierno aumenta también significativamente, alcanzando exactamente el nivel de equilibrio, de manera que la proporción de satisfechos es igual a la proporción de insatisfechos. Debe recordarse que desde diciembre del 2002 hasta este mes la Satisfacción con el Gobierno ha sido negativa, es decir, inferior al nivel de equilibrio.

- La exposición a la información se mantiene también en un valor muy próximo al nivel de equilibrio.

- Los cuatro indicadores relativos a la Unión Europea, muestran todos ellos valores similares aunque algo más bajos que los de meses precedentes, con valores bastantes altos, indicativos de una clara satisfacción por pertenecer a la UE y de una indiscutible percepción de beneficios (más que de perjuicios) para España, para la Comunidad Autónoma y para el propio entrevistado por esa pertenencia. Como se ha dicho en diversas ocasiones, la persistencia de estos valores indica que las actitudes de los españoles hacia la Unión Europea están muy consolidadas, al menos de momento.

- En cuanto a los indicadores de intención de voto, si se compara la estimación de voto con los resultados reales de las pasadas elecciones del 12 de marzo de 2.000 se observan los siguientes cambios:

    - Disminución de los partidos nacionalistas de centro y derecha y la abstención estimada, (que incluye también a los indecisos o a los que ocultan sus intenciones),

- Ligero incremento para PSOE, IU y partidos nacionalistas de izquierda,
- Estabilidad de voto para "otros" partidos y para el PP.

Cuadro 1.1.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
ECONOMICOS Y DE CONSUMO												
1 –ISC	90	87	84	85	80	80	80	81	85	90	92	91
2 –IESE	81	76	73	73	66	71	63	65	71	83	87	82
3 –IPA	135	131	128	133	134	122	125	129	123	128	130	127
4 –IA	42	38	38	39	42	32	34	35	31	36	38	34
SOCIALES												
5 –ISCV	182	178	176	179	172	172	174	181	176	177	178	179
6 –IO	96	91	89	90	88	85	88	90	92	96	96	96
7 –IPR	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2	2,3	2,3	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2
8 –IPM	37	34	35	37	43	39	40	40	40	43	41	41
POLITICOS												
9 –ISD	147	151	147	156	141	146	130	140	119	128	136	143
10 –ISG	99	100	101	102	86	93	85	81	68	87	93	100
11 –IAP	30	32	34	32	32	35	30	32	34	31	27	28
12 –IPI	3,5	3,6	3,6	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,4	3,6	3,5	3,6
13 –ISN	3,1	3,1	3,2	3,1	3,2	3,3	3,2	3,1	3,0	3,1	3,1	3,2
14 -ISUE	110	111	110	113	108	109	110	115	116	116	117	114
15 -IBUE	173	173	177	176	171	167	176	177	172	182	179	179
16 -IBCA	171	170	173	172	168	164	170	173	169	181	177	171
17. IBEN	167	167	166	164	165	160	165	167	165	177	172	166
EXPOSICION A INFORMACION												
18 –IEI	99	100	102	105	99	108	108	107	99	112	102	103
INTENCION DIRECTA DE VOTO												
- PP	26,0	25,4	27,6	22,8	22,4	23,5	24,4	22,7	18,7	25,4	27,7	27,6
- PSOE	29,8	27,6	24,8	31,8	30,8	28,2	32,4	32,5	34,5	30,9	30,0	30,5
- IU	4,8	4,8	4,6	4,0	3,5	4,2	3,8	3,3	4,2	5,0	4,8	5,3
- Otros	12,6	12,5	12,1	11,9	13,9	12,2	11,4	12,9	12,7	10,7	11,8	10,9
- No Votará	10,5	11,5	11,4	10,9	12,1	11,4	9,7	10,2	9,0	8,4	8,6	10,9
- NS/NC	16,3	18,2	19,5	18,6	17,4	20,5	18,3	18,4	20,9	19,6	17,1	14,8
INTENCION DE VOTO ESTIMADA												
- PP	29,3	27,2	29,5	27,0	27,6	26,9	26,9	25,7	22,5	27,7	29,0	30,5
- PSOE	26,0	26,9	25,0	27,1	29,3	28,6	31,0	30,2	32,3	28,4	27,0	27,2
- IU	4,0	4,4	4,5	3,8	3,8	3,9	3,6	3,9	4,4	4,3	4,1	4,0
- Nacional. Derecha	5,1	6,4	5,5	4,9	5,8	5,3	4,9	6,0	5,3	5,1	5,8	4,9
- Nacional. Izquierda	2,3	2,5	2,8	2,1	2,7	2,8	2,4	2,5	2,4	2,3	2,5	2,4
- Otros	3,9	3,9	3,9	3,1	3,5	4,6	3,4	4,2	3,7	3,7	3,6	3,7
- Abstención	29,4	28,7	28,8	32,0	27,3	27,9	27,8	27,5	29,4	28,5	28,0	27,3

1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Aunque cada uno de los dieciocho indicadores (más la intención de voto) que componen el Sistema de Indicadores Sociales es analizado detalladamente en otros lugares del Informe, es conveniente examinar la relación que existe entre todos ellos.

En el Cuadro 1.2.0. se presentan las categorías más extremas de cada una de las variables explicativas seleccionadas, las cuales, como es obvio, pretenden poner en evidencia los segmentos de la población que más contrastan entre sí, por lo que parte de los entrevistados quedan excluidos en cada caso, bien por no haber contestado o por haberlo hecho mediante alguna de las categorías intermedias en cada escala.

Finalmente, en el Cuadro 1.2.1. se presentan las relaciones de estos mismos indicadores entre sí. En las columnas se ha resumido cada indicador en una medida resumen (media aritmética, % en una categoría descriptiva, o índice de diferencia entre dos categorías contrapuestas, según los casos), y en las filas se han incluido las mismas categorías de clasificación que en el Cuadro 1.2.0.

La lectura de este cuadro-resumen se puede realizar de dos formas diferentes: se puede ver la variación de un indicador (columna) según los diferentes segmentos (filas) de entrevistados, o se pueden ver los valores en cada uno de los indicadores (columnas) de un solo segmento de la población (fila).

El propósito de estos cuadros, por tanto, es:

a) En primer lugar, ofrecer de forma eminentemente descriptiva el contraste entre los valores de los indicadores que componen el sistema (más la intención directa de voto) para diferentes segmentos de la población suficientemente diferenciados.

b) En segundo lugar, y dado que estos datos se presentan mensualmente, hacer resaltar los segmentos de la población en que se pueden estar produciendo cambios importantes respecto a algún indicador en concreto, lo que ayudará a explicar la evolución de esos indicadores en el conjunto de la población.

c) En tercer lugar, mostrar las relaciones entre los distintos indicadores de forma descriptiva.

Cuadro 1.2.0.

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

INDICADORES:	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
						%						
Evaluación Situación Económica												
Optimistas	11	10	9	16	10	14	9	11	12	13	14	12
Pesimistas	30	34	37	38	43	44	46	46	41	30	27	30
Propensión al Ahorro												
Ahorran	42	38	38	39	42	32	34	35	31	36	38	34
Se Endeudan	7	7	9	7	8	10	9	6	9	8	8	7
Satisfacción con Calidad de Vida												
Satisfechos	87	85	84	86	81	81	83	86	83	84	84	85
Insatisfechos	6	6	8	7	9	9	9	5	8	7	6	6
Optimismo Personal												
Optimistas	16	14	14	16	15	16	16	15	15	16	15	16
Pesimistas	19	23	25	26	28	32	27	24	23	19	19	20
Práctica Religiosa												
Alta	15	16	18	17	17	19	18	17	16	17	18	19
Baja	64	61	59	60	59	58	58	58	56	58	57	60
Postmaterialismo												
Materialistas	63	66	65	63	57	61	60	60	60	57	59	59
Post-materialistas	37	34	35	37	43	39	40	40	40	43	41	41
Satisfacción con Democracia												
Satisfechos	65	67	64	71	62	64	56	62	50	56	58	63
Insatisfechos	18	16	16	16	21	18	27	23	31	29	22	21
Satisfacción con Gobierno												
Satisfechos	39	38	41	43	33	37	35	32	26	36	38	42
Insatisfechos	40	38	39	40	48	44	50	51	58	49	45	42
Posicionamiento Ideológico												
Izquierda	36	36	34	36	40	36	38	41	40	37	42	37
Centro	27	28	23	26	24	24	22	23	24	23	20	25
Derecha	16	15	17	12	15	14	16	16	14	17	19	18
Sentimiento Nacionalista												
Más nacionalistas	17	16	18	20	17	18	19	20	20	19	17	17
Más españoles	22	22	28	25	28	33	25	21	19	19	23	24
Satisfacción con Pertenencia a UE												
Satisfechos	18	18	17	19	18	18	17	21	23	22	22	20
Insatisfechos	8	7	6	6	9	9	8	6	7	6	5	7
Beneficio de España en la UE												
Beneficia	83	83	84	84	83	79	85	85	81	89	85	86
Perjudica	10	10	7	9	12	12	9	8	9	6	6	7
Beneficio de las CC.AA. en la UE												
Beneficia	82	80	82	82	81	76	82	83	79	88	84	81
Perjudica	11	11	8	11	13	13	11	9	10	7	7	10
Beneficio del Entrevistado en la UE:												
Beneficia	78	77	75	76	77	72	76	77	75	84	79	76
Perjudica	10	10	9	11	12	13	11	10	10	7	7	10
Exposición a Información												
Alta	50	50	51	52	50	54	54	54	50	56	51	51
Ninguna	9	7	7	8	10	8	8	7	7	8	9	9
Posición Social												
Alta	14	13	12	14	13	14	13	14	15	14	15	16
Baja	36	35	36	37	37	40	35	36	34	35	37	35
Intención de Voto Directa												
PP	26	25	28	23	22	24	24	23	19	25	28	28
PSOE	30	28	25	32	31	28	32	32	34	31	30	30
IU	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5

Cuadro 1.2.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

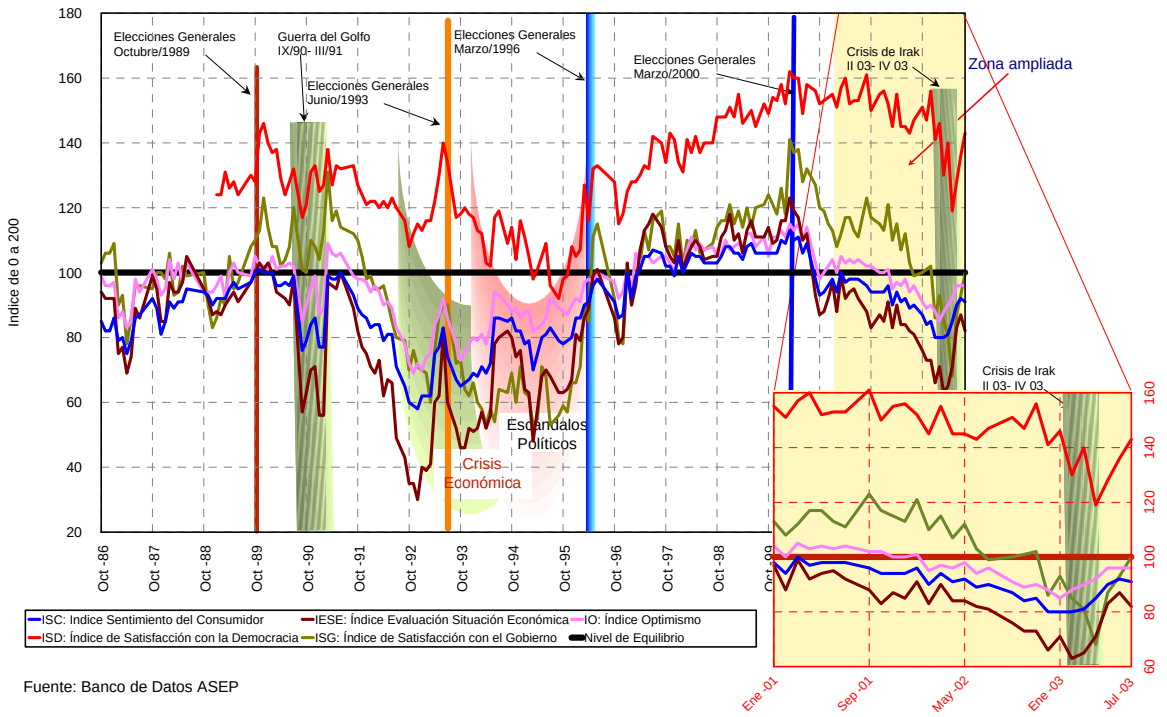
JULIO 2003	Total	Económicos y de Consumo				Sociales			
		ISC	IESE	IPA	IA	ISCV	IO	IPR	IPM
TOTAL	**(1212)**	**91**	**82**	**127**	**34**	**179**	**96**	**2,2**	**41**
Evaluación de la Situación Económica:									
Optimistas	(140)	146	200	140	45	189	133	2,4	34
Pesimistas	(361)	50	-	120	28	164	73	2,0	47
Propensión al Ahorro:									
Ahorro algo	(413)	100	91	200	100	187	110	2,2	50
Prestan dinero	(81)	81	73	-	-	154	89	2,3	46
Satisfacción con la Calidad de Vida:									
Satisfecho	(1032)	94	86	131	36	200	101	2,2	41
Insatisfecho	(74)	56	46	103	20	-	47	2,4	39
Optimismo Personal:									
Optimista	(192)	133	108	139	47	191	200	2,1	44
Pesimista	(237)	43	45	110	21	151	-	2,3	41
Práctica Religiosa:									
Alta	(229)	94	93	130	36	170	93	4,3	35
Media	(190)	90	83	125	33	183	94	3,0	31
Baja	(723)	90	79	127	33	182	99	1,3	44
Postmaterialismo:									
Materialistas	(710)	92	86	123	29	179	96	2,3	-
Post-materialistas	(502)	89	76	134	41	179	97	2,0	100
Satisfacción con Democracia:									
Satisfechos	(766)	96	91	129	35	185	100	2,3	37
Insatisfechos	(249)	78	60	130	38	168	88	1,8	62
Satisfacción con Gobierno:									
Satisfechos	(508)	99	98	133	39	185	99	2,6	31
Insatisfechos	(507)	81	65	122	29	175	91	1,8	52
Posicionamiento Ideológico:									
Izquierda	(451)	82	67	126	33	177	90	1,7	54
Centro	(299)	96	92	125	33	181	98	2,2	34
Derecha	(223)	99	101	135	41	180	100	2,9	35
Sentimiento Nacionalista:									
Más nacionalistas	(204)	84	66	123	33	166	91	2,1	54
Igual	(696)	91	83	128	34	182	95	2,2	39
Más españoles	(286)	94	88	126	34	181	102	2,3	39
Satisfacción con pertenencia a UE:									
Satisfechos	(247)	98	92	132	40	185	104	2,4	40
Insatisfechos	(81)	82	70	129	42	162	87	2,1	47
Beneficio de España en la UE:									
Beneficia	(1037)	92	84	128	35	180	97	2,2	42
Perjudica	(84)	79	64	121	28	167	88	2,2	38
Beneficio de las CC.AA. en la UE:									
Beneficia	(982)	91	84	128	34	180	96	2,2	42
Perjudica	(126)	85	66	122	31	174	99	2,1	40
Beneficio del Entrevistado en la UE:									
Beneficia	(922)	91	83	129	35	182	97	2,2	41
Perjudica	(118)	84	71	121	30	160	91	2,2	39
Exposición a la Información:									
Alta, Media	(623)	92	84	134	41	182	96	2,2	42
Baja, Ninguna	(589)	89	80	120	27	176	96	2,2	41
Posición Social:									
Baja	(428)	88	80	119	26	175	90	2,7	36
Media	(594)	92	83	125	33	181	98	2,0	44
Alta	(189)	93	82	154	55	183	105	1,9	46
Intención de Voto:									
PP	(335)	102	103	129	37	182	102	2,6	32
PSOE	(369)	82	67	124	31	177	90	2,0	41
IU	(64)	82	66	117	28	174	97	1,7	67

Cuadro 1.2.1. (Continuación)

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

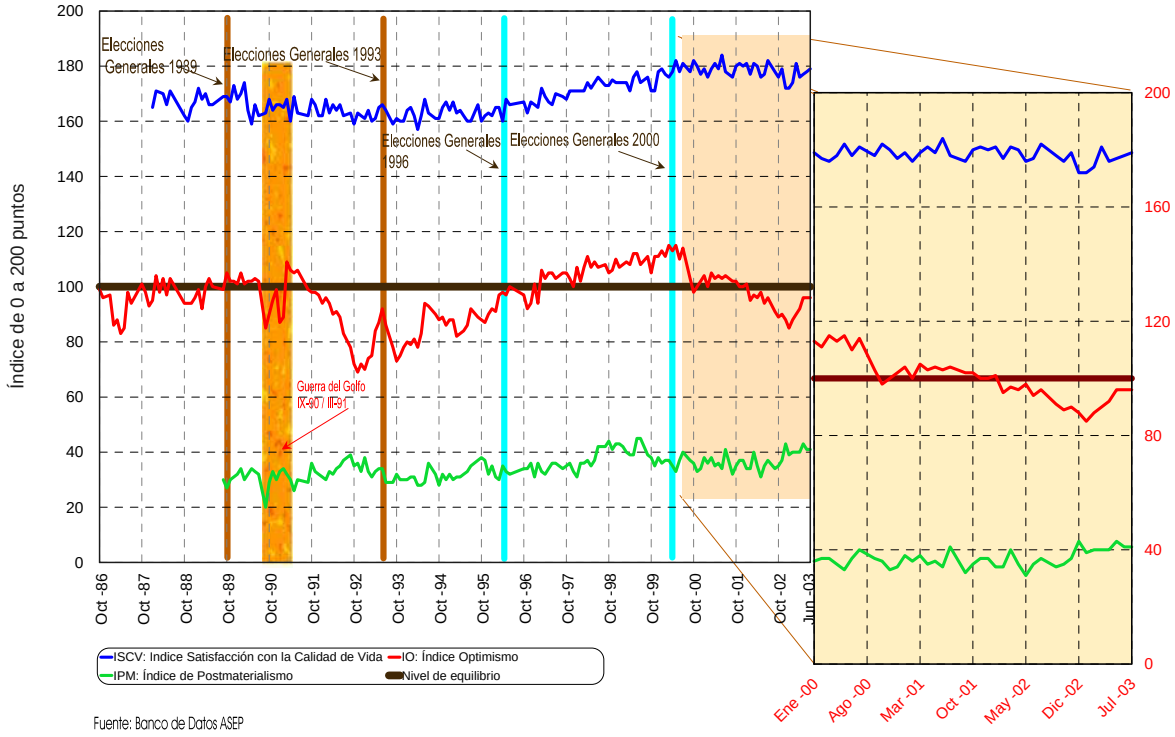
JULIO 2003	Total	Políticos										Intención de Voto		
		ISD	ISG	IAP	IPI	ISN	ISUE	IBES	IBCA	IBENT	IEI	PP	PSOE	IU
TOTAL	**(1212)**	**143**	**100**	**28%**	**3,6**	**3,2**	**114**	**179**	**171**	**166**	**103**	**28**	**30**	**5**
Evaluación de la Situación Económica:														
Optimistas	(140)	153	139	28%	4,1	3,4	127	184	174	168	122	48	18	4
Pesimistas	(361)	112	68	28%	3,2	3,1	109	172	161	159	103	15	40	7
Propensión al Ahorro:														
Ahorro algo	(413)	142	113	27%	3,6	3,2	116	181	172	170	124	30	28	4
Prestan dinero	(81)	136	94	19%	3,6	3,2	111	177	162	152	103	31	32	9
Satisfacción con la Calidad de Vida:														
Satisfecho	(1032)	147	103	28%	3,6	3,2	116	180	172	170	105	28	30	5
Insatisfecho	(74)	110	76	30%	3,5	3,0	103	167	163	147	81	23	32	9
Optimismo Personal:														
Optimista	(192)	140	107	31%	3,7	3,3	123	181	160	161	110	30	26	7
Pesimista	(237)	121	90	29%	3,4	3,2	110	173	165	157	107	21	37	6
Práctica Religiosa:														
Alta	(229)	148	136	33%	4,4	3,3	118	172	164	156	97	42	18	3
Media	(190)	158	126	29%	4,1	3,1	117	181	176	171	94	35	28	3
Baja	(723)	139	84	25%	3,3	3,1	111	180	171	168	106	22	35	6
Postmaterialismo:														
Materialistas	(710)	155	115	28%	3,8	3,2	115	178	170	166	102	32	31	3
Post-materialistas	(502)	125	78	28%	3,3	3,1	112	180	172	167	105	21	30	8
Satisfacción con Democracia:														
Satisfechos	(766)	200	124	25%	3,7	3,2	118	183	176	174	108	35	29	4
Insatisfechos	(249)	-	31	26%	3,0	2,9	103	170	158	156	108	11	34	11
Satisfacción con Gobierno:														
Satisfechos	(508)	178	200	21%	4,4	3,4	124	184	176	173	111	56	17	2
Insatisfechos	(507)	107	-	27%	2,8	3,0	105	175	166	163	104	4	46	9
Posicionamiento Ideológico:														
Izquierda	(451)	126	48	13%	2,4	3,0	109	179	168	167	105	5	58	12
Centro	(299)	159	122	33%	4,0	3,1	119	182	179	171	95	35	20	1
Derecha	(223)	169	177	10%	5,5	3,4	120	183	169	168	118	81	6	*
Sentimiento Nacionalista:														
Más nacionalistas	(204)	101	58	23%	3,3	1,8	106	177	166	162	115	16	27	8
Igual	(696)	154	103	30%	3,6	3,0	115	178	173	166	96	28	31	5
Más españoles	(286)	144	123	25%	3,8	4,5	116	182	169	169	110	36	32	5
Satisfacción con pertenencia a UE:														
Satisfechos	(247)	157	124	23%	3,7	3,2	200	197	193	187	98	38	30	3
Insatisfechos	(81)	112	58	34%	3,1	2,7	-	70	58	53	110	18	23	6
Beneficio de España en la UE:														
Beneficia	(1037)	146	102	26%	3,6	3,2	121	200	190	184	105	29	31	5
Perjudica	(84)	113	73	38%	3,3	3,0	50	-	12	16	98	15	36	7
Beneficio de las CC,AA, en la UE:														
Beneficia	(982)	146	103	27%	3,6	3,1	122	199	200	189	104	28	31	6
Perjudica	(126)	117	79	27%	3,5	3,1	66	75	-	42	111	23	37	5
Beneficio del Entrevistado en la UE:														
Beneficia	(922)	148	104	26%	3,6	3,2	123	199	196	200	107	29	31	5
Perjudica	(118)	119	83	32%	3,4	3,1	69	74	46	-	101	17	37	6
Exposición a la Información:														
Alta, Media	(623)	145	103	26%	3,6	3,2	112	181	171	170	200	29	29	5
Baja, Ninguna	(589)	141	97	30%	3,5	3,1	115	176	171	163	-	26	31	5
Posición Social:														
Baja	(428)	145	107	28%	3,8	3,1	110	172	164	156	71	31	30	2
Media	(594)	137	94	29%	3,4	3,2	113	181	173	168	110	24	31	6
Alta	(189)	156	103	25%	3,6	3,4	122	189	178	184	152	30	28	8
Intención de Voto:														
PP	(335)	173	178	-%	4,8	3,4	123	186	175	173	108	100	-	-
PSOE	(369)	136	60	-%	2,8	3,2	115	180	171	166	100	-	100	-
IU	(64)	111	51	-%	2,2	3,0	104	177	177	168	102	-	-	100

EVOLUCION DE LOS INDICADORES MAS SIGNIFICATIVOS

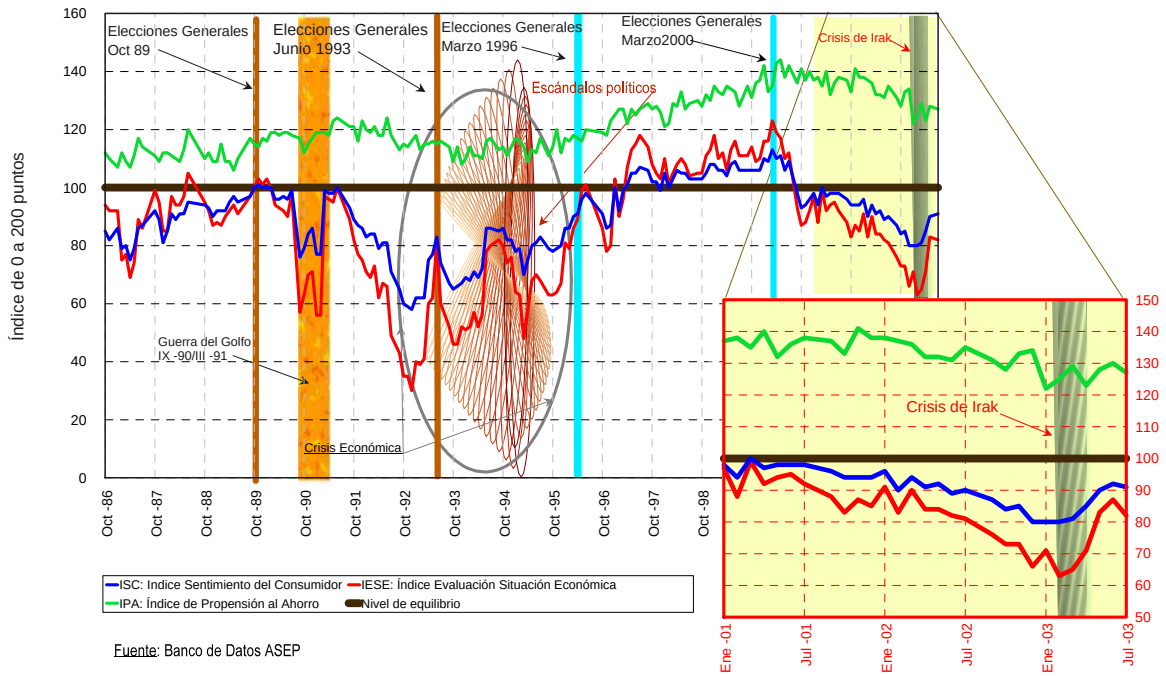


Fuente: Banco de Datos ASEP

Evolución de los Indicadores Sociales

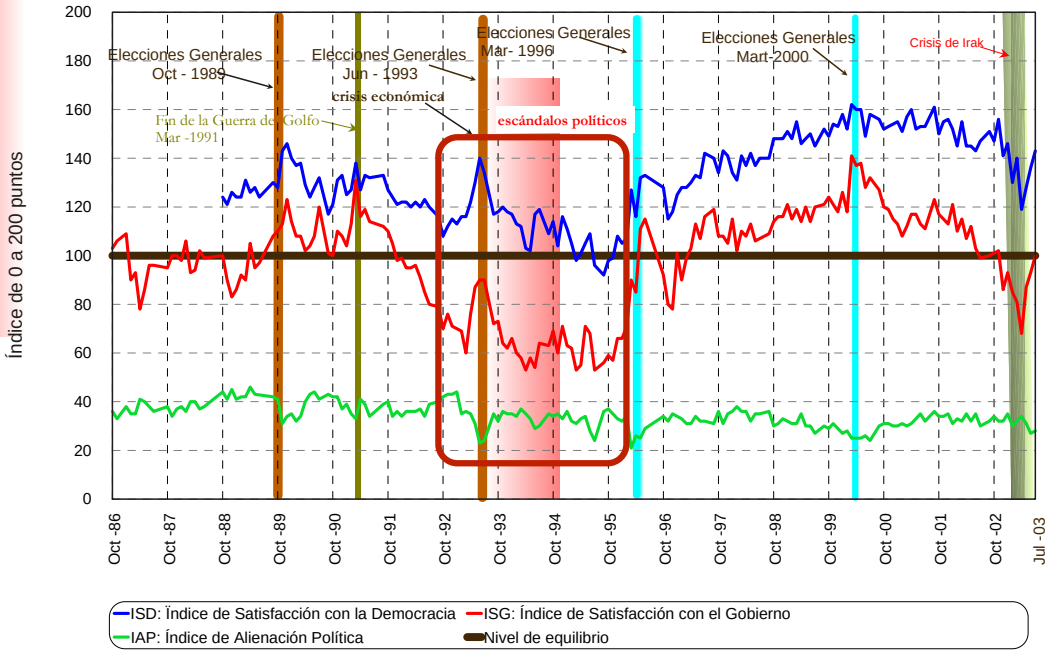


EVOLUCIÓN DE LOS INDICADORES ECONÓMICOS Y DE CONSUMO



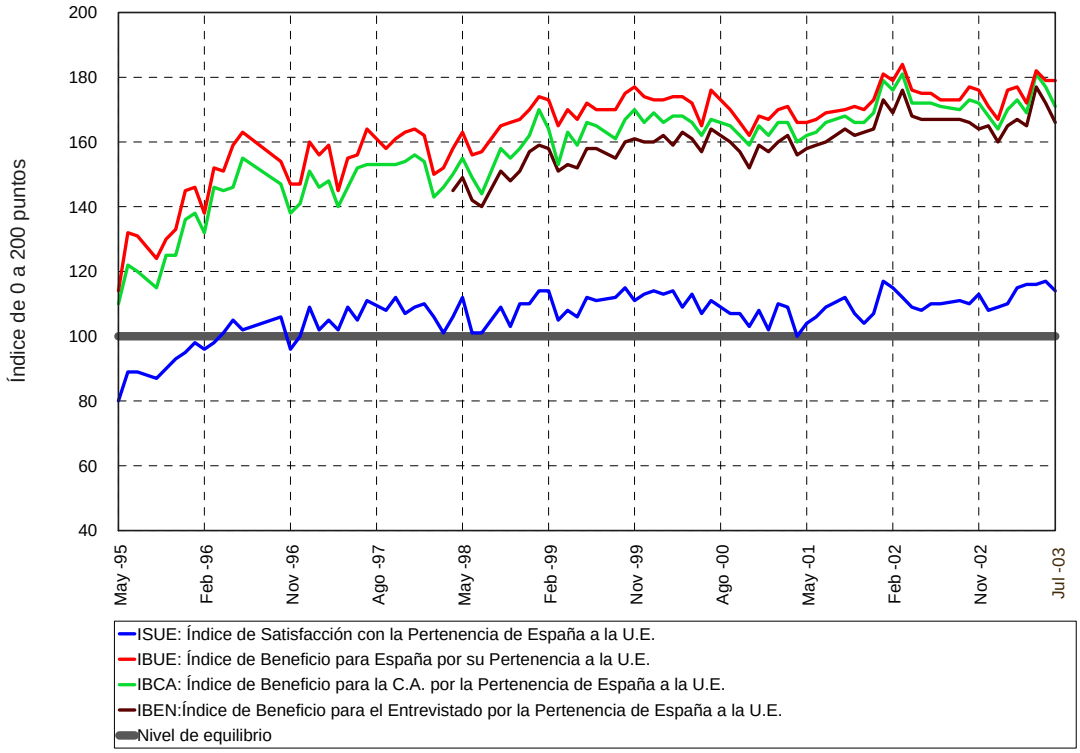
Fuente: Banco de Datos ASEP

EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLÍTICOS



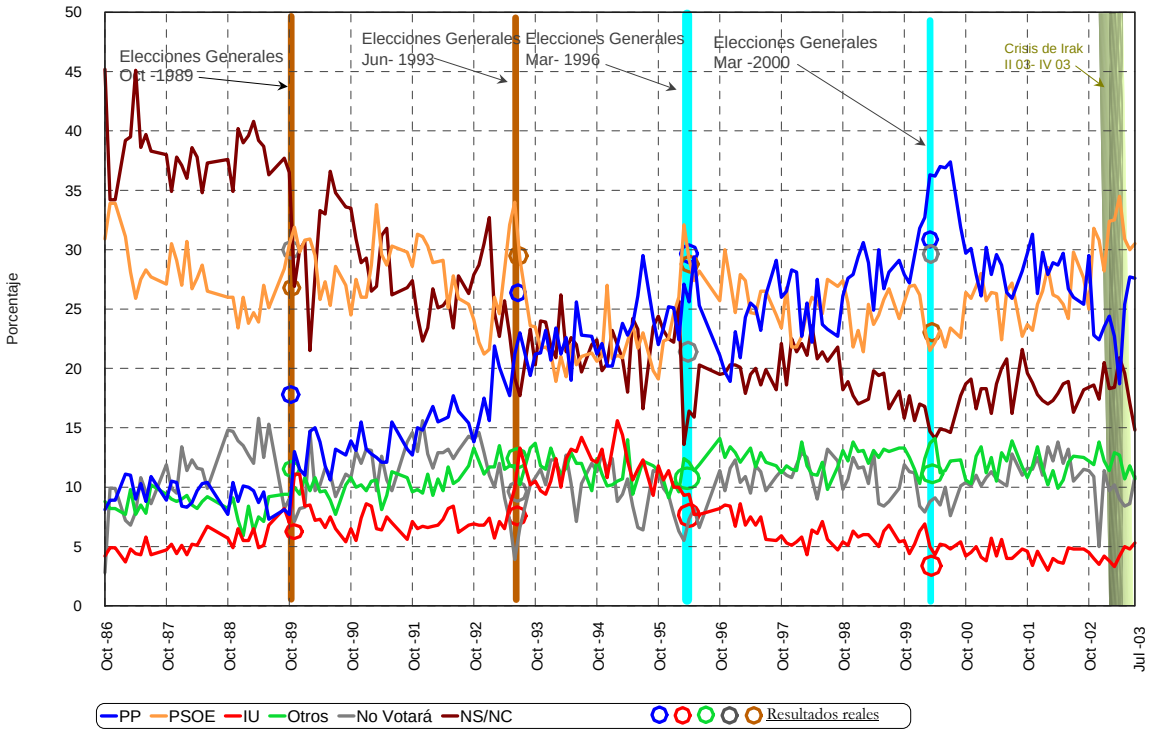
Fuente: Banco de Datos ASEP

EVOLUCIÓN DE LOS INDICADORES SOBRE LA UNION EUROPEA



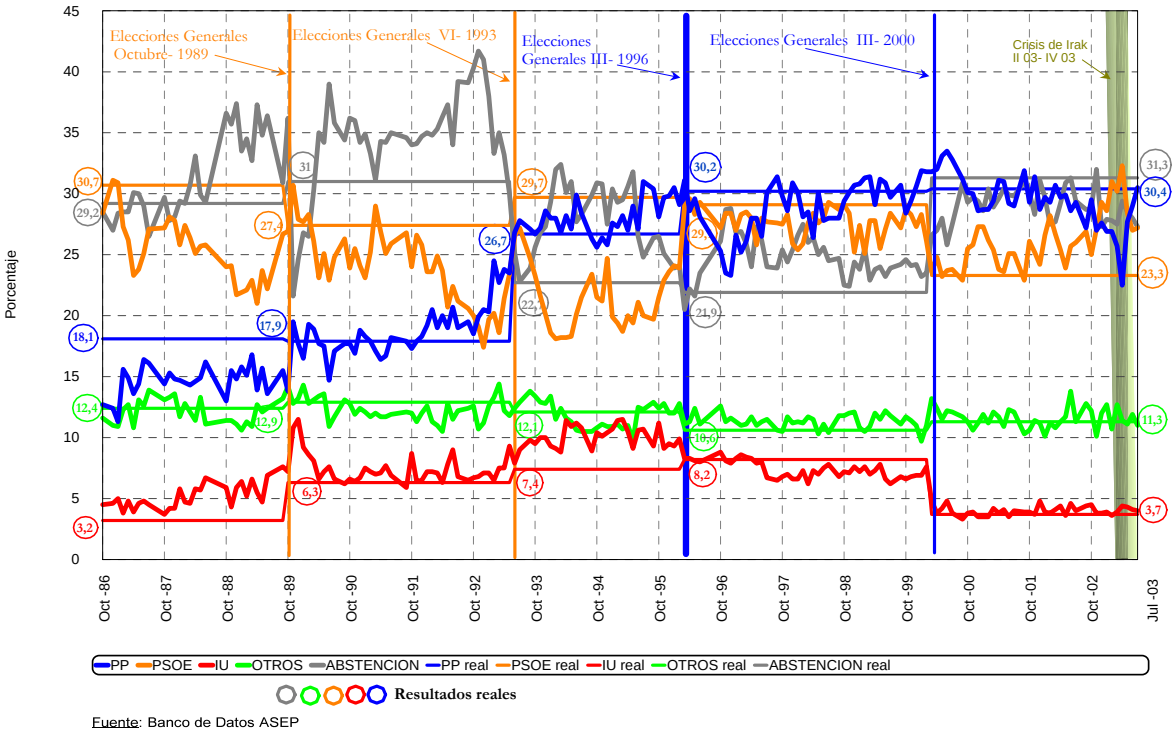
Fuente: Banco de Datos ASEP

INTENCION DE VOTO DIRECTA



Fuente: Banco de Datos ASEP

INTENCION DE VOTO ESTIMADA



Fuente: Banco de Datos ASEP

2. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LA POBLACION ESPAÑOLA

2. Estructura Socioeconómica de la Población Española

Para valorar adecuadamente la fiabilidad de los datos que se incluyen en este Informe se hace imprescindible justificar el carácter representativo de la muestra en que se basa. No basta con explicar el procedimiento seguido para la elección de la muestra, como se suele hacer en algunos estudios, sino que hay que hacer un esfuerzo por contrastar los datos sobre las principales características de la población, obtenidos sobre la base de la muestra utilizada, con los procedentes de Censos de Población u otras fuentes estadísticas.

Sólo cuando se tiene cierta seguridad respecto a la representatividad de la muestra, o cuando se conoce la magnitud y dirección de las desviaciones, se está en condiciones de aceptar que los datos sobre actitudes y opiniones son asimismo representativos.

Por ello, y aunque no sea frecuente en este tipo de estudios, es absolutamente necesario hacer un análisis riguroso de las principales características socioeconómicas de los hogares a que pertenecen los entrevistados, así como de las correspondientes a los propios entrevistados, con el fin de compararlas con datos estadísticos oficiales, en la medida en que éstos existan. En todo caso, el valor de estos datos sobre características de los hogares y de los entrevistados no es sólo descriptivo (permite comprobar la representatividad de la muestra), sino también explicativo, pues permite examinar las diferencias en las actitudes y comportamientos de los entrevistados según diferentes segmentos de la población.

2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES

Se han tomado en consideración cuatro características de los hogares que parecen suficientemente descriptivas: el status ocupacional del cabeza de familia y el sector económico en que trabaja el cabeza de familia, el nivel de renta (los ingresos familiares) y el equipamiento de los hogares.

Los datos que se muestran en los Cuadros 2.1.1. a 2.1.2. permiten afirmar, por comparación con los datos oficiales procedentes del INE, que la muestra en que se basa esta investigación se ajusta a las características de la población española de 18 y más años, como se comprueba a continuación:

- La ocupación del cabeza de familia suele ser la variable más explicativa de la situación económica de un hogar, hasta el punto de que el status de los restantes miembros del hogar suele estar basado más en el status ocupacional del cabeza de familia que en el suyo propio. Dada la gran diversidad de criterios que se adoptan habitualmente para clasificar las numerosas ocupaciones, se han resumido en seis las categorías ocupacionales.

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

- La proporción de parados entre los cabezas de familia había fluctuado durante años entre 5-9%, pero desde hace ya cuatro años fluctúa entre el 3-5%, lo que es coherente con las cifras oficiales del paro.

- En lo que respecta a los ingresos familiares mensuales, todas las investigaciones que se proponen averiguar los ingresos familiares coinciden en señalar las enormes dificultades de establecer éstos con precisión cuantitativa. Las razones son muy diversas: en primer lugar, la gente se resiste a contestar cuáles son sus ingresos (entre un 24-40% habitualmente), y en segundo lugar, con frecuencia se desconoce el volumen total de ingresos que entran en el hogar. Las proporciones en las diferentes categorías no suelen variar en ±2 puntos porcentuales de un mes a otro y

la distribución resultante este mes es muy similar a la de meses anteriores. En general se puede afirmar que en la mayoría de los hogares españoles los ingresos mensuales no superan los 900 euros.

- De los nueve bienes o artículos incluidos en este estudio para medir el equipamiento del hogar, la TV en color es el más ubicuo, pues la tienen prácticamente el 100% de los hogares. Más de un tercio de los hogares, además, disponen de 2 o más televisores en color.

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

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

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

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

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

  El promedio de artículos es este mes de 6,6 por hogar, con un coeficiente de variación de alrededor del 37% (derivado del cociente entre la media aritmética y la desviación standard).

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

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

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

  Alrededor de una quinta parte de los hogares tiene un status socioeconómico familiar bajo o medio-bajo, alrededor de la mitad tiene un status socioeconómico medio y más de otra tercera parte de los hogares pueden catalogarse este mes de status socioeconómico alto o medio-alto.

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

Cuadro 2.1.1.

Status Ocupacional del Cabeza de Familia.

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
						%						
Alto	13	11	11	12	13	13	11	12	12	11	12	10
Medio	35	36	35	35	34	33	37	36	36	34	33	37
Bajo	18	18	16	18	16	16	17	17	16	18	18	18
En Paro	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2
Ama de Casa	1	1	1	1	*	1	*	1	1	2	*	1
Jubilado	29	29	31	29	31	32	30	30	30	32	32	31
NS/NC	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1

Cuadro 2.1.2.

Sector Económico del Cabeza de Familia.

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
						%						
No Activos	30	30	33	31	32	34	31	32	32	34	33	33
En Paro	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2
Sector Público	10	9	9	9	9	8	10	9	8	8	7	10
Sector Privado												
Cuenta Ajena	42	42	40	41	40	36	39	42	42	40	42	42
Cuenta Propia	13	13	13	15	14	17	16	14	15	14	13	12
NS/NC	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1

Cuadro 2.1.3.

Ingresos Mensuales en el Hogar en que reside el Entrevistado

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

Cuadro 2.1.4.

Equipamiento de los Hogares

Porcentaje de Hogares con:	**VII-02**	**IX-02**	**X-02**	**XI-02**	**XII-02**	**I-03**	**II-03**	**III-03**	**IV-03**	**V-03**	**VI-03**	**VII-03**
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
	%											
T.V. en color	98	99	98	98	98	99	99	98	98	98	98	97
1 T.V. en color	55	55	54	53	54	55	54	55	52	52	52	55
2 T.V. en color	36	38	35	35	36	34	34	35	36	38	35	34
3 o más T.V. en color	8	7	8	9	8	9	11	7	10	8	10	7
Vivienda Propia	84	82	84	85	86	83	84	83	84	86	86	80
Teléfono	81	83	84	84	84	84	82	84	84	84	84	82
Teléfono Móvil (celular)	66	67	68	70	70	69	67	69	68	69	68	68
Automóvil	73	74	73	74	75	71	73	73	71	70	72	73
Equipo de Sonido	62	63	62	66	65	61	62	63	62	66	62	62
Vídeo	80	79	81	78	81	80	78	80	79	79	81	79
Lavavajillas	23	21	22	27	23	26	25	25	28	32	26	25
Ordenador Personal	36	36	38	42	38	40	38	41	39	40	36	40
Media (x) artículos por Hogar	6,5	6,5	6,6	6,8	6,7	6,6	6,7	6,7	6,7	6,8	6,7	6,6
Coeficiente de Variación (%)	38	36	37	37	36	37	37	36	37	37	37	37

Cuadro 2.1.5.

Equipamiento de los Hogares según Características Socioeconómicas de los Hogares.

Equipamiento:

JULIO 2003	Total Muestra	Vivienda Propia	Auto-Móvil	TV Color	Vídeo	Telé-Fono	Teléfono Móvil	Lavava-Jillas	Equipo Sonido	Ordenador personal	Media de Artículos	CV%
TOTAL	**(1212)**	**80%**	**73**	**97**	**79**	**82**	**68**	**25**	**62**	**40**	**6,6**	**37**
Edad												
18 a 29 años	(280)	69%	81	97	88	78	86	30	83	57	7,4	32
30 a 49 años	(445)	78%	86	98	90	83	81	31	77	50	7,3	27
50 a 64 años	(235)	87%	78	98	80	88	60	23	51	36	6,4	35
65 y más años	(252)	90%	34	94	48	80	31	12	21	9	4,4	46
Posición Social:												
Baja	(428)	84%	54	96	62	79	44	15	38	22	5,3	45
Media	(594)	78%	81	97	88	83	79	26	71	45	7,1	31
Alta	(189)	77%	89	98	91	86	86	45	85	67	7,9	25
Ideología:												
Izquierda	(451)	82%	76	98	85	86	75	27	68	46	7,0	33
Centro	(299)	78%	72	96	83	83	71	22	62	41	6,5	36
Derecha	(223)	83%	72	96	71	76	56	26	53	34	6,1	43
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	(450)	83%	91	99	94	89	84	36	81	55	7,9	23
Medio	(552)	77%	68	96	76	79	61	20	56	35	6,1	39
Medio Bajo/Bajo	(209)	83%	44	95	57	77	48	15	36	24	5,0	47
Clientes de:												
Bancos	(324)	76%	75	98	80	83	76	30	67	46	6,9	34
Cajas	(913)	81%	73	97	80	82	67	25	62	40	6,6	37

Cuadro 2.1.6.

Indice de Status Socioeconómico Familiar

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
						%						
Alto, Medio Alto	33	37	33	35	36	31	35	34	37	38	39	37
Medio	48	45	46	48	45	50	47	49	44	45	45	46
Medio Bajo	16	17	19	15	17	18	16	15	17	16	15	15
Bajo	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS

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

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

Todos los datos de esta investigación coinciden plenamente con los oficiales del INE, cuando éstos existen, o con los de investigaciones similares como se comenta a continuación:

- En efecto, las distribuciones de los entrevistados por sexo, edad y estado civil corresponden a las del censo de 2.001 para la población española de 18 y más años. Debe advertirse, sin embargo, que el propio INE encuentra dificultad para que los entrevistados admitan estar viviendo en pareja sin estar casados, por lo que es probable que este dato esté asimismo algo sub-estimado en esta investigación.

- En cuanto a las características socioeconómicas se comprueba que la proporción de entrevistados que pueden ser considerados analfabetos es del 2-3%. Esta cifra parece congruente con la que proporcionan las estadísticas oficiales, ya que la muestra se refiere sólo a personas de 18 y más años. Pese a que esta cifra no es en absoluto alta, hay que señalar que alrededor de la mitad de los entrevistados no superan el nivel de estudios "primarios" y sólo entre el 5-8% habría logrado terminar los estudios universitarios o técnicos superiores.

- Respecto a la ocupación, la proporción de parados (como % sobre la población de 18 y más años o como % sobre el total de activos) es siempre muy similar a la que ofrece la EPA del INE. Este mes es inferior a la del mes pasado, concretamente un 6% sobre el total de la población de 18 y más años, y un 12% sobre el total de

- población activa, con una tendencia a estabilizarse que se inició hace bastantes meses. La proporción de amas de casa es muy semejante a la procedente de fuentes estadísticas oficiales, alrededor de una cuarta parte de la población de 18 y más años. Y la proporción de activos (incluyendo a los parados) suele ser similar también a la procedente de fuentes estadísticas oficiales (alrededor del 50% de la población de 18 y más años), si bien ha de tenerse en cuenta que la muestra no incluye a la población de 16 y 17 años, grupos en que la tasa de actividad es muy baja.

- Entre los entrevistados, la proporción que trabaja en el sector público es del 3-7%, (9% este mes), mientras que los que trabajan en el sector privado por cuenta ajena suelen tener un peso relativo entre cuatro y cinco veces superior al de los que trabajan por cuenta propia.

- Por lo que respecta a la distribución de los entrevistados por Comunidad Autónoma y tamaño del municipio en que residen (número de habitantes), la distribución no hace sino reflejar la distribución de entrevistados según el diseño muestral utilizado en esta investigación, y por consiguiente refleja fielmente la distribución real de la población española de 18 y más años según estos dos criterios y según el último Censo de Población.

- El índice de movilidad geográfica incorporado desde octubre de 1996, confirma los hallazgos de otras investigaciones según los cuales casi tres cuartas partes de los españoles de 18 y más años viven actualmente en la misma provincia en que nacieron y en la misma provincia en que vivían durante su adolescencia.

- De igual manera que el Indice de Status Socioeconómico Familiar (ISSEF) se ha utilizado para resumir en un solo indicador de fácil manejo e interpretación diversas características socioeconómicas de los hogares, el Indice de Posición Social (IPS) se utiliza para resumir un conjunto de variables que constituyen propiedades del individuo, y que son además las generalmente utilizadas para intentar explicar las variaciones que se observan en las actitudes y comportamientos de los individuos. El IPS, construido originariamente por el sociólogo noruego Johan Galtung, y replicado en diversas investigaciones en España por Juan Díez Nicolás desde los años '60, va muy estrechamente ligado a la teoría "centro- periferia" sobre la creación y el cambio de las actitudes sociales.

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

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

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

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

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

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

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

Cuadro 2.2.1.

Distribución de los Entrevistados por Características Demográficas

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
						%						
Sexo												
Hombre	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
Mujer	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
Edad												
18 a 19 años	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
20 a 29 años	22	21	21	21	21	19	19	19	19	19	19	19
30 a 39 años	19	19	19	19	18	20	20	20	21	20	20	20
40 a 49 años	15	15	15	15	16	16	17	17	16	17	17	17
50 a 59 años	15	15	14	14	15	12	12	12	13	12	13	12
60 a 64 años	7	7	7	7	6	7	7	7	7	8	7	7
65 y más años	18	18	18	18	18	21	21	21	21	21	21	21
Estado Civil												
Soltero/a	29	29	28	31	28	29	26	27	27	26	28	27
Casado/a	57	55	57	55	56	56	58	59	59	59	58	59
En Pareja	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3
Viudo/a	7	8	8	9	8	8	7	9	8	7	7	7
Divorciado/a	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Separado/a	2	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2
NS/NC	*	*	-	*	-	-	*	-	*	*	*	*

Cuadro 2.2.2.

Distribución de los Entrevistados por Características Socioeconómicas.

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

Cuadro 2.2.3.

Distribución de los Entrevistados por Características Ecológicas

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
						%						
Comunidad Autónoma												
Andalucía	17	17	17	18	18	18	17	17	18	18	17	17
Aragón	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Asturias	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Baleares	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Canarias	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cantabria	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Castilla y León	6	6	6	6	7	7	7	6	7	6	7	6
Castilla-Mancha	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cataluña	16	16	15	16	16	16	16	16	16	16	16	16
Extremadura	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Galicia	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
La Rioja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Madrid	13	13	14	12	13	13	13	13	13	13	13	12
Murcia	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
Navarra	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
P. Vasco	6	5	6	6	5	6	5	5	5	6	6	6
C. Valenciana	10	10	10	10	10	10	10	10	9	10	10	10
Hábitat												
Rural	25	23	24	24	24	24	24	24	23	22	23	26
Urbano	49	51	50	51	51	50	50	51	52	52	50	48
Metropolitano	26	25	26	26	25	25	26	25	25	26	26	27
Movilidad Geográfica												
No Móviles	74	74	72	71	72	72	74	73	72	72	76	75
Móviles	26	26	28	29	28	28	26	27	28	28	24	25

Cuadro 2.2.4.

Indice de Posición Social

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
						%						
Muy Baja	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4
Baja	33	32	32	34	34	36	32	32	30	32	34	32
Media	49	52	52	49	50	46	52	50	52	50	48	49
Alta	14	12	12	13	13	12	12	13	14	13	13	14
Muy Alta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Cuadro 2.2.5.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
						%						
Alta	1	*	*	1	*	*	1	-	*	*	-	*
Media Alta	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	7
Media Media	62	59	58	61	63	61	63	64	62	62	62	80
Media Baja	27	30	29	26	26	28	26	27	26	26	28	9
Baja	5	6	6	5	4	4	4	4	5	6	6	*
NS/NC	2	2	2	3	3	4	2	1	4	2	2	4

Cuadro 2.2.6.

Relación entre algunas Variables Explicativas ASEP.

(En porcentaje)

		EDAD				POSICIÓN SOCIAL			IDEOLOGÍA			STATUS SOCIOECONÓMICO FAMILIAR		
JULIO 2003	**Total Muestra**	**Menos de 30 años**	**30 a 49**	**50 a 64**	**Más de 65**	**Baja**	**Media**	**Alta**	**Izquierda**	**Centro**	**Derecha**	**Alto**	**Medio**	**Medio Bajo/Bajo**
TOTAL	**(1212)**	**23%**	**37**	**19**	**21**	**36**	**49**	**15**	**37**	**25**	**18**	**37**	**46**	**17**
Edad:														
18 a 29 años	(280)	100%	-	-	-	33	61	6	48	23	11	43	47	10
30 a 49 años	(445)	-%	100	-	-	15	53	32	43	23	15	52	42	6
50 a 64 años	(235)	-%	-	100	-	28	59	13	28	28	22	34	46	19
65 y más años	(252)	-%	-	-	100	81	19	*	24	27	30	8	49	43
Posición Social:														
Baja	(428)	22%	15	15	48	100	-	-	31	24	23	10	57	32
Media	(594)	29%	40	23	8	-	100	-	40	26	14	44	45	11
Alta	(189)	8%	75	16	1	-	-	100	42	22	23	77	21	2
Ideología:														
Izquierda	(451)	30%	42	15	13	29	53	17	100	-	-	44	43	13
Centro	(299)	22%	34	22	23	35	51	14	-	100	-	34	50	16
Derecha	(223)	13%	30	23	34	44	37	19	-	-	100	44	39	17
Status Socioeconó mico Familiar:														
Alto, Medio alto	(450)	27%	51	18	4	10	58	32	44	22	22	100	-	-
Medio	(552)	24%	34	20	22	45	48	7	35	27	16	-	100	-
Medio Bajo/Bajo	(209)	13%	13	22	52	66	32	2	27	22	18	-	-	100
Clientes de:														
Bancos	(324)	20%	46	17	17	26	51	22	37	28	17	43	41	15
Cajas	(913)	24%	35	20	21	35	50	15	40	23	18	38	46	16

2.3. INDICADORES DE PERSONALIDAD

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

Para medir la identificación espacial o geográfica, se han utilizado dos indicadores. Todas las investigaciones en España y en otros países coinciden en demostrar que los individuos se identifican en gran medida con su pueblo o ciudad, y esto es aún más cierto en España por la escasa movilidad geográfica a la que ya se ha hecho referencia. Un 38% de los entrevistados este mes se identifican con su pueblo o ciudad (proporción que parece haberse estabilizado estos últimos meses, aunque este mes ha aumentado, estabilizándose en torno al 30-34%), y alrededor de un tercio se identifican con España (este mes es inferior a los que se identifican con su pueblo o ciudad), siendo muy pocos los que se identifican con espacios supranacionales. El sentimiento español-nacionalista es la variable que mejor explica las diferencias de identificación espacial, como cabría esperar, en el sentido de que alrededor de la mitad de los que se consideran sólo españoles o más españoles que nacionalistas se identifican con España, mientras que alrededor de un tercio de los que se consideran sólo nacionalistas o más nacionalistas que españoles se identifican con su Comunidad Autónoma.

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

recuperando la pauta descrita por Cantril para la mayoría de los países, de manera que los españoles vuelven a percibir su situación personal presente, así como la de España, algo mejor que la pasada). La evaluación del futuro es mejor que la del presente respecto al individuo y a España, y la evaluación de España es inferior a la personal en los tres momentos temporales.

Cuadro 2.3.1.

Espacio Geográfico con el que se Siente más Identificado.

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

Cuadro 2.3.2.

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

JULIO 2003	TOTAL	Pueblo o Ciudad	Provincia	Comunidad Autónoma	España	Otros	Ninguno NS/NC
TOTAL	**(1212)**	**38%**	**7**	**18**	**32**	**5**	**1**
Edad:							
18 a 29 años	(280)	38%	9	17	27	7	2
30 a 49 años	(445)	38%	6	19	30	7	*
50 a 64 años	(235)	38%	8	17	33	3	*
65 y más años	(252)	37%	7	18	37	1	-
Posición Social:							
Baja	(428)	41%	7	17	32	2	1
Media	(594)	36%	8	19	31	6	1
Alta	(189)	37%	5	15	32	10	1
Nacionalismo:							
Más nacionalista	(204)	42%	3	41	7	6	1
Tan nac. como esp.	(696)	41%	8	14	33	4	*
Más españoles	(286)	27%	10	11	46	6	*
Clientes de:							
Bancos	(324)	37%	6	20	28	8	1
Cajas	(913)	37%	7	18	33	4	1

Cuadro 2.3.3.

Evaluación de la Situación Personal y de España

JULIO 2003	PERSONAL			ESPAÑA		
	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1año	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1año
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.212)**
			%			
10. Muy bien	3	4	6	1	1	1
9.	5	5	7	1	1	3
8.	14	16	18	8	8	8
7.	21	21	17	13	11	13
6.	27	24	18	23	22	18
5.	22	22	16	31	31	23
4.	5	5	4	10	10	9
3.	2	2	2	7	8	8
2.	*	1	1	3	3	4
1.	*	*	1	2	2	2
0. Muy mal	1	1	1	2	2	2
NS/NC	*	*	10	2	2	12
% Opinan	100	100	90	98	98	88
X Valoración	6,3	6,4	6,6	5,3	5,2	5,3
% Discrepancia	26	26	28	33	35	37

Cuadro 2.3.4.

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

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

Cuadro 2.3.5.

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

JULIO 2003	TOTAL	PERSONAL			ESPAÑA		
		Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año
TOTAL	**(1212)**	**6,3**	**6,4**	**6,6**	**5,3**	**5,2**	**5,3**
Edad:							
18 a 29 años	(280)	6,4	6,7	7,1	5,1	5,0	5,1
30 a 49 años	(445)	6,4	6,4	6,8	5,2	5,1	5,3
50 a 64 años	(235)	6,3	6,2	6,4	5,4	5,4	5,4
65 y más años	(252)	6,2	6,0	6,1	5,5	5,4	5,5
Posición Social:							
Baja	(428)	6,1	6,2	6,4	5,4	5,3	5,4
Media	(594)	6,3	6,3	6,6	5,2	5,1	5,2
Alta	(189)	6,7	6,8	7,1	5,4	5,3	5,4
Ideología:							
Izquierda	(451)	6,4	6,4	6,6	4,8	4,6	4,6
Centro	(299)	6,5	6,6	6,9	5,5	5,5	5,6
Derecha	(223)	6,4	6,4	6,7	6,1	6,1	6,3
Nacionalismo:							
Más nacionalista	(204)	6,2	6,2	6,4	4,9	4,7	4,7
Tan nac, como esp,	(696)	6,4	6,4	6,7	5,3	5,2	5,3
Más españoles	(286)	6,2	6,2	6,5	5,5	5,4	5,6
Práctica Religiosa:							
Alta	(229)	6,1	6,0	6,3	5,7	5,7	5,9
Media	(190)	6,2	6,2	6,3	5,6	5,5	5,6
Baja	(723)	6,4	6,5	6,8	5,0	4,9	5,1
Clientes de:							
Bancos	(324)	6,5	6,5	7,0	5,4	5,3	5,4
Cajas	(913)	6,3	6,3	6,5	5,3	5,1	5,3

3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS

3. Actitudes y Comportamientos Económicos

3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA

Recordatorio Previo

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

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

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

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

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

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

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

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

Pautas Detectadas en los últimos años en relación con la evaluación de la coyuntura económica.

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

- Los entrevistados tienden a creer normalmente que la situación económica futura, tanto de uno mismo como de España en general, será mejor que la actual comparada con la de hace seis meses.

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

- Los que gozan de una mejor situación económica (status socioeconómico alto y que ahorran una parte de lo que ingresan), los que tienen menos responsabilidades en la economía doméstica (menores de 30 años) y los más afines al Gobierno (con ideología de derecha en este caso) son los grupos que cuentan con los índices de sentimiento más altos, es decir los que muestran un optimismo más pronunciado.

La Evaluación de la Coyuntura Económica en Julio 2003

Desde el pasado mes de enero de este año, todos los indicadores del sentimiento económico del consumidor habían conocido una tendencia ascendente ininterrumpida, permitiendo que se recuperaran los niveles que caracterizaban este mismo periodo hace un año.

Todos los acontecimientos expuestos en sondeos anteriores han sido insuficientes para impedir que los españoles perciban que, una cuestión es la política internacional y las disputas entre partidos políticos y otra bien distinta la capacidad y la eficiencia en la gestión económica de los recursos del país y su incidencia sobre la economía particular de quien opina.

Si se analizan los distintos ISC`s, se observa que son prácticamente iguales a los del mes pasado y a los de hace un año en este mismo mes, lo que significaría que la percepción de desgaste o deterioro económico se ha recuperado, al menos para alcanzar el nivel de julio 2002, aunque sin la contundencia suficiente como para experimentar un leve estancamiento durante los 30 últimos días.

Lo que no ha cambiado en ningún caso es el predominio del pesimismo sobre el optimismo, de tal modo que solamente los menores de 30 años y los que ahorran muestran un optimismo levemente superior, superando por lo tanto el nivel de equilibrio 100, cuando son consultados sobre su situación económica particular e relación con la que tenían hace seis meses (ISC=106 e ISC=107 respectivamente). Si se habla de las perspectivas económicas particulares, el predominio del optimismo alcanza también a los de alta posición social y alto status económico familiar, así como a los individuos con ideología de derecha y centro.

Por el contrario, el pesimismo impide alcanzar el nivel de equilibrio a todos los grupos de la muestra cuando se consulta por la situación económica del país, siendo los individuos de derecha (ISC4= 101) los únicos en alcanzar ese nivel al ser preguntados sobre las perspectivas a seis meses vista.

Así se explica que el Indice de optimismo se estabilice en el IO = 96 por tercer mes consecutivo, mientras que el IESE retrocede cinco para quedar en el nivel 82. Pese a ello, los individuos con ideología de derecha optimistas superan muy levemente a los pesimistas situando su IESE particular en el nivel 101, quizás alentados por los resultados de las últimas elecciones municipales y por el fracaso del asalto del PSOE a la Asamblea de Madrid.

Se diría que los españoles han recuperado la esperanza y el optimismo que habían ido acumulando desde el pasado mes de noviembre, primero con el “Prestige” y después con el conflicto de Iraq, retornando a la normalidad y con el entusiasmo renovado de unas elecciones autonómicas y municipales en las que los problemas políticos ha desaparecido, despejado el camino hacia una aparente normalidad económica.

Pese a ello, los segmentos que permanecen por debajo del nivel de equilibrio, sea cual sea el índice estudiado, siguen siendo mayoría, de tal modo que solamente alcanzan este nivel los individuos con ideología de derecha en todos los índices, así como los de menos de 30 años, de alta posición social y los que ahorran.

El ISC1 es de 93, es decir cuatro puntos por encima del nivel de hace un año.

El ISC2 es de 100, es decir dos puntos menos que hace un año.

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

El ISC3 está en el nivel 82, es decir 2 punto superior al registrado en julio de 2002.

El ISC4 que mide la previsión para dentro de seis meses queda establecido en un nivel 88, es decir 1 punto por debajo que hace un año.

El ISC5 queda pues situado en un ISC5= 91, 1 punto por encima que en julio de 2002.

* Como consecuencia de lo anterior, el Indice de Optimismo es del 96, y el Indice de Evaluación de la Situación Económica alcanza el nivel 82, quedando ambos índices por prácticamente igual que hace un año.

Cuadro 3.1.1.

Indices del Sentimiento del Consumidor.

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
ISC-1												
Econ. Person. Presente	89	89	85	85	83	77	85	86	87	91	93	93
ISC-2												
Econ. Person. Futura	102	97	96	100	94	94	94	96	96	99	100	100
ISC-3												
Econ. País Presente	80	75	73	73	65	67	65	65	72	81	85	82
ISC-4												
Econ. País Futura	89	85	82	84	79	84	74	78	83	90	91	88
ISC-5	90	87	84	85	80	80	80	81	85	90	92	91

Cuadro 3.1.2.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total ISC-5	**90**	**87**	**84**	**85**	**80**	**80**	**80**	**81**	**85**	**90**	**92**	**91**
Edad:												
Menos de 30 años	102	95	93	94	90	86	86	88	92	97	100	97
30 a 49 años	90	87	85	86	80	79	78	81	82	90	93	92
50 a 64 años	82	78	76	79	72	77	75	79	83	87	86	90
65 y más años	84	84	79	80	76	80	79	76	81	86	88	83
Posición Social:												
Baja	87	85	83	82	77	78	78	79	81	87	91	88
Media	91	87	84	88	84	80	79	82	86	91	94	92
Alta	95	89	87	85	77	87	83	82	89	96	92	93
Ideología:												
Izquierda	84	82	80	79	76	74	73	74	80	85	86	82
Centro	92	89	90	90	83	87	86	87	86	92	95	96
Derecha	100	99	93	91	90	93	88	90	94	104	105	99
Propensión al ahorro:												
Endeudados	85	78	81	86	73	73	66	75	75	83	85	81
Vive al día	87	83	79	79	78	76	77	76	82	88	88	86
Ahorran	95	92	92	94	84	88	86	90	92	96	99	100
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	95	90	90	91	82	88	83	84	88	96	96	93
Medio	90	86	82	82	82	77	79	81	84	89	90	89
Medio bajo	84	82	82	81	73	76	73	78	80	82	88	90
Bajo	76	75	68	82	58	79	89	70	75	65	99	78
Clientes de:												
Bancos	90	86	85	89	83	83	83	83	88	89	91	93
Cajas	91	86	84	84	81	81	79	81	83	91	93	90

Cuadro 3.1.3.

Situación Económica Actual

Situación Personal Respecto a hace seis meses:

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
	%											
Mejor	9	9	9	10	10	9	10	10	10	10	11	11
Igual	71	70	67	65	64	59	65	66	68	70	70	70
Peor	20	21	24	25	26	32	25	24	23	19	18	18
NS/NC	*	*	*	*	*	-	*	*	*	*	-	*
ISC-1 (Econ. Personal Presente)	89	89	85	85	83	77	85	86	87	91	93	93

Situación del País respecto a hace seis meses:

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
	%											
Mejor	8	6	6	8	6	9	7	8	9	10	11	9
Igual	61	60	57	55	51	45	49	46	49	58	61	62
Peor	28	31	34	35	41	43	42	43	38	29	26	27
NS/NC	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3
ISC-3 (Econ. del País Presente)	80	75	73	73	65	67	65	65	72	81	85	82

Cuadro 3.1.4.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total ISC-1	**89**	**89**	**85**	**85**	**83**	**77**	**85**	**86**	**87**	**91**	**93**	**93**
Edad:												
Menos de 30 años	108	103	101	98	94	87	97	97	98	99	105	106
30 a 49 años	87	89	85	87	85	76	85	88	86	90	94	94
50 a 64 años	79	79	76	79	75	71	77	78	87	89	87	88
65 y más años	80	79	73	72	74	73	77	79	76	86	85	79
Posición Social:												
Baja	82	82	79	76	80	73	77	82	78	86	88	88
Media	92	90	88	90	86	77	87	87	90	91	95	94
Alta	100	100	92	93	80	90	95	93	98	102	99	99
Ideología:												
Izquierda	84	84	85	84	82	73	81	82	85	90	89	87
Centro	89	90	93	87	86	81	92	90	88	89	94	96
Derecha	95	100	92	88	90	88	88	88	91	104	104	96
Propensión al ahorro:												
Endeudados	70	76	78	77	73	64	63	81	70	80	80	73
Viven al día	86	82	78	76	77	71	79	78	83	86	89	86
Ahorran	97	99	95	99	91	91	98	101	99	100	101	107
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	96	94	92	94	87	90	94	90	96	98	101	95
Medio	88	87	84	82	85	71	82	87	83	88	88	93
Medio bajo	82	82	80	78	72	73	72	76	79	85	89	89
Bajo	78	65	61	77	67	72	83	73	79	57	90	64
Clientes:												
Bancos	85	86	85	92	85	81	87	90	93	92	91	94
Cajas	90	89	85	84	84	78	84	86	85	92	94	92

Cuadro 3.1.5.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total ISC-3	**80**	**75**	**73**	**73**	**65**	**67**	**65**	**65**	**72**	**81**	**85**	**82**
Edad:												
Menos de 30 años	88	81	75	78	71	66	66	66	74	82	86	83
30 a 49 años	78	73	74	71	62	63	60	63	67	79	84	82
50 a 64 años	76	71	68	70	59	69	64	67	73	81	83	83
65 y más años	79	77	75	72	68	73	72	65	76	82	87	79
Posición Social:												
Baja	80	74	74	75	63	69	70	65	72	77	84	81
Media	81	78	71	74	70	65	62	66	71	84	87	84
Alta	80	72	76	65	54	67	62	60	74	80	82	77
Ideología:												
Izquierda	70	70	63	59	55	56	53	53	92	71	76	71
Centro	87	80	81	86	73	76	74	77	77	85	88	92
Derecha	96	93	89	80	80	84	83	79	85	104	106	96
Propensión al ahorro:												
Endeudados	84	62	78	75	58	60	56	60	61	77	78	73
Viven al día	78	73	67	68	64	64	65	60	70	79	81	78
Ahorran	83	80	80	80	67	72	65	72	77	85	91	89
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	83	77	77	75	65	70	65	66	72	85	86	80
Medio	81	75	70	72	68	66	63	63	74	79	84	81
Medio bajo	74	74	74	70	61	62	66	70	66	74	85	87
Bajo	71	70	61	82	47	78	89	54	72	73	100	81
Clientes de:												
Bancos	78	75	71	74	65	69	68	66	74	79	84	82
Cajas	81	75	74	72	66	67	64	65	69	82	86	81

Cuadro 3.1.6.

Perspectivas Económicas

Situación Personal dentro de seis meses:

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
	%											
Mejor	12	10	11	13	10	13	11	10	11	10	11	11
Igual	73	73	70	66	70	61	66	69	68	72	74	72
Peor	10	13	14	14	16	19	17	15	15	12	11	11
NS/NC	5	4	5	7	5	7	6	6	6	6	4	6
ISC-2 (Economía Personal Futura)	102	97	96	100	94	94	94	96	96	99	100	100

Situación de España dentro de seis meses:

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
	%											
Mejor	8	8	6	7	7	11	6	8	9	9	10	8
Igual	65	63	60	57	56	50	52	52	55	61	63	64
Peor	19	23	24	24	28	27	32	30	26	19	18	19
NS/NC	9	7	9	12	9	12	10	10	10	11	9	9
ISC-4 (Economía del País Futura)	89	85	82	84	79	84	74	78	83	90	91	88

Cuadro 3.1.7.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total ISC-2	**102**	**97**	**96**	**100**	**94**	**94**	**94**	**96**	**96**	**99**	**100**	**100**
Edad:												
Menos de 30 años	118	107	113	114	106	104	106	109	109	113	113	109
30 a 49 años	104	102	98	103	95	96	96	98	95	101	103	101
50 a 64 años	90	85	85	89	85	86	86	90	93	88	92	99
65 y más años	90	90	84	88	86	86	85	83	88	88	88	88
Posición Social:												
Baja	96	96	93	93	88	87	90	91	90	96	96	95
Media	104	97	98	104	96	96	96	98	99	98	102	101
Alta	111	100	99	102	102	107	100	99	102	109	103	106
Ideología:												
Izquierda	99	95	100	100	96	92	92	92	96	96	97	95
Centro	102	97	99	96	90	98	97	98	96	100	103	102
Derecha	106	103	97	102	99	100	95	101	102	104	104	102
Propensión al Ahorro:												
Endeudado	96	95	96	110	92	88	78	96	90	92	94	96
Vive al día	98	94	91	93	93	90	91	91	93	95	96	96
Ahorran	108	102	104	107	96	101	104	103	104	105	107	107
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	107	102	104	108	98	105	101	100	102	107	107	105
Medio	102	98	94	95	96	90	94	97	95	97	97	99
Medio bajo	95	88	93	97	84	87	80	85	92	88	92	93
Bajo	78	80	75	79	69	78	100	87	82	52	100	77
Clientes de:												
Bancos	106	97	101	104	97	97	99	99	103	96	100	104
Cajas	102	96	96	98	95	94	94	96	96	100	101	99

Cuadro 3.1.8.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total ISC-4	**89**	**85**	**82**	**84**	**79**	**84**	**74**	**78**	**83**	**90**	**91**	**88**
Edad:												
Menos de 30 años	93	89	84	87	86	86	75	79	87	94	94	89
30 a 49 años	90	83	82	83	80	81	72	76	82	90	93	89
50 a 64 años	84	79	77	78	69	82	72	82	79	89	83	88
65 y más años	87	89	85	87	78	88	80	77	86	88	93	86
Posición Social:												
Baja	88	87	85	83	76	83	77	79	83	88	94	87
Media	89	84	80	86	83	84	72	78	83	91	91	89
Alta	91	84	82	79	73	86	74	75	83	94	85	90
Ideología:												
Izquierda	82	80	74	72	72	74	65	68	76	82	84	77
Centro	92	90	88	91	81	92	81	84	84	96	94	97
Derecha	104	98	94	92	93	101	84	93	100	105	106	101
Propensión al ahorro												
Endeudados	88	79	74	82	70	80	65	64	77	82	87	80
Vive al día	86	81	78	80	78	81	74	75	81	90	88	86
Ahorran	92	90	88	90	83	88	76	86	88	92	96	95
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio alto	92	87	86	88	80	88	72	79	84	94	91	92
Medio	89	85	80	81	80	83	76	77	83	90	92	84
Medio Bajo	85	82	81	81	76	80	74	81	85	83	87	92
Bajo	75	85	77	92	48	89	84	68	68	78	105	90
Clientes de												
Bancos	89	84	83	86	83	85	77	77	81	88	90	91
Cajas	90	84	82	84	79	85	74	78	83	92	92	88

Cuadro 3.1.9.

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

Indice de Optimismo

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

Indice de Evaluación de la Situación Económica

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
	%											
Optimistas	11	10	9	10	10	14	9	11	12	13	14	12
Indiferentes	58	56	54	52	48	42	45	43	47	57	60	59
Pesimistas	30	34	37	38	43	44	46	46	41	30	27	30
IESE	81	76	73	73	66	71	63	65	71	83	87	82

Cuadro 3.1.10.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total IO	**96**	**91**	**89**	**90**	**88**	**85**	**88**	**90**	**92**	**96**	**96**	**96**
Edad:												
Menos de 30 años	121	106	112	108	105	100	108	109	110	113	114	114
30 a 49 años	95	94	89	94	89	85	90	93	92	97	98	98
50 a 64 años	81	77	74	76	77	74	76	80	89	86	86	91
65 y más años	82	78	75	74	72	77	75	76	77	86	82	78
Posición Social:												
Baja	88	85	83	80	79	78	81	85	81	92	90	90
Media	100	92	92	96	92	85	90	92	96	95	99	98
Alta	107	101	94	97	94	102	102	98	105	109	103	105
Ideología:												
Izquierda	92	87	94	89	90	84	87	85	91	94	92	90
Centro	96	91	96	89	88	90	95	93	94	95	99	98
Derecha	103	99	91	94	95	94	85	100	100	108	104	100
Propensión Ahorro:												
Endeudado	89	84	88	100	85	80	60	90	74	87	80	89
Vive al Día	92	84	80	79	86	78	82	82	89	91	92	89
Ahorra	103	99	100	102	91	97	104	104	103	104	104	110
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	103	97	97	101	95	99	99	95	102	106	106	101
Medio	95	89	86	85	89	79	86	92	89	93	91	96
Medio bajo	91	83	86	82	72	78	74	77	84	86	89	88
Bajo	75	65	68	79	60	78	77	73	75	42	90	68
Clientes de:												
Bancos	99	89	91	97	91	85	92	95	98	96	94	101
Cajas	97	90	89	88	89	86	88	91	91	96	98	94

Cuadro 3.1.11.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total IESE	**81**	**76**	**73**	**73**	**66**	**71**	**63**	**65**	**71**	**83**	**87**	**82**
Edad:												
Menos de 30 años	87	84	78	76	76	70	64	67	72	87	90	82
30 a 49 años	80	74	71	72	64	67	61	63	67	82	87	82
50 a 64 años	77	67	66	70	58	69	58	67	70	83	80	83
65 y más años	79	78	77	74	66	78	71	63	78	83	90	78
Posición Social:												
Baja	80	75	76	74	64	72	66	64	70	78	89	80
Media	82	77	71	74	72	68	60	66	71	86	87	83
Alta	83	76	71	66	54	73	68	61	74	88	80	82
Ideología:												
Izquierda	71	70	62	57	56	59	51	50	60	71	77	67
Centro	85	84	81	85	74	84	74	78	74	92	91	92
Derecha	102	91	91	84	84	90	76	82	94	107	109	101
Actitud ante el ahorro:												
Endeudado	87	62	75	72	62	67	53	52	62	78	84	73
Vive al día	78	73	66	66	65	68	64	59	70	81	83	78
Ahorran	84	82	80	82	69	75	64	75	75	87	92	90
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	86	79	76	78	68	75	62	66	72	88	87	80
Medio	80	75	70	70	68	70	63	63	72	83	86	81
Medio bajo	78	73	74	69	61	64	63	69	68	75	86	89
Bajo	71	65	68	78	47	89	89	54	61	68	100	81
Clientes de:												
Bancos	82	76	72	74	68	72	67	64	72	83	86	82
Cajas	82	74	73	73	67	72	62	64	69	84	87	81

3.2. PAUTAS DE AHORRO

Recordatorio Previo

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

Pautas Estables de Ahorro

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

- Aproximadamente la mitad de los españoles suele vivir al día, es decir, gastando lo que ganan. Otro diez por ciento vive por encima de sus posibilidades y algo más de un tercio ahorra parte de lo que gana.

- Los individuos de status socioeconómico familiar y posición social más altos tienen una mayor propensión al ahorro, dándose el caso opuesto entre quienes tienen un menor poder adquisitivo, es decir las capas más bajas de la sociedad y los mayores, que dependen de sus pensiones de jubilación.

El IPA ha caído 8 puntos con respecto a hace un año y 3 puntos en relación con el mes de junio, es decir que se sitúa en un IPA= 127, lo que indica que los españoles han visto en la mayor estabilidad económica y política y en el inicio de las vacaciones dos buenos motivos para atreverse a gastarse lo que ganan en mayores proporciones que otros meses, optando por vivir al día, eso sí, evitando un endeudamiento que, en todo caso, afecta a la gran mayoría de las familias españolas, metidas generalmente en la compra de una vivienda. Como se ha dicho en otras ocasiones, si no existe temor a corto plazo,

los españoles reducen su capacidad de ahorro en estos meses estivales al considerar que no es un mes para ahorrar sino para gastar una parte de lo ahorrado a lo largo del año. En esa misma lógica, es normal que aumente la proporción de individuos que reconoce que gasta lo que gana en estas fechas.

Cuadro 3.2.1.

Situación Financiera del Hogar

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
	%											
Me prestan dinero	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	2	2
Gasto mis ahorros	4	3	5	4	4	6	6	4	5	5	5	4
Gasto lo que gano	49	53	51	53	50	56	55	58	59	55	53	58
Ahorro algo	40	36	36	37	40	30	32	33	30	34	36	32
Ahorro bastante	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
NS/NC	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1
IPA	135	131	128	133	134	122	125	129	123	128	130	127

Cuadro 3.2.2.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total IPA	**135**	**131**	**128**	**133**	**134**	**122**	**125**	**129**	**123**	**128**	**130**	**127**
Edad:												
18-29 años	131	131	126	134	132	122	128	129	122	130	130	133
30-49 años	144	140	139	139	141	128	127	135	132	134	135	133
50-64 años	137	127	128	133	129	123	124	132	124	127	129	124
65 y más años	125	119	112	119	129	112	118	115	107	115	122	114
Posición Social:												
Baja	129	122	120	123	125	116	118	120	110	120	121	119
Media	135	134	127	135	136	123	125	130	127	129	132	125
Alta	152	142	160	152	151	138	141	147	137	145	146	154
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	147	146	135	148	144	136	138	138	135	135	140	138
Medio	134	127	132	126	132	119	120	128	117	129	130	124
Medio Bajo	118	111	114	121	123	110	111	117	111	113	108	115
Bajo	107	122	84	108	100	100	122	82	107	79	95	104
Clientes de:												
Bancos	142	139	134	139	137	129	133	134	127	130	132	134
Cajas	135	131	129	134	134	123	126	130	123	130	133	128

3.3. SATISFACCION CON LA VIDA

El Indice de Satisfacción con la calidad de la vida expresa un sentimiento que trasciende la propia situación económica del entrevistado, al intervenir sensaciones más subjetivas como la propia felicidad y las relaciones personales. Por esta misma razón también, el ISCV suele estar sujeto a variaciones insignificantes entre un mes y otro. Así se explica el índice 179 de este mes, 1 punto más que el mes anterior y 3 menos que hace un año, aunque muy por encima del nivel de equilibrio, lo que confirma la estabilidad de dicho indicador. La valoración media alcanza los 3,8 puntos, en línea con lo habitual. Aunque los individuos se quejen de muchas cosas, rechazan admitir que les va mal ante terceros, porque ello implica, en cierto modo, un fracaso personal del que parecen sentirse culpables. Por ello, es frecuente en todos los estudios que la mayor parte de los entrevistados afirme que se siente satisfecho con su vida, que es feliz, que sus relaciones laborales o familiares son buenas, etc., ya que todos esos aspectos de la vida, en cuanto se relacionan muy directamente con su propia persona, parecen ser indicadores de su éxito/fracaso personal. Al evaluar la evolución del ISCV diferenciando a la población según sus características socioeconómicas, puede afirmarse que todos los segmentos de la población muestran un alto grado de satisfacción con su calidad de vida, aunque los de status socioeconómico bajo lo manifiesten en menor medida (ISCV=144).

Posiblemente debido a este alto grado de satisfacción en todos los segmentos resulte difícil descubrir una pauta de relación con algunas de las diferentes variables que se han tomado en consideración, ya que dichas pautas varían bastante de un mes a otro. El grado de satisfacción suele ser mayor cuanto más alto es el status socioeconómico familiar del entrevistado al igual que entre los encuestados más jóvenes, si bien los diferentes valores medios demuestran que existe poca variación entre segmentos en el grado de satisfacción con la calidad de vida.

Cuadro 3.3.1.

Nivel de Satisfacción con la Calidad de Vida

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
						%						
Muy Satisfechos	11	13	10	11	10	7	5	6	5	6	6	5
Satisfechos	77	72	73	75	72	74	77	80	78	78	79	80
Indiferentes	6	8	8	6	10	9	8	8	8	9	9	8
Insatisfechos	5	5	7	6	8	8	8	5	7	6	6	6
Muy Insatisfechos	1	1	1	1	1	1	1	*	1	1	*	1
NS/NC	1	1	1	1	-	2	1	1	1	1	1	1
ISCV	182	178	176	179	172	172	174	181	176	177	178	179
Valoración Media	3,9	3,9	3,8	3,9	3,8	3,8	3,8	3,9	3,8	3,8	3,8	3,8
% Discrepancia	18	19	20	19	21	21	20	17	19	19	18	17

Cuadro 3.3.2.

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

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total ISCV	182	178	176	179	172	172	174	181	176	177	178	179
	(3,9)	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**
Edad:												
Menos de 30 años	186	186	185	186	183	182	182	188	183	186	188	183
	(4,0)	**(4,0)**	**(4,0)**	**(4,0)**	**(4,0)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(4,0)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**
30 a 49 años	183	182	175	182	176	170	176	182	178	177	177	185
	(4,0)	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,9)**
50 a 64 años	179	174	176	179	166	173	163	182	172	173	170	177
	(3,8)	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,9)**	**(3,7)**	**(3,8)**	**(3,7)**	**(3,8)**
65 y más años	175	167	165	167	157	162	171	171	166	171	173	166
	(3,8)	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,6)**	**(3,6)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,6)**	**(3,7)**	**(3,8)**	**(3,7)**
Posición social:												
Baja	178	174	171	175	164	169	167	174	168	174	176	175
	(3,8)	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,8)**	**(3,7)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**
Media	183	180	177	179	178	171	177	184	179	178	179	181
	(3,9)	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**
Alta	186	186	184	192	175	180	180	188	183	177	177	183
	(4,0)	**(4,0)**	**(3,9)**	**(4,0)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,9)**
Ideología:												
Izquierda	179	175	173	177	172	173	172	181	178	176	175	177
	(3,9)	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,7)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**
Centro	184	184	185	185	176	174	180	183	180	182	180	182
	(3,9)	**(4,0)**	**(4,0)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**
Derecha	184	180	186	180	175	180	178	185	177	179	185	180
	(3,9)	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,8)**
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	184	186	187	185	178	182	185	186	184	180	186	183
	(4,0)	**(4,0)**	**(4,0)**	**(4,0)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**
Medio	184	178	177	178	170	170	170	182	174	176	174	180
	(3,9)	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**
Medio bajo	170	164	159	174	167	158	161	173	164	175	169	171
	(3,8)	**(3,7)**	**(3,7)**	**(3,8)**	**(3,7)**	**(3,6)**	**(3,6)**	**(3,8)**	**(3,6)**	**(3,8)**	**(3,7)**	**(3,7)**
Bajo	176	169	148	151	153	166	144	136	168	126	152	144
	(3,8)	**(3,7)**	**(3,5)**	**(3,6)**	**(3,6)**	**(3,7)**	**(3,5)**	**(3,4)**	**(3,6)**	**(3,2)**	**(3,5)**	**(3,4)**
Clientes de:												
Bancos	179	178	178	180	175	179	178	182	179	179	180	180
	(3,9)	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**
Cajas	183	179	177	180	172	172	176	181	176	178	177	180
	(3,9)	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,9)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**	**(3,8)**

3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

Al llegar el mes de julio de 2003, se confirma que la clientela declarada del BBVA sigue duplicando holgadamente a la del SCH, con una diferencia a favor de 7,1 puntos porcentuales.. Ambas entidades han retrocedido levemente en relación con julio de 2003, en contraste con la recuperación de Banesto, la única entidad cuyo resultado progresa.

Clientela declarada por la opinión pública

	Julio 2002	Julio 2003	Dif
La Caixa	17,9%	16,8,%	- 1,1
BBVA	15,6%	14,1%	- 1,5
SCH	7,1%	6,6%	- 0,5
Caja Madrid	10,1%	9,6%	- 0,5
Banesto	1,7%	2,3%	+ 0,6
Popular	2,6%	1,4%	- 1,2

De acuerdo con los datos disponibles desde hace años, y especialmente durante los últimos meses, algo más de un 80 por ciento de los españoles de 18 y más años dicen tener cuenta corriente o libreta de ahorros en algún Banco o Caja de Ahorros, lo que significa una cobertura bastante completa de la población, especialmente cuando se tiene en cuenta que buena parte de la población entre 18 y 30 años no son todavía económicamente (y en muchas ocasiones familiarmente) independientes. La clientela total de Bancos o Cajas ha sido del 93% este mes).

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

Aproximadamente un tercio de los españoles de 18 y más años tienen cuenta corriente o libreta en algún banco (29%) y un 12% de los entrevistados clientes de bancos, lo son también de alguna Caja de Ahorros. En este caso, los segmentos que en mayor proporción son clientes de bancos son los de mayor posición social (41%).

Al analizar la clientela específica de las Cajas de Ahorros (más del doble de la clientela de Bancos), se aprecia que en algunos de los segmentos la proporción de clientes de las Cajas de Ahorro se aproxima al 80%. Además, entre los clientes de Cajas de Ahorro (81%) un 35% son también clientes de algún Banco.

Estos datos indican que los porcentajes de clientes con cuenta en cajas de ahorros y que además tienen cuenta en bancos tiende a disminuir en comparación con los que tuvieron lugar hace un año. Sucede lo mismo entre los clientes específicos de Bancos que lo son también de alguna Caja, lo que no impide seguir afirmando que estos indicadores son muy estables y varían menos de lo que cabría pensar, incluso cuando las condiciones del mercado se ven alteradas por los frecuentes cambios en los tipos de interés, como sucede últimamente.

Finalmente, se presenta a título indicativo la distribución de entrevistados que son clientes de los principales Bancos y Cajas según las instituciones en las que tienen su cuenta o libreta. Como es lógico, la suma de estos porcentajes es superior a la proporción de clientes de Bancos o Cajas, ya que cada entrevistado puede ser cliente de más de una institución financiera. Por otra parte, al tratarse de submuestras muy pequeñas, es lógico que se observen fluctuaciones de un mes a otro, aunque el "ranking" de clientela suele mantenerse con escasas variaciones.

En primer lugar, conviene destacar una vez más que BBVA (14,1%) y La Caixa (16,8%) son las entidades financieras que más clientes están captando en los últimos años, hasta el punto de que La Caixa alcanza la cifra de 16,8%, por delante del 9,6% de Caja Madrid.

La clientela del BBVA supera una vez más a la del Santander Central Hispano. Por su parte, Banesto alcanza el 2,3% y Popular no supera el 1,4%. Por lo que respecta a las Cajas de Ahorro, se han desglosado de forma nominal, debido a la política expansionista que la mayoría de ellas están realizando fuera de su territorio de origen. Así, se puede comprobar que La Caixa y Caja de Madrid tienen una proporción de clientes superior incluso a la de los grandes bancos nacionales, mientras que el resto de cajas reúne un 68,3% de clientes.

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

Cuadro 3.4.1.

Clientela de Instituciones Financieras
(En Porcentajes)

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total Clientes	**90**	**92**	**91**	**90**	**94**	**91**	**90**	**92**	**90**	**93**	**91**	**93**
Edad:												
Menos de 30 años	87	91	87	87	92	90	89	90	88	88	90	93
30 a 49 años	91	93	92	92	95	91	92	96	92	94	92	93
50 a 64 años	88	93	95	89	92	91	92	89	91	95	89	93
65 y más años	91	92	91	90	94	93	89	91	90	94	90	91
Posición Social:												
Baja	89	92	90	89	92	92	90	89	88	92	90	90
Media	90	92	90	90	94	90	91	93	90	92	90	95
Alta	87	94	95	91	94	93	92	96	93	96	96	93
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	91	95	93	92	94	95	93	95	93	96	94	95
Medio	90	92	92	88	95	90	90	91	90	92	90	92
Medio bajo	85	86	88	90	89	90	87	90	85	88	84	89
Bajo	78	100	77	88	80	83	78	86	78	89	71	91

Cuadro 3.4.2.

Clientela de Instituciones Bancarias
(En Porcentajes)

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

Cuadro 3.4.3.

Clientela de Cajas de Ahorro
(En Porcentajes)

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

Cuadro 3.4.4.

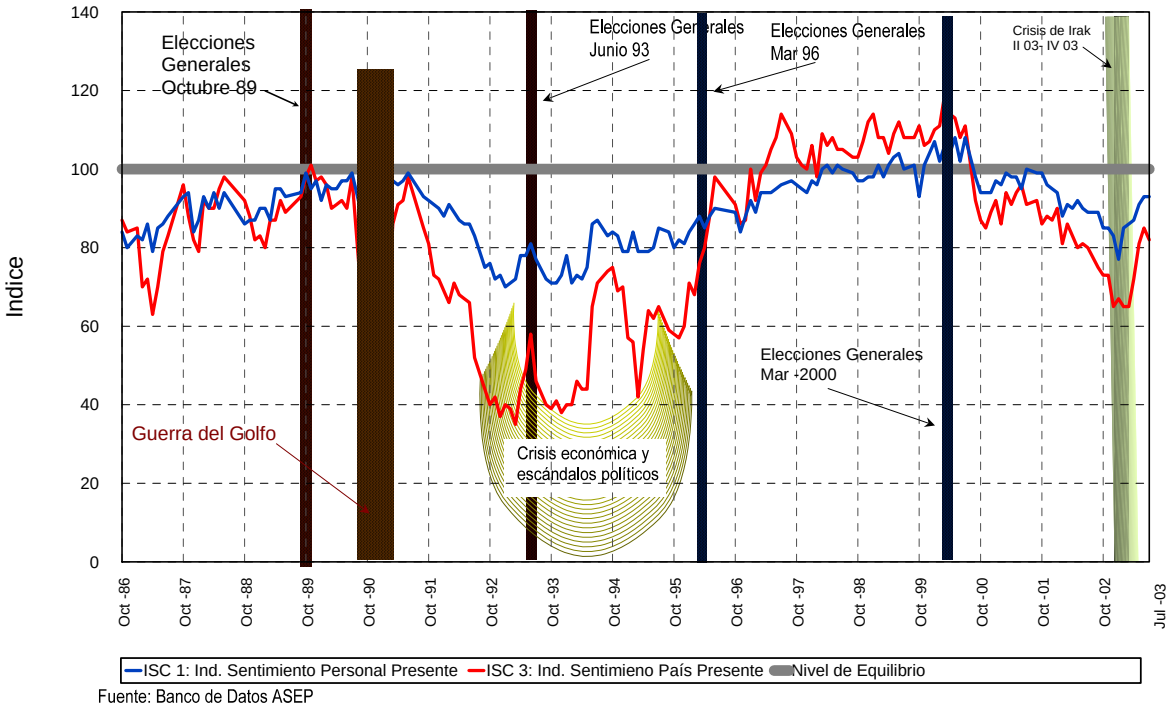
Clientela de Instituciones Financieras por Institución (*)

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

INSTITUCION FINANCIERA	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Base: Tiene C/C o Libreta	**(1.085)**	**(1.118)**	**(1.099)**	**(1.078)**	**(1.133)**	**(1.109)**	**(1.093)**	**(1.114)**	**(1.086)**	**(1.124)**	**(1.101)**	**(1.123)**
SCH	7,1	8,2	9,9	9,7	8,3	7,7	7,4	7,9	6,8	7,2	8,3	6,6
BBVA	15,6	12,3	14,8	15,1	14,0	15,0	15,0	15,8	15,3	14,0	15,6	14,1
Popular	2,6	2,8	2,0	2,0	1,9	2,1	2,1	1,6	1,5	2,0	1,9	1,4
Banesto	1,7	2,4	2,5	2,7	3,9	2,2	2,6	2,6	2,5	3,4	2,5	2,3
Otros Bancos	5,0	6,5	5,6	5,3	5,0	6,2	5,1	5,1	4,6	5,4	5,4	5,7
Caja de Madrid	10,1	11,4	10,4	10,2	7,9	10,2	9,3	8,6	10,3	9,9	10,1	9,6
La Caixa	17,9	13,8	17,6	16,8	15,4	15,7	16,5	15,3	16,1	15,5	16,4	16,8
Caja de Cataluña	3,0	2,4	2,3	2,2	2,5	2,5	2,7	2,0	2,9	2,3	3,1	2,4
Caja de Galicia	3,3	2,8	3,3	3,6	4,4	3,1	5,0	2,0	5,0	4,1	4,6	4,7
Ibercaja	3,3	4,5	3,6	3,7	2,8	3,4	3,0	2,9	3,2	3,2	3,9	3,9
Bancaja	3,0	3,6	3,3	3,4	3,9	2,9	5,0	4,2	2,0	4,3	2,7	2,9
BBK	3,3	2,9	4,0	3,1	3,3	3,6	2,3	2,4	3,5	2,9	3,6	3,3
Caixa Orense	0,4	0,2	0,7	0,4	0,2	0,2	0,5	0,3	-	-	0,5	0,6
Unicaja	4,4	3,0	3,2	4,0	3,0	5,1	3,9	4,0	3,6	3,2	3,1	2,9
Caja Rural	7,1	5,7	6,1	5,7	6,2	7,2	8,0	7,1	8,3	4,7	6,2	5,3
CAM	4,0	3,6	5,1	4,3	4,9	3,8	3,8	4,1	4,5	3,7	4,1	4,9
Caja San Fernando	1,8	1,7	1,4	2,1	2,6	2,1	2,8	1,6	1,7	1,8	2,2	1,2
Caja España	1,6	1,6	0,8	2,8	2,6	2,1	1,5	1,4	2,0	1,5	2,6	2,4
Cajas de Ahorros (Otras)	26,4	29,3	24,0	27,1	27,1	27,6	24,8	27,3	26,9	31,5	23,7	27,0

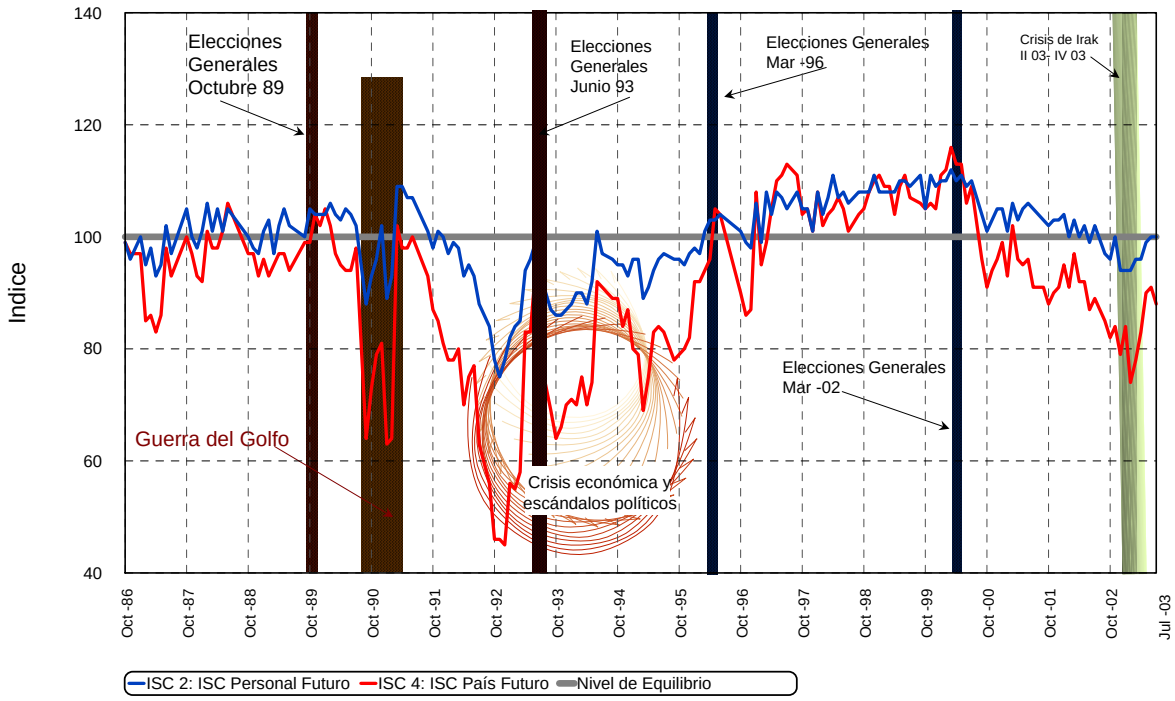
(*) Los porcentajes de clientes de instituciones financieras suman más de cien porque, lógicamente, cada entrevistado podía citar ser cliente de más de un banco o caja.

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



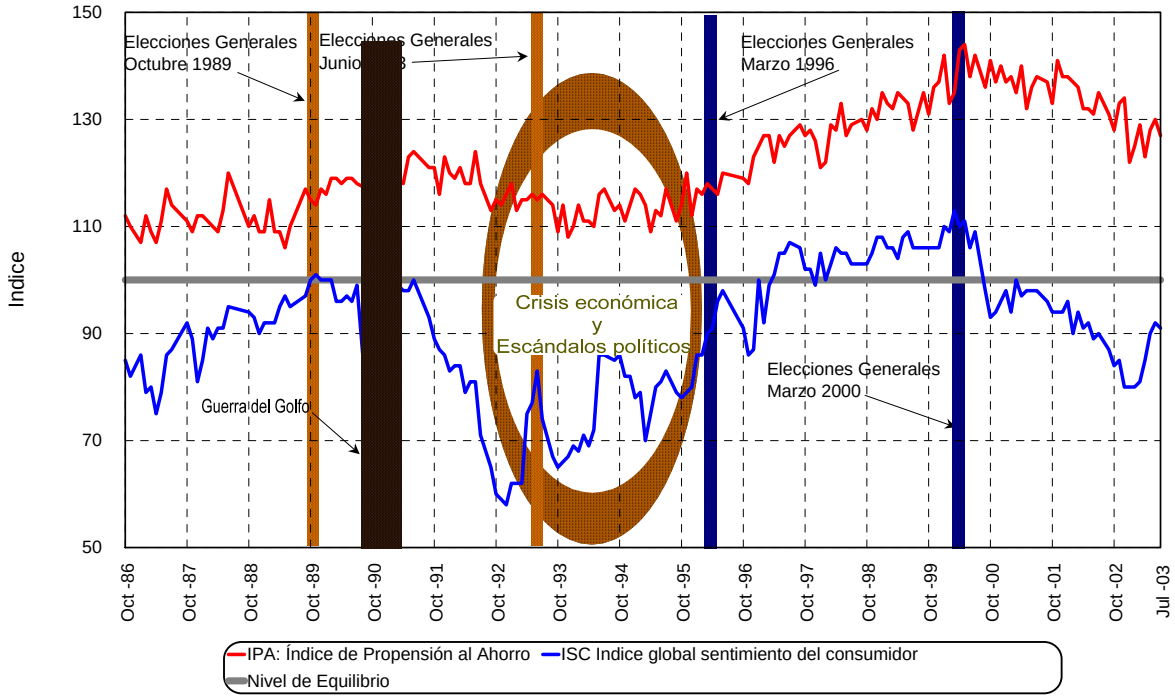
Fuente: Banco de Datos ASEP

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



Fuente: Banco de Datos ASEP

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



Fuente: Banco de Datos ASEP

4. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLITICOS

4. Actitudes y Comportamientos Políticos

4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS

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

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

La distribución global entre izquierda, centro y derecha habitualmente ha mostrado que la izquierda tiene un peso generalmente doble que la derecha, pero similar al de la suma del centro y la derecha, pero desde 1996, ha disminuido el peso de la izquierda, hasta el punto de que el centro y la derecha suelen mostrar, conjuntamente, un peso mayor que la izquierda. Este mes la proporción de personas que se declaran de derecha es del 18%, menos de la mitad que la proporción que se declara de izquierda (37%), y la proporción que se declara de centro es del 25%, de manera que la suma de centro y derecha es este mes seis puntos superior a la izquierda.

La proporción de entrevistados que se autoposiciona en la izquierda vuelve a ser mayoritaria (en términos relativos) en casi todos los segmentos de la población, con la excepción de los que no saben o no contestan lo que votaron en las últimas elecciones, los que no votaron y los que votan a partidos nacionalistas de centro y derecha (que se posicionan principalmente en el centro), y los mayores de 65 años, los de práctica religiosa alta y los votantes del PP (que se posicionan mayoritariamente en la derecha).

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

El "izquierdismo" suele estar positivamente relacionado con la posición social, lo que sugiere que las minorías del "centro social" suelen seguir identificándose con la izquierda, y también con el sentimiento nacionalista. Por el contrario, el "derechismo" está positivamente relacionado con la edad, el sentimiento español y la religiosidad.

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

Otra segunda variable que se ha probado como de gran utilidad discriminatoria es la práctica religiosa, tal y como se autodefine el propio entrevistado. Diferentes investigaciones han demostrado que la autocalificación que el propio individuo hace de su práctica religiosa es más útil como variable explicativo-predictiva que cualquier otro indicador objetivo, especialmente respecto a todos los indicadores de actitudes y comportamientos políticos.

Es evidente que la inmensa mayoría de los españoles siguen considerándose católicos, aunque muchos de ellos se consideren no practicantes. Puesto que alrededor de un 90% de los entrevistados se definen habitualmente como católicos, ha sido necesario buscar otro indicador de práctica religiosa que sirva para diferenciar a los entrevistados en este rasgo, sean o no católicos. Se observa así que entre un 18-23% afirman tener una alta práctica religiosa (19% este mes), mientras que algo más de la mitad afirman practicar poco su religión.

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

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

Se comprueba así que, mientras un 4-7% de los entrevistados se sienten generalmente sólo identificados con su Comunidad Autónoma (se sienten sólo vascos, o andaluces, o gallegos, etc.), entre un 17-26% se sienten sólo españoles (un 12% este mes). Tomando en consideración a quienes se sienten más "nacionalistas" o más "españoles", se observa habitualmente que el sentimiento español supera claramente al nacionalista.

Sin embargo, alrededor de la mitad de los españoles mayores de 18 años (un 57% este mes) afirman generalmente considerarse tan vascos, gallegos, etc. como españoles.

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

Se ha considerado oportuno incluir, como cuarto indicador ideológico, el comportamiento electoral en las últimas elecciones legislativas de marzo de 2000, tal y como los entrevistados lo recuerdan o dicen recordar. Diversas investigaciones han puesto de manifiesto que los individuos parecen "olvidar" haber votado a partidos que obtuvieron un mal resultado en las últimas elecciones y/o tienen mala imagen pública, y por el contrario parecen "apuntarse" a partidos que han obtenido buenos resultados electorales y/o tienen buena imagen.

La importancia de este indicador de "recuerdo de voto" radica en que puede estar señalando las actuales orientaciones hacia los diferentes partidos políticos, y que las diferencias respecto a los resultados reales no son en general producto de error muestral, sino de "errores" intencionados por parte de los entrevistados al contestar. La experiencia ha demostrado, además, que cuando un partido pierde imagen social, su recuerdo de voto suele ser inferior al real, y viceversa.

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

obtenidos. En el Cuadro 4.1.8. se ofrece, para cada partido, la diferencia (en puntos porcentuales y en porcentajes) entre los resultados reales de marzo de 2000 y el voto ahora recordado. En general, la discrepancia entre el voto recordado y los resultados reales suele ser mayor cuanto más tiempo ha pasado desde la celebración de las últimas elecciones.

Además, entre un 10-14% de los entrevistados (un 13% este mes) no suelen contestar lo que votaron en las últimas elecciones, lo que hace suponer que entre ellos están los que faltan como votantes de los diferentes partidos y de los no votantes.

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

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

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

En la segunda lista, los ítems más mencionados como deseables (en las tres menciones) son los de mantener una economía estable, luchar contra la delincuencia y proteger el medio ambiente. No debe dejar de señalarse que entre los tres objetivos más citados este

mes se observa cierto predominio de los objetivos materialistas sobre los postmaterialistas.

Partiendo de estas respuestas se ha clasificado a los entrevistados en materialistas o post-materialistas. Más de cuatro de cada diez españoles pueden ser considerados como post-materialistas, mientras que el resto, posiblemente a causa de no tener suficientemente garantizadas todavía su seguridad personal y económica, pueden ser considerados como de orientación predominantemente materialista.

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

La opinión sobre la pertenencia de España a la Unión Europea se sitúa este mes, en un nivel inferior que el mes pasado, algo por encima del nivel de equilibrio (lo que indica que la proporción de quienes están muy satisfechos es superior que la de quienes no están nada satisfechos), observándose que dos terceras partes de los entrevistados están algo satisfechos. Se observa una gran controversia entre los distintos segmentos sociales y su satisfacción con la pertenencia de España a la Unión Europea, así ningún segmento social se siente insatisfecho con la pertenencia de España a la UE, excepto los votantes de partidos nacionalistas de izquierda.

Por otra parte, alrededor de dos terceras partes de los entrevistados opinan habitualmente que esa pertenencia es más bien beneficiosa para España, para su Comunidad Autónoma y para ellos mismos. Y no hay ningún segmento social que considere que esa pertenencia ha sido más perjudicial que beneficiosa para España, para su Comunidad Autónoma y para ellos.

Cuadro 4.1.1.

Autoposicionamiento Ideológico

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
	%											
Extrema Izquierda	*	1	1	*	*	*	1	1	*	*	1	1
Izquierda	20	18	18	19	22	20	21	23	22	21	27	21
Centro Izquierda	16	18	16	17	18	16	17	18	17	17	14	15
Centro	27	28	23	26	24	24	22	23	24	23	20	25
Centro Derecha	10	8	11	7	10	8	10	9	8	9	10	9
Derecha	6	7	6	5	6	5	6	7	6	8	9	9
Extrema Derecha	*	*	-	*	*	*	*	*	*	-	*	-
NS/NC	21	22	26	25	21	26	23	20	23	22	18	20
Posicionamiento Medio (IPI)	3,5	3,6	3,6	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,4	3,6	3,5	3,6

Cuadro 4.1.2.

Autoposicionamiento Ideológico, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	TOTAL	Izquierda	Centro	Derecha
TOTAL	**(1212)**	**37%**	**25**	**18**
Edad:				
18 a 29 años	(280)	48%	23	11
30 a 49 años	(445)	43%	23	15
50 a 64 años	(235)	28%	28	22
65 y más años	(252)	24%	27	30
Posición Social:				
Baja	(428)	31%	24	23
Media	(594)	40%	26	14
Alta	(189)	42%	22	23
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(450)	44%	22	22
Medio	(552)	35%	27	16
Medio Bajo/Bajo	(209)	27%	22	18
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(204)	51%	22	13
Tan nacionalista como español	(696)	35%	27	17
Más español	(286)	34%	21	26
Práctica Religiosa:				
Alta	(229)	17%	20	37
Media	(190)	20%	33	23
Baja	(723)	48%	25	12
Recuerdo de Voto:				
PP	(317)	6%	30	55
PSOE	(333)	71%	16	4
IU	(59)	90%	3	2
Nacionalista derecha	(54)	33%	46	10
Nacionalista izquierda	(21)	95%	5	-
Otros, en blanco	(39)	49%	20	3
No votó	(233)	26%	28	8
No sabe	(33)	25%	30	6
No contesta	(123)	14%	33	6
Clientes de:				
Bancos	(324)	37%	28	17
Cajas	(913)	40%	23	18

Cuadro 4.1.3.

Práctica Religiosa

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
						%						
Alta	15	16	18	17	17	19	18	17	16	17	18	19
Media	16	16	17	17	17	17	17	17	19	18	17	16
Baja	64	61	59	60	59	58	58	58	56	58	57	60
NS/NC	5	7	7	6	7	6	6	7	9	7	7	6
Media de Práctica Religiosa (IPR)	2,1	2,1	2,2	2,2	2,2	2,3	2,3	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2

Cuadro 4.1.4.

Práctica Religiosa, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	TOTAL	Alta	Media	Baja
TOTAL	**(1212)**	**19%**	**16**	**60**
Edad:				
18 a 29 años	(280)	6%	9	75
30 a 49 años	(445)	10%	14	68
50 a 64 años	(235)	27%	23	47
65 y más años	(252)	41%	18	39
Posición Social:				
Baja	(428)	30%	20	47
Media	(594)	13%	14	66
Alta	(189)	12%	11	68
Ideología:				
Izquierda	(451)	9%	8	76
Centro	(299)	15%	21	59
Derecha	(223)	38%	19	39
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(450)	11%	15	66
Medio	(552)	19%	16	60
Medio Bajo/Bajo	(209)	35%	17	45
Recuerdo de Voto:				
PP	(317)	32%	21	44
PSOE	(333)	14%	14	67
IU	(59)	9%	7	74
Nacionalista derecha	(54)	15%	17	64
Nacionalista izquierda	(21)	5%	-	95
Otros, en blanco	(39)	8%	11	69
No votó	(233)	12%	11	68
No sabe	(33)	27%	39	27
No contesta	(123)	24%	16	55
Clientes de:				
Bancos	(324)	19%	16	57
Cajas	(913)	18%	15	61

Cuadro 4.1.5.

Sentimiento Nacionalista-Español.

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

Cuadro 4.1.6.

Sentimiento Nacionalista-Español, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	TOTAL	Más Nacionalista	Igual	Más Español
TOTAL	**(1212)**	**17%**	**57**	**23**
Edad:				
18 a 29 años	(280)	20%	57	21
30 a 49 años	(445)	16%	58	23
50 a 64 años	(235)	16%	57	26
65 y más años	(252)	15%	58	27
Posición Social:				
Baja	(428)	16%	64	19
Media	(594)	18%	55	25
Alta	(189)	15%	48	31
Ideología:				
Izquierda	(451)	23%	54	22
Centro	(299)	15%	63	20
Derecha	(223)	12%	53	33
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(450)	18%	56	24
Medio	(552)	16%	58	23
Medio Bajo/Bajo	(209)	16%	58	24
Recuerdo de Voto:				
PP	(317)	10%	61	28
PSOE	(333)	14%	60	24
IU	(59)	25%	52	21
Nacionalista derecha	(54)	68%	28	4
Nacionalista izquierda	(21)	42%	53	5
Otros, en blanco	(39)	31%	46	23
No votó	(233)	16%	56	25
No sabe	(33)	9%	72	18
No contesta	(123)	10%	62	24
Clientes de:				
Bancos	(324)	15%	57	26
Cajas	(913)	18%	57	23

Cuadro 4.1.7.

Partido Votado en las Elecciones Generales de 2000.

	Resultados Reales de 2000	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total Electores	**(33.969.640)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
PP	**30,4**	26,1	27,6	27,9	24,5	23,6	25,1	26,6	27,0	24,6	27,0	25,1	26,1
PSOE	**23,3**	27,1	24,8	23,2	26,5	26,4	24,3	27,7	27,9	27,8	27,6	28,2	27,5
IU	**3,7**	4,8	4,1	4,0	2,8	3,5	4,1	3,8	3,3	3,5	4,2	4,0	4,9
Nacionalistas Derecha	**5,5**	5,5	5,1	4,3	4,6	4,5	4,5	5,0	4,6	5,2	4,1	5,1	4,5
Nacionalistas Izquierda	**2,1**	1,8	1,7	1,0	2,0	2,1	2,1	1,6	1,8	2,3	0,8	2,7	1,7
Otros	**3,7**	3,0	3,6	3,0	4,7	4,9	3,8	4,4	4,4	3,6	3,9	3,0	3,2
No Votó	**31,3**	19,6	21,1	23,9	21,4	22,8	22,2	18,3	18,0	18,7	19,3	19,1	19,2
NS/NC	**-**	12,1	12,0	12,7	13,5	12,2	13,9	12,6	13,0	14,3	13,1	12,8	12,9

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

Cuadro 4.1.8.

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

	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Diferencias en puntos Porcentuales:											
PP	-2,8	-2,5	-5,9	-6,8	-5,3	-3,8	-3,4	-5,8	-3,4	-5,3	-4,3
PSOE	+1,5	-0,1	+3,2	+3,1	+1,0	+4,4	+4,6	+4,5	+4,3	+4,9	+4,2
IU	+0,4	+0,3	-0,9	-0,2	+0,4	+0,1	-0,4	-0,2	+0,5	+0,3	+1,2
Nacionalistas Derecha	-0,4	-1,2	-0,9	-1,0	-1,0	-0,5	-0,9	-0,3	-1,4	-0,4	-1,0
Nacionalistas Izquierda	-0,4	-1,1	-0,1	0	0	-0,5	-0,3	+0,2	-1,3	+0,6	-0,4
Otros	-0,1	-0,7	+1,0	+1,2	+0,1	+0,7	+0,7	-0,1	+0,2	-0,7	-0,5
No Votó	-10,2	-7,4	-9,9	-8,5	-9,1	-13,0	-13,3	-12,6	-12,0	-12,2	-12,1
NS/NC	+12,0	+12,7	+13,5	+12,2	+13,9	+12,6	+13,0	+14,3	+13,1	+12,8	+12,9
Indice de Discrepancia	13,9	13,0	17,7	16,5	15,4	17,8	18,3	19,0	18,1	18,6	18,3
Diferencias en porcentajes respecto a 1996 y a 2000:											
PP	-9	-8	-19	-22	-17	-12	-11	-19	-11	-17	-14
PSOE	+6	-1	+14	+13	+4	+19	+20	+19	+18	+21	+18
IU	+11	+8	-24	-5	+11	+3	-11	-5	+14	+8	+32
Nacionalistas Derecha	-7	-22	-16	-18	-18	-9	-16	-5	-25	-7	-18
Nacionalistas Izquierda	-19	-52	-5	0	0	-24	-14	+10	-62	+29	-19
Otros	-3	-19	+27	+32	+3	+19	+19	-3	+5	-19	-14
No Votó	-33	-24	-32	-27	-29	-42	-42	-40	-38	-39	-39

Cuadro 4.1.9.

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

1ª LISTA DE OBJETIVOS			
JULIO 2003	**1 ª Mención**	**1ª y 2ª Mención**	**Ultima Mención**
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.212)**
		%	
- Mantener el orden en la nación.....	25	42	18
* - Dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas.....	23	50	19
- Luchar contra la subida de los precios.....	35	66	17
* - Proteger la libertad de expresión.	17	38	21
- Ninguno.....	-	*	15
- NS/NC.....	1	1	11

2ª LISTA DE OBJETIVOS			
JULIO 2003	**1ª Mención**	**1ª, 2ª y 3ª Mención**	**Penúltima o Ultima Mención**
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.212)**
		%	
- Mantener un alto nivel de crecimiento económico.....	14	32	18
- Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España.....	3	12	38
*- 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.....	19	45	13
*- Proteger el medio ambiente.....	11	46	12
- Mantener una economía estable.....	20	56	12
- Luchar contra la delincuencia.....	20	52	13
*- Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana.....	9	34	22
*- Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero.....	3	17	24
- Ninguno.....	*	*	13
- NS/NC.....	1	1	10

*** Items de carácter postmaterialista**.

Cuadro 4.1.10.

Porcentaje de Post-Materialistas, según Características Socioeconómicas

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

Cuadro 4.1.11.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
						%						
Muy Satisfecho	18	18	17	19	18	18	17	21	23	22	22	20
Algo Satisfecho	68	67	68	72	69	66	69	68	63	69	66	69
Nada Satisfecho	8	7	6	6	9	9	8	6	7	6	5	7
NS/NC	6	8	8	4	4	7	6	5	8	4	6	4
ISUE	110	111	110	113	108	109	110	115	116	116	117	114

Cuadro 4.1.12.

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

JULIO 2003	Total	Muy Satisfecho	Algo Satisfecho	Nada Satisfecho	Ns/Nc	INDICE
TOTAL	**(1212)**	**20%**	**69**	**7**	**4**	**114**
Edad:						
18 a 29 años	(280)	24%	70	4	2	120
30 a 49 años	(445)	20%	68	10	2	110
50 a 64 años	(235)	20%	70	5	5	115
65 y más años	(252)	17%	68	5	10	112
Posición Social:						
Baja	(428)	17%	70	6	7	110
Media	(594)	21%	69	7	3	113
Alta	(189)	27%	66	6	1	122
Ideología:						
Izquierda	(451)	17%	73	8	2	109
Centro	(299)	24%	66	4	5	119
Derecha	(223)	26%	66	6	2	120
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(450)	22%	70	7	2	115
Medio	(552)	21%	68	7	4	113
Medio Bajo/Bajo	(209)	16%	68	6	10	111
Nacionalismo:						
Más nacionalista	(204)	16%	72	10	2	106
Tan nacionalista como español	(696)	22%	66	7	4	115
Más español	(286)	19%	73	3	5	116
Práctica Religiosa:						
Alta	(229)	26%	60	8	6	118
Media	(190)	20%	73	3	4	117
Baja	(723)	18%	72	7	3	111
Recuerdo de Voto:						
PP	(317)	27%	65	5	3	123
PSOE	(333)	20%	73	5	2	115
IU	(59)	17%	71	9	3	108
Nacionalista derecha	(54)	12%	81	5	2	106
Nacionalista izquierda	(21)	5%	47	48	-	57
Otros, en blanco	(39)	18%	69	8	5	110
No votó	(233)	18%	70	7	5	111
No sabe	(33)	22%	57	6	15	115
No contesta	(123)	19%	65	9	7	110
Clientes de:						
Bancos	(324)	21%	72	6	1	116
Cajas	(913)	20%	69	7	4	113

Cuadro 4.1.13.

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

ESPAÑA

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
	%											
Muy beneficioso	18	17	16	21	17	17	18	18	17	22	20	17
Algo beneficioso	65	66	68	64	66	62	67	67	64	67	66	68
Algo perjudicial	8	8	6	7	10	9	7	6	8	6	5	5
Muy perjudicial	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2
NS/NC	7	8	9	7	5	9	6	7	10	4	9	8
IBUE	173	173	177	176	171	167	176	177	172	182	179	179

COMUNIDAD AUTONOMA

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
	%											
Muy beneficioso	17	17	15	19	16	16	16	17	17	21	19	16
Algo beneficioso	65	64	67	63	65	60	65	66	62	67	64	65
Algo perjudicial	8	9	6	8	11	10	8	7	9	6	6	8
Muy perjudicial	3	2	2	3	2	3	3	2	1	1	1	2
NS/NC	7	9	10	7	6	11	7	8	11	5	10	8
IBCA	171	170	173	172	168	164	170	173	169	181	177	171

ENTREVISTADO

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
	%											
Muy beneficioso	15	14	13	16	15	14	14	14	14	18	17	14
Algo beneficioso	63	63	62	60	63	59	63	62	61	66	62	63
Algo perjudicial	7	8	7	8	10	10	8	7	9	6	6	7
Muy perjudicial	3	2	2	3	2	4	3	3	2	1	1	2
NS/NC	12	13	16	13	10	14	12	14	15	9	14	14
IBENT	167	167	166	164	165	160	165	167	165	177	172	166

Cuadro 4.1.14.

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

JULIO 2003	Total	ESPAÑA	CCAA	ENTREVISTADO
TOTAL	**(1212)**	**179**	**171**	**166**
Edad:				
18 a 29 años	(280)	183	172	166
30 a 49 años	(445)	182	173	171
50 a 64 años	(235)	174	168	166
65 y más años	(252)	173	167	160
Posición Social:				
Baja	(428)	172	164	156
Media	(594)	181	173	168
Alta	(189)	189	178	184
Ideología:				
Izquierda	(451)	179	168	167
Centro	(299)	182	179	171
Derecha	(223)	183	169	168
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(450)	186	172	172
Medio	(552)	176	169	164
Medio Bajo/Bajo	(209)	170	170	161
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(204)	177	166	162
Tan nacionalista como español	(696)	178	173	166
Más español	(286)	182	169	169
Práctica Religiosa:				
Alta	(229)	172	164	156
Media	(190)	181	176	171
Baja	(723)	180	171	168
Recuerdo de Voto:				
PP	(317)	184	174	169
PSOE	(333)	180	169	169
IU	(59)	172	165	161
Nacionalista derecha	(54)	196	182	189
Nacionalista izquierda	(21)	137	137	123
Otros, en blanco	(39)	180	174	175
No votó	(233)	180	174	163
No sabe	(33)	170	164	167
No contesta	(123)	166	165	158
Clientes de:				
Bancos	(324)	184	174	175
Cajas	(913)	178	170	166

4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES

La imagen pública es un concepto que se utiliza aquí para referirse a la actitud, positiva o negativa, que la opinión pública tiene en un momento determinado respecto a diferentes "objetos" sociales (individuos, grupos, instituciones, etc.), y que está, o puede estar, basada en un conjunto de elementos objetivos y subjetivos de los que los propios individuos pueden no ser conscientes.

Todas las teorías sobre la formación y el cambio de actitudes sociales han puesto de relieve que, para que pueda haber evaluación de un "objeto" social, es condición indispensable que previamente exista información (conocimiento), sobre la existencia de dicho "objeto". En el Cuadro 4.2.1. se aprecia que el conocimiento de las instituciones incluidas este mes es unánimemente alto.

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

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

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

El grado de conocimiento de la institución o grupo se mide aquí por el porcentaje de entrevistados que opinan sobre ellos (sobreentendiendo que quienes no les valoran es que, o no les conocen en absoluto, o no les conocen lo suficiente como para opinar). La

valoración se mide mediante la media aritmética de puntuaciones, entre 0 y 10 (siendo 0 la peor calificación y 10 la mejor), asignadas por los entrevistados a cada institución o grupo social. Y la dispersión opinática (o grado de controversia respecto a su imagen) se mide por la desviación standard como porcentaje respecto a la media aritmética.

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

- El porcentaje de españoles que opinan sobre las diferentes instituciones es en general muy alto, alrededor del 95% en todos los casos este mes, lo cual es un buen indicador de integración política e identificación con el sistema, ya que significa que casi la totalidad de la población española se siente suficientemente capacitada e interesada como para opinar sobre las instituciones y grupos políticos y sociales fundamentales.

- La valoración de las instituciones citadas es también, en general, bastante aceptable, puesto que, si se utiliza 6,0 puntos como límite para diferenciar entre una valoración alta o media, y 4,5 como límite entre una valoración media y baja, se comprueba que este mes ningún grupo social ha sido valorado por debajo de los 4,5.

- La valoración de las cuatro instituciones fijas este mes es similar a la del mes anterior, de manera que el ranking de este mes es el siguiente: la Cruz Roja (7,4 puntos en una escala de 0 10 puntos), la ONCE (7,3 puntos), Cáritas (7,0 puntos), la Corona (6,5 puntos), las Fuerzas Armadas (5,4 puntos), los Bancos (4,9 puntos) y el Gobierno de la Nación (4,5 puntos). Por comparación con las valoraciones que estas instituciones recibieron en meses pasados, se observa unas puntuaciones similares en la valoración de todas ellas, lo que sugiere una fuerte estabilidad de la opinión pública en lo que respecta a su actitud hacia estas instituciones.

- En cuanto a la diversidad opinática, y tomando el 65% de desviación respecto a la valoración media como límite entre un grado de controversia alto o medio, y 50% como límite entre un grado de controversia medio y bajo, se observa que ninguna institución tiene una imagen realmente controvertida.

Los datos relativos a los tres indicadores de imagen demuestran que, aun estando relacionados entre sí, constituyen tres dimensiones de la imagen diferentes.

Así, en los Cuadros 4.2.5. a 4.2.7. se han clasificado las instituciones por las que se ha preguntado durante el último año, tomando las dimensiones de dos en dos, lo que permite relacionar entre sí los tres indicadores de imagen de forma muy gráfica.

En cuanto a las diferencias de valoración asignadas a las instituciones y grupos sociales incluidas en este sondeo mensual por los diferentes segmentos de la población, cabe subrayar varios aspectos:

- La edad tiene cierta relación con la valoración de instituciones y grupos, aunque esa relación no es siempre igual, dependiendo en gran medida de la institución valorada. En efecto, se observa que, en líneas generales, cuanto más alta es la edad, más alta es la valoración promedio asignada a casi todas las instituciones fijas.

- La posición social sí parece constituir un buen instrumento explicativo predictivo. En efecto, se observa una pauta bastante regular en el sentido de que la valoración suele ser más baja cuanto más alta es la posición social. En general, por tanto, el "centro social" es más crítico que la "periferia" respecto a la valoración de instituciones y grupos sociales.

- La ideología ofrece pautas muy dispares para las diferentes instituciones, lo que significa que esta variable lleva a los entrevistados a discriminar más minuciosamente entre institución e institución. Aunque este mes, se observa que la valoración de todas las instituciones es más alta entre los de derecha y más baja entre los de izquierda, para todos las instituciones.

En los Cuadros 4.2.9. a 4.2.11. se han ordenado las instituciones y grupos sociales por los que se ha preguntado durante el último año en cada una de las tres dimensiones de la imagen, de mayor a menor grado de notoriedad, de mayor a menor valoración, y de menor a mayor grado de desviación opinática (imagen controvertida).

Todos los meses se incluyen las diferentes instituciones por las que se pregunta, de forma que siempre se obtienen tres rankings acumulados de doce sondeos, lo que permite tener una visión más amplia de la imagen que los españoles tienen de las diferentes instituciones y grupos sociales a lo largo de un año. Los rankings no parecen requerir mayor explicación.

Puesto que habitualmente se ha utilizado un índice para medir el grado de satisfacción con el Gobierno, y teniendo en cuenta que en otros tiempos era frecuente oír que la insatisfacción con el Gobierno representaba insatisfacción con la democracia, o que la crítica al Gobierno era una crítica a la democracia, ASEP inició en octubre de 1.988 la elaboración de un índice de satisfacción con el funcionamiento de la Democracia, para comprobar hasta qué punto estas suposiciones eran o no ciertas.

Se observa que la mayoría de los entrevistados se sienten satisfechos o muy satisfechos con el funcionamiento de la democracia en España, y sólo un 20% se consideran este mes insatisfechos o muy insatisfechos. El índice se calcula mediante la diferencia entre los satisfechos y los insatisfechos (sumando 100 para estandarizar), por lo que 100 se considera el nivel de equilibrio. El nivel de satisfacción de este mes es superior que el mes pasado. Además, la satisfacción con el funcionamiento de la democracia parece ser una cuestión poco controvertida.

Puesto que ya se examinó la relación entre este Indice y los otros indicadores del Sistema, sólo se presentan algunas otras especificaciones interesantes. Así, se comprueba que los de centro y los de derecha están más satisfechos con el funcionamiento de la democracia que los de izquierda, y los votantes del PP están más satisfechos que los del PSOE. En general, la satisfacción con el funcionamiento de la democracia no muestra pautas de relación muy estables con otros indicadores.

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

El ISG, este mes, se sitúa en el nivel de equilibrio, lo que equivale a una proporción igual de insatisfechos que de satisfechos. El índice de Satisfacción con el Gobierno de este mes es superior respecto al mes pasado y es similar respecto al valor de hace un año, auque es el más alto de los últimos 9 meses.

Este mes el 42% de los españoles están satisfechos (en mayor o menor medida) con la labor que realiza el Gobierno, y el 42% están insatisfechos.

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

Aparte de esas relaciones, cabe resaltar que sólo unos pocos segmentos sociales se muestran este mes algo satisfechos con el Gobierno, concretamente los entrevistados de más edad, los de posición social baja y alta, los de centro y derecha, los de status socioeconómico familiar bajo y los votantes del PP, que parecen realmente satisfechos con el Gobierno.

Cuadro 4.2.1.

Conocimiento de Instituciones y Grupos Sociales (% que conocen)

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

Cuadro 4.2.2.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
- Las Fuerzas Armadas	96	95	97	93	95	91	93	91	91	93	94	96
- Los Bancos	97	96	98	95	97	94	95	92	93	94	94	96
- El Gobierno de la Nación	97	97	97	97	97	96	96	95	94	94	94	97
- La Corona	98	97	97	97	97	95	96	95	93	96	95	98
- Los Jueces	-	-	-	-	-	-	92	-	-	-	-	-
- El Tribunal Constitucional	-	-	-	-	-	-	86	-	-	-	84	-
- El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	-	86	-	-	-	-	-
- La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	63	-	-	-	-
- CCOO	-	-	-	-	-	-	-	78	-	-	-	-
- UGT	-	-	-	-	-	-	-	82	-	-	-	-
- Los Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92	-
- El Defensor del Pueblo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	86	-
- El Senado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	87	-
- El Congreso de Diputados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	88	-
- Los Sindicatos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91	-
- La Iglesia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	86	-
- Su Ayuntamiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95	-
- La ONCE	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	97
- Cáritas	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	96
- La Cruz Roja	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	97
- La Policía Nacional	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Guardia Civil	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	96	-	-	-	-	-	90	-	-	-
- La Universidad	-	-	-	93	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	97	-	-	-	-	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	96	-	-	-	-	-	-	-
- La Unión Europea	-	94	-	-	-	92	-	94	-	92	-	-
- La OTAN	-	-	-	-	-	87	-	-	-	89	-	-
- La ONU	-	-	-	-	-	88	-	-	-	89	-	-
- La Administración Pública del Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	90	-	-	-
- La Sanidad Pública	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	82	-	-	-	-	-
- Los Periodistas	-	-	-	95	-	-	-	-	-	-	-	-
- Estados Unidos	-	94	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Marruecos	-	92	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Autonómica	-	-	-	-	-	-	-	-	91	-	-	-
- La Administración Local	-	-	-	-	-	-	-	-	94	-	-	-

Cuadro 4.2.3.

Imagen de Instituciones y Grupos Sociales (Valoración media)

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

Cuadro 4.2.4.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
- Las Fuerzas Armadas	46	45	42	41	49	47	48	46	49	48	45	48
- Los Bancos	45	45	44	39	43	47	49	42	43	43	42	45
- El Gobierno de la Nación	54	53	56	52	63	60	69	72	75	63	60	62
- La Corona	43	44	42	43	44	44	45	42	45	42	44	44
- Los Jueces	-	-	-	-	-	-	51	-	-	-	-	-
- El Tribunal Constitucional	-	-	-	-	-	-	48	-	-	-	37	-
- El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	-	47	-	-	-	-	-
- La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	40	-	-	-	-
- CCOO	-	-	-	-	-	-	-	44	-	-	-	-
- UGT	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-	-	-
- Los Partidos Políticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50	-
- El Defensor del Pueblo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	38	-
- El Senado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-
- El Congreso de los Diputados	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	41	-
- Los Sindicatos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46	-
- La Iglesia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	55	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	-
- Su Ayuntamiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	42	-
- La ONCE	30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	28
- Cáritas	32	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32
- La Cruz Roja	28	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27
- La Policía Nacional	-	-	39	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Guardia Civil	-	-	42	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	50	-	-	-	-	-	53	-	-	-
- La Universidad	-	-	-	30	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	60	-	-	-	-	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	31	-	-	-	-	-	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-	-	-
- La Unión Europea	-	30	-	-	-	33	-	34	-	30	-	-
- La OTAN	-	-	-	-	-	50	-	-	-	46	-	-
- La ONU	-	-	-	-	-	40	-	-	-	38	-	-
- La Administración Pública del Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	49	-	-	-
- La Sanidad Pública	-	-	-	36	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	49	-	-	-	-	-
- Los Periodistas	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-	-
- Estados Unidos	-	55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Marruecos	-	67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Autonómica	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-	-	-
- La Administración Local	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-	-

Cuadro 4.2.5.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales.

JULIO 2002 – JULIO 2003

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

Cuadro 4.2.6.

Conocimiento e Imagen Controvertida de Instituciones y Grupos Sociales

JULIO 2002 - JULIO 2003

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

Cuadro 4.2.7.

Valoración e Imagen Controvertida de Instituciones y Grupos Sociales

JULIO 2002 - JULIO 2003

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

Cuadro 4.2.8.

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

JULIO 2003	Total	La ONCE	Cáritas	Fuerzas Armadas	Los Bancos	La Cruz Roja	El Gobierno de la Nación	La Corona
TOTAL	**(1212)**	**7,3**	**7,0**	**5,4**	**4,9**	**7,4**	**4,5**	**6,5**
Edad:								
18 a 29 años	(280)	7,3	7,1	5,1	5,1	7,6	4,0	5,8
30 a 49 años	(445)	7,3	6,9	5,3	4,8	7,3	4,2	6,1
50 a 64 años	(235)	7,1	6,9	5,5	4,9	7,2	5,0	6,9
65 y más años	(252)	7,3	7,4	6,1	5,1	7,7	5,2	7,4
Posición Social:								
Baja	(428)	7,4	7,3	5,7	5,0	7,5	4,8	7,0
Media	(594)	7,2	6,9	5,4	5,0	7,4	4,4	6,4
Alta	(189)	7,1	6,9	5,0	4,5	7,1	4,3	5,6
Ideología:								
Izquierda	(451)	7,2	6,8	4,7	4,6	7,3	3,1	5,5
Centro	(299)	7,4	7,1	5,9	5,1	7,6	5,2	7,1
Derecha	(223)	7,5	7,4	6,2	5,3	7,5	6,5	7,5
Status Socioeconómico Familiar:								
Alto, Medio alto	(450)	7,3	7,1	5,3	4,9	7,4	4,4	6,2
Medio	(552)	7,2	7,0	5,4	4,9	7,4	4,5	6,5
Medio Bajo/Bajo	(209)	7,2	7,0	5,8	5,2	7,5	4,8	6,8
Recuerdo de Voto:								
PP	(317)	7,6	7,3	6,3	5,2	7,6	6,5	7,6
PSOE	(333)	7,4	7,1	5,3	4,9	7,4	3,5	6,4
IU	(59)	6,8	6,9	4,1	4,0	7,5	2,7	4,9
Nacionalistas derecha	(54)	6,8	6,6	4,1	4,8	7,1	3,8	5,1
Nacionalistas izquierda	(21)	5,8	5,7	4,0	4,6	5,9	2,5	3,3
Otros, en blanco	(39)	6,7	6,7	4,8	4,5	7,0	3,5	4,8
No votó	(233)	7,2	7,0	5,3	4,8	7,4	4,2	6,0
No sabe	(33)	7,6	7,2	6,3	4,7	7,6	4,5	8,0
No contesta	(123)	7,0	7,0	5,6	5,3	7,4	4,6	6,6
Clientes de:								
Bancos	(324)	7,3	7,1	5,4	4,9	7,4	4,5	6,4
Cajas	(913)	7,2	7,0	5,4	4,9	7,4	4,5	6,5

Cuadro 4.2.9.

Ranking de Notoriedad

JULIO 2002 - JULIO 2003

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

Cuadro 4.2.10.

Ranking de Valoración

JULIO 2002 – JULIO 2003

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

Cuadro 4.2.11.
Ranking de Dispersión Opinática

JULIO 2002 - JULIO 2003

	% Dispersión Opinática (s/x) 100
1. La Cruz Roja	28
2. La ONCE	29
3. La Universidad	30
4. Los Médicos	31
5. La Unión Europea	31
6. Cáritas	32
7. La Constitución	36
8. La Sanidad Pública	36
9. Los Periodistas	37
10. El Defensor del Pueblo	38
11. La Policía Nacional	39
12. La ONU	39
13. La CEOE	40
14. La Administración Autonómica	40
15. El Senado	40
16. El Congreso de los Diputados	41
17. El Tribunal Constitucional	42
18. La Guardia Civil	42
19. Su Ayuntamiento	42
20. La Corona	44
21. CCOO	44
22. Los Bancos	44
23. Las Organizaciones Empresariales	44
24. UGT	45
25. La Administración Local	45
26. Las Fuerzas Armadas	46
27. Los Sindicatos	46
28. El Tribunal Supremo	47
29. La OTAN	48
30. La Administración Pública del Estado	49
31. El Consejo General del Poder Judicial	49
32. Los Partidos Políticos	50
33. Los Jueces	51
34. Los Tribunales de Justicia	52
35. Estados Unidos	55
36. La Iglesia	55
37. Los Políticos	60
38. El Gobierno de la Nación	62
39. Marruecos	67

Cuadro 4.2.12.

Grado de Satisfacción con el Funcionamiento de la Democracia en España

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
	%											
Muy Satisfecho	3	4	4	5	2	3	4	3	2	3	3	3
Satisfecho	62	63	60	66	60	61	53	60	48	54	55	60
Indiferente	15	16	17	11	15	16	15	14	15	14	18	15
Insatisfecho	17	14	14	14	18	15	21	20	27	24	20	17
Muy Insatisfecho	2	2	2	2	3	3	6	3	4	4	2	3
NS/NC	2	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1	1
ISD	147	151	147	156	141	146	130	140	119	128	136	143
% Opinan	98	99	98	99	98	99	98	99	97	99	99	99
Valoración Media	3,5	3,5	3,5	3,6	3,4	3,4	3,3	3,4	3,2	3,2	3,4	3,4
% Discrepancia	26	26	26	25	28	27	32	28	33	32	28	28

Cuadro 4.2.13.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total ISD	**147**	**151**	**147**	**156**	**141**	**146**	**130**	**140**	**119**	**128**	**136**	**143**
Edad												
18 a 29 años	138	145	138	146	137	138	115	129	107	115	131	127
30 a 49 años	149	149	150	158	144	142	126	140	115	129	135	146
50 a 64 años	151	155	147	158	139	152	140	152	121	131	139	145
65 y más años	154	156	156	162	144	153	142	138	138	136	140	151
Posición Social												
Baja	151	151	148	158	140	150	136	138	128	126	139	145
Media	143	149	146	152	142	139	123	139	114	130	134	137
Alta	154	154	152	161	139	153	139	143	117	124	133	156
Ideología												
Izquierda	128	134	139	143	127	134	112	123	99	104	115	126
Centro	161	170	162	171	160	164	142	159	131	143	145	159
Derecha	173	173	175	173	155	165	164	169	161	168	173	169
Status Socioeconómico Familiar												
Alto	151	158	153	163	146	151	129	147	117	132	143	151
Medio	148	150	144	152	141	144	129	133	122	128	134	139
Medio bajo	139	134	149	146	132	140	132	142	113	121	124	133
Bajo	136	166	132	166	126	151	145	145	150	74	128	140
Recuerdo de Voto												
PP	179	171	171	180	161	166	164	169	153	163	174	170
PSOE	138	148	148	158	141	144	124	137	117	115	127	138
IU	136	98	144	143	122	112	132	138	102	94	111	113
Nac. Derecha	127	136	140	146	130	128	110	116	82	103	108	97
Nac. Izquierda	93	71	66	101	66	92	53	41	60	78	82	129
Otro. en blanco	115	149	138	152	155	120	106	128	90	115	102	144
No votó	136	145	127	139	124	144	111	128	98	118	131	130
NS/NC	147	156	143	148	150	145	123	125	127	120	127	145
Clientes de												
Bancos	153	153	150	164	143	151	136	148	126	129	142	149
Cajas	149	152	146	155	140	148	129	138	117	125	134	141

Cuadro 4.2.14.

Indice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG)

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
	%											
Muy Satisfecho	3	4	4	2	3	4	3	3	3	5	4	5
Algo Satisfecho	36	34	37	40	30	33	32	29	23	31	33	37
Indiferente	20	22	18	16	18	17	14	15	13	13	16	16
Algo Insatisfecho	29	27	28	27	31	28	28	30	33	30	26	26
Muy Insatisfecho	11	11	12	13	17	16	21	22	25	20	19	16
NS/NC	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1
ISG	99	100	101	102	86	93	85	81	68	87	93	100
% Opinan	99	99	98	100	99	98	99	98	98	99	99	99
Valoración Media	2,9	2,9	2,9	2,9	2,7	2,8	2,7	2,6	2,4	2,7	2,8	2,9
% Discrepancia	39	39	39	40	43	43	46	47	49	46	44	42

Cuadro 4.2.15.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total ISG	**99**	**100**	**101**	**102**	**86**	**93**	**85**	**81**	**68**	**87**	**93**	**100**
Edad:												
- 30 años	94	90	92	96	76	80	66	72	54	69	85	77
30-49 años	93	94	95	100	76	82	73	75	62	79	81	91
50-64 años	103	103	105	100	92	110	98	94	78	93	100	119
65 y más años	113	123	122	118	110	111	116	92	88	114	117	123
Posición Social												
Baja	105	106	109	107	95	100	103	90	74	93	102	107
Media	96	97	97	99	84	86	75	78	63	83	89	94
Alta	96	97	100	101	67	96	81	70	77	86	84	103
Ideología												
Izquierda	46	52	50	49	40	49	35	36	28	34	42	48
Centro	122	122	126	125	115	119	112	100	80	115	123	122
Derecha	174	175	177	173	152	164	163	167	153	166	167	177
Status Socioeconómico Familiar												
Alto	104	101	105	109	84	97	79	83	66	88	97	99
Medio alto	98	99	100	98	82	88	87	80	71	85	91	100
Medio Bajo	97	98	100	95	100	98	88	82	66	90	88	99
Bajo	82	134	95	143	72	112	155	96	72	69	119	136
Recuerdo de Voto												
PP	171	168	172	172	158	161	154	152	140	164	177	174
PSOE	57	63	56	62	43	50	47	40	35	38	47	64
IU	49	32	48	67	41	30	28	17	28	37	46	40
Nac. Derecha	70	83	57	74	51	70	56	58	34	57	66	52
Nac. Izquierda	30	16	7	4	51	47	5	19	18	11	42	57
Otros. en blanco	71	79	50	83	77	93	68	51	50	64	64	70
No votó	97	83	96	94	74	82	69	66	50	72	79	88
NS/NC	94	100	90	108	93	98	93	89	70	88	94	97
Clientes de												
Bancos	109	104	114	110	86	100	87	85	73	92	96	98
Cajas	99	101	100	97	83	92	86	78	67	81	94	99

4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS

Se ha medido la imagen de los personajes públicos según las tres mismas dimensiones utilizadas para medir la imagen de instituciones y grupos sociales, el conocimiento que se tiene del líder en cuestión, la valoración media general que recibe, y la mayor o menor dispersión de las valoraciones alrededor de la valoración media (es decir, la imagen más o menos controvertida del personaje en cuestión).

Los líderes de los dos principales partidos políticos son conocidos por una gran mayoría de los entrevistados. Más del 90% opinan este mes sobre José Mª Aznar, Felipe González y José Luis Rodríguez Zapatero y más del 70% valoran a Gaspar Llamazares. De los datos que se presentan en los Cuadros 4.3.2. a 4.3.4., en los cuales se incluyen todos los líderes por los que se ha preguntado durante el último año, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

a. El grado de conocimiento de los líderes es, en general, inferior al de las instituciones o grupos sociales.

b. Entre los líderes fijos, más del 80% de los entrevistados suelen opinar sobre José Mª Aznar, Felipe González y José Luis Rodríguez Zapatero y alrededor del 60% califican a Gaspar Llamazares. El porcentaje de los que opinan sobre otros personajes públicos varía mucho de unos a otros.

c. En cuanto a la imagen de personajes públicos, el ranking de valoración de este mes es el siguiente: Felipe González (5,1 puntos en una escala de 0 a 10 puntos), José Luis Rodríguez Zapatero (4,8 puntos), José Mª Aznar (4,1 puntos) y Gaspar Llamazares (3,9 puntos). Este mes Aznar mantiene su valoración respecto al mes pasado, y Rodríguez Zapatero disminuye la diferencia con él, superándole en 0,7 puntos, e incluso Felipe González se sitúa por encima de Aznar en 1,0 puntos también, repitiéndose la situación de los últimos meses.

d. En cuanto a la diversidad opinática, es decir, al grado en que las valoraciones de cada personaje están muy concentradas alrededor de la media, o por el contrario, muy dispersas (valoraciones muy altas y muy bajas), se comprueba que la dispersión es en general más alta que la de las instituciones, y se observa que este mes ningún personaje público tiene una imagen realmente controvertida, excepto José Mª Aznar.

Un análisis algo más preciso de la imagen de los personajes públicos, combinando las tres dimensiones de dos en dos, se muestra de forma muy gráfica en los Cuadros 4.3.5. a 4.3.7.

Finalmente, los resultados más notables según las valoraciones medias asignadas a cada uno de los líderes por los que se ha preguntado en este sondeo, por diferentes segmentos de la población, pueden resumirse así:

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

b. La posición social y el status socioeconómico no presentan en general una pauta definida de valoración, (lo que indica que cada líder es más o menos preferido por los de uno u otro nivel social). No obstante, se suele observar una relación negativa entre las valoraciones y la posición social y el status socioeconómico familiar (aunque no es una pauta general).

c. La ideología, sin embargo, es la variable que parece explicar mejor, y más coherentemente, las diferentes pautas de valoración. La valoración José Mª Aznar es más alta cuanto más a la derecha se posiciona el entrevistado, mientras que las de González, Rodríguez Zapatero y Gaspar Llamazares son más altas cuanto más a la izquierda se posiciona el entrevistado.

En los Cuadros 4.3.9. a 4.3.11. se han ordenado los personajes públicos según los tres indicadores de imagen utilizados (notoriedad, valoración y dispersión opinática), incluyendo todos los líderes por los que se ha preguntado en los doce últimos meses, y siguiendo el mismo procedimiento ya explicado para las instituciones.

Cuadro 4.3.1.

Porcentaje de Conocimiento de Personajes Públicos.

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

Cuadro 4.3.2.

Imagen de Personajes Públicos
(% que conocen y valoran)

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
- Felipe González	94	93	96	96	95	94	96	94	93	91	92	94
- José Mª Aznar	93	94	96	96	96	96	97	96	94	93	95	96
- José Luis Rodríguez Zapatero	90	91	93	92	94	93	94	93	91	91	93	93
- Gaspar Llamazares	64	64	58	56	66	66	70	69	71	67	74	78
- Príncipe Felipe	-	-	-	96	96	-	-	-	-	-	-	-
- Jaime Mayor Oreja	84	81	-	-	-	-	87	-	-	-	-	-
- Infanta Cristina	-	-	-	-	-	93	-	-	-	-	-	-
- Rodrigo Rato	84	-	-	-	-	-	88	-	-	-	-	-
- Javier Arenas	84	-	-	-	-	-	86	-	-	-	-	-
- Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	94	-	-	-	-	-
- El Rey Juan Carlos	-	-	-	-	-	-	-	97	-	-	-	-
- Esperanza Aguirre	-	-	-	-	-	-	-	-	72	-	-	-
- Luisa Fernanda Rudi	59	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Mariano Rajoy	74	-	-	-	-	-	86	-	-	-	-	-
- Juan José Ibarretxe	-	-	-	-	-	77	-	-	-	-	-	-
- Reina Dña. Sofía	-	-	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- George W. Bush	-	-	84	-	-	-	-	92	91	-	-	-
- Ana de Palacio	-	77	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Loyola de Palacio	74	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-Ariel Sharon	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-	-	-
-Yasir Arafat	-	-	-	-	-	-	-	-	70	-	-	-
- Francisco Alvarez Cascos	82	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jacques Chirac	-	-	-	-	-	-	-	74	-	-	-	-
- Miguel Ángel Acebes	61	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Alberto Ruíz Gallardón	-	71	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Silvio Berlusconi	-	-	63	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Tony Blair	-	-	71	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Gerard Schröder	-	-	52	-	-	-	-	-	59	-	-	-
- Jesús Caldera	-	-	-	36	-	-	-	-	-	41	-	-
- Juan Fernando López Aguilar	-	-	-	22	-	-	-	-	-	-	-	-
- Ana Botella	-	-	-	-	91	-	-	-	-	-	-	-
- Trinidad Jiménez	-	-	-	-	42	-	-	-	-	44	-	-
- Manuel Fraga	-	-	-	-	-	93	-	-	-	-	-	-
- Romano Prodi	-	-	-	-	-	-	-	48	-	-	-	-
- Kofi Annan	-	-	-	-	-	-	-	52	-	-	-	-
- Vladirmir Putin	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-	-	-
- José Blanco	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32	-	-

Cuadro 4.3.3.

Imagen de Personajes Públicos
(Valoración Media)

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

Cuadro 4.3.4.

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

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

Cuadro 4.3.5.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

JULIO 2002 – JULIO 2003

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

Cuadro 4.3.6.

Conocimiento e Imagen Controvertida de Personajes Públicos

JULIO 2002 - JULIO 2003

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

Cuadro 4.3.7.

Valoración e Imagen Controvertida de Personajes Públicos

JULIO 2002 - JULIO 2003

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

Cuadro 4.3.8.

Valoración Media de Personajes Públicos, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	TOTAL	Felipe González	Gaspar Llamazares	J.L. Rodríguez Zapatero	José María Aznar
TOTAL	**(1212)**	**5,1**	**3,9**	**4,8**	**4,1**
Edad:					
18 a 29 años	(280)	5,0	4,2	4,7	3,5
30 a 49 años	(445)	4,9	3,9	4,8	3,8
50 a 64 años	(235)	5,0	3,9	4,9	4,7
65 y más años	(252)	5,5	3,8	5,1	4,9
Posición Social:					
Baja	(428)	5,3	3,9	5,0	4,5
Media	(594)	4,9	3,9	4,8	3,9
Alta	(189)	5,2	4,1	4,8	4,1
Ideología:					
Izquierda	(451)	6,0	4,6	5,7	2,4
Centro	(299)	4,7	3,5	4,6	4,9
Derecha	(223)	4,0	3,2	3,6	6,6
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	(450)	5,1	3,9	4,9	4,0
Medio	(552)	5,0	4,0	4,8	4,1
Medio Bajo/Bajo	(209)	5,2	3,8	4,9	4,4
Recuerdo de Voto:					
PP	(317)	4,0	3,1	3,8	6,6
PSOE	(333)	6,8	4,4	6,5	2,9
IU	(59)	4,4	5,5	4,7	1,7
Nacionalista derecha	(54)	4,4	4,1	4,1	3,0
Nacionalista izqda.	(21)	3,8	3,7	3,7	2,3
Otros, en blanco	(39)	4,1	3,7	3,9	3,3
No votó	(233)	4,5	3,7	4,3	3,8
No sabe	(33)	6,1	4,8	5,9	4,2
No contesta	(123)	4,9	4,1	4,6	4,1
Clientes de:					
Bancos	(324)	5,0	4,0	5,0	4,3
Cajas	(913)	5,2	4,0	4,8	4,0

Cuadro 4.3.9.

Ranking de Notoriedad de Personajes Públicos.

JULIO 2002 – JULIO 2003	% que Opinan
1. El Rey Juan Carlos	97
2. Reina Dña. Sofía	97
3. Príncipe Felipe	96
4. José Mª Aznar	95
5. Infanta Elena	94
6. Felipe González	94
7. Infanta Cristina	93
8. Manuel Fraga	93
9. José Luis Rodríguez Zapatero	92
10. Ana Botella	91
11. George W. Bush	89
12. Rodrigo Rato	88
13. Xabier Arzallus	86
14. Javier Arenas	85
15. Jaime Mayor Oreja	84
16. Mariano Rajoy	80
17. Francisco Alvarez Cascos	80
18. Ana Palacio	77
19. Juan José Ibarretxe	77
20. Loyola de Palacio	74
21. Jacques Chirac	74
22. Esperanza Aguirre	72
23. Alberto Ruíz Gallardón	71
24. Tony Blair	71
25. Jasir Arafat	70
26. Gaspar Llamazares	67
27. Ariel Sharon	66
28. Vladimir Putin	66
29. Silvio Berlusconi	63
30. Miguel Ángel Acebes	61
31. Luisa Fernanda Rudi	59
32. Gerard Schröder	56
33. Kofi Annan	52
34. Romano Prodi	48
35. Trinidad Jiménez	43
36. Jesús Caldera	38
37. José Blanco	32
38. Juan Fernando López Aguilar	22

Cuadro 4.3.10.

Ranking de Valoración de Personajes Públicos.

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

Cuadro 4.3.11.

Ranking de Dispersión Opinática de Personajes Públicos

JULIO 2002 - JULIO 2003	Dispersión Opinática (s/x)100
1. Reina Dª Sofía	35
2. El Rey Juan Carlos	36
3. Príncipe Felipe	38
4. Infanta Cristina	40
5. Infanta Elena	41
6. Juan Fernando López Aguilar	45
7. Jesús Caldera	46
8. Alberto Ruíz Gallardón	47
9. José Luis Rodríguez Zapatero	48
10. Kofi Annan	48
11. José Blanco	48
12. Jaime Mayor Oreja	51
13. Felipe González	51
14. Romano Prodi	51
15. Miguel Ángel Acebes	52
16. Trinidad Jiménez	52
17. Luisa Fernanda Rudi	53
18. Ana Palacio	53
19. Loyola de Palacio	54
20. Rodrigo Rato	55
21. Gaspar Llamazares	56
22. Francisco Alvarez Cascos	56
23. Jacques Chirac	56
24. Tony Blair	57
25. Gerard Schröder	58
26. Javier Arenas	60
27. Mariano Rajoy	66
28. Esperanza Aguirre	68
29. Silvio Berlusconi	69
30. Ana Botella	70
31. José Mª Aznar	71
32. Vladimir Putin	71
33. Juan José Ibarretxe	79
34. Manuel Fraga	81
35. Yasir Arafat	99
36. Ariel Sharon	113
37. George W. Bush	119
38. Xabier Arzallus	120

4.4. INTENCIONES DE VOTO

El análisis de la intención de voto es una tarea difícil y compleja en cualquier situación. No se trata simplemente de preguntar a la gente a qué partido votará en las próximas elecciones. Además, debe procederse con toda cautela si lo que se quiere realmente es informar a la opinión pública y no simplemente dirigirla hábilmente hacia una determinada opción política. Para ello, conviene seguir al menos dos pautas metodológicas:

a. En primer lugar, parece más apropiado ofrecer los resultados de las intenciones de voto por relación a 100 entrevistados (que sería el equivalente a 100 electores en una situación real de elecciones), y no por relación a 100 entrevistados-que-hayan-indicado- su-intención-de-voto (equivalente a 100 votantes válidos en una situación real de elecciones). Ya se sabe que los escaños se reparten a nivel provincial, y no a nivel nacional, que suele ser el ámbito de la muestra en la mayoría de las encuestas y sondeos, en función del porcentaje de votos obtenidos sobre 100 votos válidos y no sobre 100 electores; pero un sondeo no es una elección real, aunque se le parezca, y debe interesar más la explicación de los condicionantes del voto (o la predisposición al voto) que la predicción misma del resultado.

b. En segundo lugar, deben explorarse muy diversos enfoques con el fin de intentar descubrir la estabilidad de las intenciones de voto declaradas, los factores de que depende esa estabilidad, las posibles alternativas de voto, las tendencias de transferencia o cambio de intención de voto, las actitudes y anteriores o posibles comportamientos de quienes no declaran su intención de voto, etc...

   En definitiva, el análisis de la intención de voto no es ni una simple "adivinanza" o "quiniela política" ni un mero ejercicio de medición de actitudes carente de interpretación y análisis. El análisis de las intenciones de voto debe tomar en consideración los datos relativos a las actitudes y comportamientos electorales, así como otras variables políticas, sociales y económicas. Se trata pues de diferenciar entre una simple medición cuantitativa y el análisis sociológico propiamente dicho.

Al intentar conocer la intención de voto hacia los diferentes partidos existentes en la actualidad y con su configuración actual (en cuanto a coaliciones, líderes y programas), deben analizarse por lo menos tres cuestiones:

a) Las simpatías hacia los diferentes partidos

b) Las antipatías o rechazos hacia determinados partidos

c) La intención de voto propiamente dicha.

En efecto, cada individuo puede tener simpatía hacia más de un partido, o lo que es igual, en determinadas circunstancias, y aunque ahora tenga intención de votar a un determinado partido, podría votar a uno de entre varios partidos. Pero, al mismo tiempo, cada individuo probablemente preferiría incluso no votar a tener que hacerlo por determinado (o determinados) partido(s).

En el Cuadro 4.4.1. se presentan los datos relativos a los partidos a los que se "podría votar", a los partidos a los que "nunca se votaría", y como diferencia, los electorados que no parecen tener una actitud definida a favor o en contra de partido alguno.

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

Los datos parecen demostrar el alto potencial electoral del PP y del PSOE, que alcanzan el 32% y 37% respectivamente, porcentaje que nos muestra cierta estabilidad de la proporción de ambos partidos. En IU se observa también cierta estabilidad, ya que suele obtener un electorado potencial cercano al 10 por ciento. Los nacionalistas de centro y derecha fluctúan generalmente alrededor del 8%, mientras que los de izquierda suelen tener un electorado potencial del 2-4%.

La otra cara de la moneda del "mercado electoral potencial" es el "mercado inasequible", es decir, aquellas personas que afirman que nunca votarán a un determinado partido. Este "mercado inasequible" sería pues aquella parte del electorado que un partido difícilmente podría aspirar a atraer en ninguna circunstancia. Al igual que el "mercado electoral potencial", los "mercados inasequibles" de diferentes partidos pueden solaparse, pues ciertos electores pueden ser inasequibles para más de un partido. Los resultados de este mes demuestran que el PP (34%) y los partidos nacionalistas de izquierda (20%) son los más rechazados.

Ahora bien, entre los electores que "podrían votar" a un partido en determinadas circunstancias, y los que "nunca votarían" a ese mismo partido, pueden no agotar el conjunto del electorado. En otras palabras, puede haber electores que no mencionen la posibilidad, por hipotética que sea, de votar a un partido, pero que tampoco sientan un antagonismo tal hacia él como para decir que nunca lo votarán. Esta parte del electorado es lo que podría denominarse "mercado electoral indiferente", que no se siente especialmente atraído ni rechazado por un determinado partido. Como es lógico, el hecho de que un sector del electorado sea indiferente hacia un partido no significa que no esté comprometido (positiva o negativamente) hacia otro partido. La "indiferencia" no significa indecisión genérica respecto a su comportamiento electoral, sino solamente indiferencia (ni simpatía ni rechazo) hacia un partido concreto. La utilidad principal de este concepto radica en que permite conocer, para cada partido, qué proporción del electorado no ha tomado todavía una posición concreta respecto a dicho partido, es decir, qué proporción del electorado carece de una actitud definida hacia él, y por tanto, sobre qué proporción del electorado se podría actuar para transmitir una imagen suya que pueda interesar. Los datos sugieren que sólo el PP y el PSOE tienen una imagen suficientemente definida como para provocar actitudes claramente expresadas por parte de alrededor de la mitad del electorado.

Se llega así al análisis de las intenciones de voto declaradas en el caso hipotético de que las elecciones fuesen mañana. En el Cuadro 4.4.2. se ofrece la intención de voto si las elecciones fuesen mañana, así como los resultados reales de las elecciones generales del 12 de marzo de 2000. En el mismo Cuadro se presentan las diferencias entre las intenciones de voto y los últimos resultados reales, en puntos porcentuales y como porcentaje sobre los resultados de marzo de 2000. Esta comparación debe hacerse teniendo en cuenta la probable ocultación de voto hacia diversos partidos, y

especialmente, la fuerte "ocultación" de la abstención. La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones (14,8%) incluye previsiblemente a estos "ocultadores".

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

La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones de voto alcanza a un 15% de los entrevistados, y la abstención declarada es muy baja (10,9% frente al 31,3% real de las elecciones del 12 de marzo de 2000), pero ello no implica necesariamente menor abstención. No obstante, si se considera que los NS/NC probablemente se abstendrán, la cifra resultante (25,7%) sería tres puntos porcentuales inferior a la obtenida en las últimas elecciones generales.

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

Y la última apreciación que debe hacerse aquí es un comentario que puede ser muy sugestivo a efectos de intentar conocer cuáles son las tendencias realmente subyacentes en el electorado, y que se refiere a la comparación entre los resultados reales del 12 de marzo de 2000, el recuerdo de voto y la intención de voto, que se facilitan en los Cuadros 4.4.2. y 4.4.3. El análisis de estos tres indicadores conduce a situaciones muy distintas en los diferentes partidos.

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

Aunque al analizar el Sistema de Indicadores Sociales ya se ofrecieron los datos de intención de voto según los indicadores citados, se presentan otros datos complementarios, cuyos resultados más sobresalientes pueden resumirse así:

a. El voto al PP es más alto, en términos relativos, especialmente entre los que tienen más de 50 años, los de posición social baja, los de centro y derecha.

b. El voto al PSOE es sobre todo importante entre los de izquierda.

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

d. Los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha, a su vez, están relativamente más representados entre los de centro y los de más edad.

e. El voto a partidos nacionalistas de izquierda es muy pequeño en todos los segmentos, pero es mayor entre los de izquierda.

f. Los votantes, por último, a "otros" partidos, están relativamente más representados entre los jóvenes.

g. En cuanto a los que dicen que no votarán, o los que no contestan sus intenciones de voto, muestran pautas no homogéneas y muy variables de un mes a otro.

Otro análisis interesante es el que tradicionalmente se hace cruzando el partido votado en anteriores elecciones (en este caso marzo de 2000) con la actual intención de voto. A la hora de extraer conclusiones sólidas, este análisis tiene como principales dificultades la calidad y la exactitud del recuerdo de voto. En efecto, si dicho recuerdo es inexacto, la tabla de transferencias se ve muy afectada. Si, como se ha sugerido, hay "ocultación" del voto pasado o "sobre-valoración" de dicho voto, el análisis será menos válido. Pero además, el análisis se basa también necesariamente en la calidad de los datos sobre intención de voto. Naturalmente, éste es uno de esos casos en que los errores en una y otra variable no sólo no se compensan entre sí, sino que además se multiplican.

Por todo ello, se omite en el informe mensual la tabla detallada de transferencias (recuerdo de voto por intención de voto), realizándose ese análisis pormenorizado en los informes trimestrales. Aquí se presenta, no obstante, un análisis abreviado de las tablas de transferencia, con el fin de estimar, mes a mes, si se han producido cambios importantes en los indicadores principales.

En el Cuadro 4.4.5. se pueden ver los "saldos" entre el "recuerdo de voto" y la "intención de voto", así como los componentes de ese saldo (voto estable, ganancias y pérdidas) de cada partido, partiendo siempre de la tabla de transferencias y considerando todos los porcentajes sobre el total de entrevistados (equivalentes a porcentajes sobre el electorado total).

En conjunto puede afirmarse, de acuerdo con estos datos, que un 71% del electorado se comportaría en unas futuras elecciones del mismo modo que lo hicieron en marzo de 2000, lo que significa una alta proporción de voto estable. Los saldos demuestran que el PSOE es este mes el partido que tiene un saldo neto más positivo. Para aclarar más la interpretación del Cuadro 4.4.5. conviene recordar que:

a) el saldo neto es la diferencia, (en puntos porcentuales sobre 100 electores) entre la intención de voto manifestada si las elecciones fuesen mañana y el recuerdo de voto en las elecciones de 2000.

b) el voto estable es la proporción del electorado (sobre 100 electores) que manifiesta haber votado a un partido en las últimas elecciones y tiene intención de votar a ese mismo partido si las elecciones fuesen mañana;

c) el incremento procedente de otros partidos es la proporción del electorado (sobre 100 electores) que, habiendo votado a otros partidos en 2000 afirma tener intención de votar a determinado partido si las elecciones fuesen mañana;

d) las pérdidas hacia otros partidos son la proporción del electorado (sobre 100 electores) que, habiendo votado a un partido en las últimas elecciones, dice que votará a otros partidos si las elecciones fuesen mañana.

Debe advertirse que, dado el tamaño de la muestra, se presentan los datos en cada Informe mensual ASEP sólo a título descriptivo e indicativo, pues cada tres meses se realiza un análisis más pormenorizado, mediante agregación de los datos de los tres meses (si es que no se observan cambios tan grandes que desaconsejen la agregación). En todo caso, y teniendo en cuenta los datos disponibles este mes, puede afirmarse que el voto estable del PP y el del PSOE son los de mayor magnitud.

El electorado estable de los demás partidos es necesariamente pequeño, puesto que pequeñas fueron también las proporciones del electorado total que les votaron en las últimas elecciones. El electorado no-estable, es decir, el que dice que tiene intención

de comportarse de una manera diferente a como lo hizo en las últimas elecciones generales, representaba pocos meses antes de las elecciones alrededor del 30% del electorado total (y es, lógicamente, la suma de todas las ganancias y de todas las pérdidas del electorado de los diferentes partidos), siendo además el complemento del electorado estable. Este mes el electorado no-estable es del 29%.

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

La experiencia acumulada en pasadas elecciones, al utilizar las intenciones de voto como predictor de los comportamientos electorales reales, ha permitido diseñar un modelo que, por una parte, corrige la "ocultación" de voto hacia ciertos partidos con mala imagen social, y por otra, corrige el "exceso" de intención de voto hacia otros partidos que, por haber ganado las elecciones o tener buena imagen, inducen a declarar intenciones que luego no se llevan a la práctica.

La estimación es una responsabilidad de quien la elabora, pues por rigurosas que sean las técnicas usadas siempre existe un factor de arbitrariedad y, en definitiva, de decisión (elección entre diferentes supuestos). El método que se ha utilizado para elaborar esta estimación parte de las "intenciones" de voto expresamente declaradas, y las corrige con el "recuerdo de voto" en pasadas elecciones, el autoposicionamiento ideológico, y otras variables que, según la experiencia acumulada, suelen estar muy relacionadas con los comportamientos electorales reales.

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

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

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

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

Estimación de Resultados de las Próximas Elecciones Generales JULIO 2003

	Resultados Reales en marzo 2000	Recuerdo de Voto	Intenciones Directas de Voto	Estimación de Voto
		%		
PP	30,4	26,1	27,6	30,5
PSOE	23,3	27,5	30,5	27,2
IU	3,7	4,9	5,3	4,0
Nac. Centro y Dcha.	5,5	4,5	4,3	4,9
Nac. Izqda.	2,1	1,7	2,7	2,4
Otros	3,7	3,2	3,9	3,7
Abstención	31,3	19,2	10,9	27,3
NS/NC	-	12,9	14,8	-
Total Electores	100,0	100,0	100,0	100,0

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

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

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

Cuadro 4.4.1.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	(1.212)	(1.212)	(1.208)	(1.202)	(1.210)	(1.215)	(1.209)	(1.210)	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)
	%											
Podría Votar:												
PP	33	31	33	28	27	29	30	27	22	32	31	32
PSOE	39	35	31	38	37	35	40	39	39	38	36	37
IU	9	8	8	7	8	8	9	8	7	10	8	9
Nacionalistas Derecha	7	7	6	6	7	6	7	7	6	6	8	7
Nacionalistas Izquierda	3	3	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3
Otros	7	6	6	6	6	6	6	6	6	7	5	6
No Votará	10	10	11	10	12	11	9	10	9	8	8	10
NS	8	9	10	9	8	10	8	8	10	7	6	7
NC	5	6	7	7	6	7	7	7	9	9	8	5
No Podría Votar ni Rechazaría:												
PP	39	45	41	43	39	42	38	40	39	35	37	34
PSOE	52	56	59	54	52	58	52	52	50	54	54	52
IU	76	78	79	80	80	80	77	80	79	73	76	74
Nacionalistas Derecha	83	84	84	84	82	84	82	86	80	88	84	86
Nacionalistas Izquierda	64	64	66	66	74	75	68	74	90	74	77	77
Otros	90	92	92	91	92	92	91	92	91	91	93	92
Nunca Votaría:												
PP	28	24	26	29	34	29	32	33	39	33	32	34
PSOE	9	9	10	8	11	7	8	9	11	8	10	11
IU	15	14	13	13	12	12	14	12	14	17	16	17
Nacionalistas Derecha	10	9	10	10	11	10	11	7	7	6	8	7
Nacionalistas Izquierda	33	33	32	32	22	22	29	23	17	24	20	20
Otros	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2
No Votará	6	6	6	7	7	7	5	6	7	5	6	7
NS	13	15	17	13	14	18	14	14	12	12	13	13
NC	7	7	7	8	6	9	9	9	10	11	11	7

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

Cuadro 4.4.2.

Intención de Voto si las Elecciones fuesen Mañana

	Resultados Reales de III-00	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total Electores	**(33.969.640)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
PP	**30,4**	26,0	25,4	27,6	22,8	22,4	23,5	24,4	22,7	18,7	25,4	27,7	27,6
PSOE	**23,3**	29,8	27,6	24,8	31,8	30,8	28,2	32,4	32,5	34,5	30,9	30,0	30,5
IU	**3,7**	4,8	4,8	4,6	4,0	3,5	4,2	3,8	3,3	4,2	5,0	4,8	5,3
Nacionalistas Derecha	**5,5**	5,7	5,9	4,4	4,0	5,3	5,0	4,6	5,1	4,6	4,3	5,6	4,3
Nacionalistas Izquierda	**2,1**	2,3	2,2	2,0	2,5	3,5	2,6	2,3	2,2	2,4	1,6	3,0	2,7
Otros	**3,7**	4,6	4,4	5,7	5,4	5,0	4,6	4,5	5,6	5,7	4,8	3,2	3,9
No (Votó) Votará	**31,3**	10,5	11,5	11,4	10,9	12,1	11,4	9,7	10,2	9,0	8,4	8,6	10,9
NS/NC	**-**	16,3	18,2	19,5	18,6	17,4	20,5	18,3	18,4	20,9	19,6	17,1	14,8

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

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Diferencia en Puntos Porcentuales:												
PP	-4,4	-5,0	-2,8	-7,6	-8,0	-6,9	-6,0	-7,7	-11,7	-5,0	-2,7	-2,8
PSOE	+6,5	+4,3	+1,5	+8,5	+7,5	+4,9	+9,1	+9,2	+11,2	+7,6	+6,7	+7,2
IU	+1,1	+1,1	+0,9	+0,3	-0,2	+0,5	+0,1	-0,4	+0,5	+1,3	+1.1	+1,6
Nacionalistas Derecha	+0,2	+0,4	-1,1	-1,5	-0,2	-0,5	-0,9	-0,4	-0,9	-1,2	+0,1	-1,2
Nacionalistas Izquierda	+0,2	+0,1	-0,1	+0,4	+1,4	+0,5	+0,2	+0,1	+0,3	-0,5	+0,9	+0,6
Otros	+0,9	+0,7	+2,0	+1,7	+1,3	+0,9	+0,8	+1,9	+2,0	+1,1	-0,5	+0,2
No Votará	-20,8	-19,8	-19,9	-20,4	-19,2	-19,9	-21,6	-21,1	-22,3	-22,9	-22,7	-20,4
NS/NC	+16,3	+18,2	+19,5	+18,6	+17,4	+20,5	+18,3	+18,4	+20,9	+19,6	+17,1	+14,8
Indice Discrepancia	25,2	24,8	23,9	29,5	27,6	27,3	28,5	29,6	34,9	29,6	25,9	24,4
Diferencia en porcentaje respecto a 1996 y 2000												
PP	-14	-16	-9	-25	-26	-23	-20	-25	-38	-16	-9	-9
PSOE	+28	+18	+6	+36	+32	+21	+39	+40	+48	+33	+28	+31
IU	+30	+30	+24	+8	-5	+14	+3	-11	+14	+35	+30	+43
Nacionalistas Derecha	+4	+8	-20	-27	-4	-9	+16	-7	-16	-22	+2	-22
Nacionalistas Izquierda	+10	+5	-5	+19	+67	+24	+10	+5	+14	-24	+43	+29
Otros	+24	+19	+54	+46	+35	+24	+22	+51	+54	+30	-14	+5
No Votará	-66	-63	-64	-65	-61	-64	-69	-67	-71	-73	-72	-65

Cuadro 4.4.3.

Diferencias entre Intención de Voto y Recuerdo de Voto

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Diferencia en Puntos Porcentuales:												
PP	-0,1	-2,2	-0,3	-1,7	-1,2	-1,6	-2,2	-4,3	-5,9	-1,6	+2,6	+1,5
PSOE	+2,7	+2,8	+1,6	+5,3	+4,4	+3,9	+4,7	+4,6	+6,7	+3,3	+1,8	+3,0
IU	0	+0,7	+0,6	+1,2	0	+0,1	0	0	+0,7	+0,8	+0,8	+0,4
Nacionalistas Derecha	+0,2	+0,8	+0,1	-0,6	+0,8	+0,5	-0,4	+0,5	-0,6	+0,2	+0,5	-0,2
Nacionalistas Izquierda	+0,5	+0,5	+1,0	+0,5	+1,4	+0,5	+0,7	+0,4	+0,1	+0,8	+0,3	+1,0
Otros	+1,6	+0,8	+2,7	+0,7	+0,1	+0,8	+0,1	+1,2	+2,1	+0,9	+0,2	+0,7
No Votará	-9,1	-9,6	-12,5	-10,5	-10,7	-10,8	-8,6	-7,8	-9,7	-10,9	-10,5	-8,3
NS/NC	+4,2	+6,2	+6,8	+5,1	+5,2	+6,6	+5,7	+5,4	+6,6	+6,5	+4,3	+1,9
Indice Discrepancia	9,2	11,8	12,8	12,8	11,9	12,4	11,2	12,1	16,2	12,5	10,5	8,5
Diferencia en Porcentaje respecto a Recuerdo de Voto:												
PP	0	-8	-1	-7	-5	-6	-8	-16	-24	-6	+10	+6
PSOE	+10	+11	+7	+20	+17	+16	+17	+16	+24	+12	+6	+11
IU	0	+17	+15	+43	0	+2	0	0	+20	+19	+20	+8
Nacionalistas Derecha	+4	+16	+2	-13	+18	+11	-8	+11	-12	+5	+10	-4
Nacionalistas Izquierda	+28	+29	+100	+25	+67	+24	+44	+22	+4	+100	+11	+59
Otros	+53	+22	+90	+15	+2	+21	+2	+27	+58	+23	+7	+22
No Votará	-46	-46	-52	-49	-47	-49	-47	-43	-52	-56	-55	-43
NS/NC	+35	+52	+54	+38	+43	+48	+45	+42	+46	+50	+34	+15

Cuadro 4.4.4.

Intención Directa de Voto, por Características Socioeconómicas

JULIO 2003	Total	PP	PSOE	IU	Nacionalistas Derecha	Nacionalistas Izquierda	Otros, En blanco	No Votará	No Sabe	No Contesta
TOTAL	**(1212)**	**28%**	**30**	**5**	**4**	**3**	**4**	**11**	**9**	**6**
Edad:										
18 a 29 años	(280)	17%	32	10	5	4	7	14	7	4
30 a 49 años	(445)	27%	32	5	3	4	4	11	8	7
50 a 64 años	(235)	33%	28	2	4	2	2	8	11	9
65 y más años	(252)	36%	29	2	6	1	2	10	9	5
Posición Social:										
Baja	(428)	31%	30	2	5	3	3	9	10	6
Media	(594)	24%	31	6	4	3	5	12	9	6
Alta	(189)	30%	28	8	4	2	4	11	5	7
Ideología:										
Izquierda	(451)	5%	58	12	4	6	5	5	3	3
Centro	(299)	35%	20	1	7	1	4	14	9	8
Derecha	(223)	81%	6	*	2	*	*	3	5	2
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(450)	29%	34	7	3	3	4	9	6	4
Medio	(552)	27%	29	4	4	3	4	13	10	6
Medio Bajo/Bajo	(209)	27%	25	4	7	1	3	10	11	11
Recuerdo de Voto:										
PP	(317)	84%	5	*	-	-	-	2	5	3
PSOE	(333)	4%	84	1	1	1	1	1	5	2
IU	(59)	3%	17	72	2	-	2	2	2	-
Nacionalistas derecha	(54)	6%	6	2	73	4	-	2	4	4
Nacionalistas izquierda	(21)	-%	10	-	-	85	-	5	-	-
Otros, en blanco	(39)	5%	2	5	2	3	61	8	8	5
No votó	(233)	14%	19	4	2	4	6	40	9	2
No sabe	(33)	12%	21	6	6	-	-	12	33	9
No contesta	(123)	8%	5	2	2	-	2	14	27	40
Clientes de:										
Bancos	(324)	27%	33	5	5	2	3	10	7	8
Cajas	(913)	27%	31	5	5	3	4	11	8	5

Cuadro 4.4.5.

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

Saldo Neto	**VII-02**	**IX-02**	**X-02**	**XI-02**	**XII-02**	**I-03**	**II-03**	**III-03**	**IV-03**	**V-03**	**VI-03**	**VII-03**
PP	-0,1	-2,2	-0,3	-1,7	-1,2	-1,6	-2,2	-4,3	-5,9	-1,6	+2,6	+1,5
PSOE	+2,7	+2,8	+1,6	+5,3	+4,4	+3,9	+4,7	+4,6	+6,7	+3,3	+1,8	+3,0
IU	0	+0,7	+0,6	+1,2	0	+0,1	0	0	+0,7	+0,8	+0,8	+0,4
Nacionalistas Derecha	+0,2	+0,8	+0,1	-0,6	+0,8	+0,5	-0,4	+0,5	-0,6	+0,2	+0,5	-0,2
Nacionalistas Izquierda	+0,5	+0,5	+1,0	+0,5	+1,4	+0,5	+0,7	+0,4	+0,1	+0,8	+0,3	+1,0
Otros, blanco	+1,6	+0,8	+2,7	+0,7	+0,1	+0,8	+0,1	+1,2	+2,1	+0,9	+0,2	+0,7
No Votará	-9,1	-9,6	-12,5	-10,5	-10,7	-10,8	-8,6	-7,8	-9,7	-10,9	-10,5	-8,3
NS/NC	+4,2	+6,2	+6,8	+5,1	+5,2	+6,6	+5,7	+5,4	+6,6	+6,5	+4,3	+1,9
Indice de Discrepancia	**9,2**	**11,8**	**12,8**	**12,8**	**11,9**	**12,4**	**11,2**	**12,1**	**16,2**	**12,5**	**10,5**	**8,5**
Voto Estable	**VII-02**	**IX-02**	**X-02**	**XI-02**	**XII-02**	**I-03**	**II-03**	**III-03**	**IV-03**	**V-03**	**VI-03**	**VII-03**
PP	21,2	22,0	22,5	18,8	18,2	18,8	20,1	19,4	15,4	21,0	22,0	22,0
PSOE	22,7	21,2	18,5	23,4	22,6	21,3	23,7	24,1	24,2	23,1	23,6	23,0
IU	3,0	3,0	3,1	1,8	2,1	3,0	2,6	1,9	2,3	3,3	3,3	3,5
Nacionalistas Derecha	4,1	4,3	3,4	2,9	3,3	3,2	3,2	3,7	3,6	3,0	3,7	3,3
Nacionalistas Izquierda	1,5	1,4	0,6	1,4	1,6	1,6	1,3	1,5	1,6	0,4	1,9	1,5
Otros, blanco	1,5	1,6	1,2	2,1	2,5	1,8	2,4	2,0	2,0	1,5	1,2	2,0
No Votará	6,0	7,9	7,8	7,6	8,0	7,6	6,2	6,4	5,4	6,7	6,1	7,8
NS/NC	6,3	7,9	7,7	8,4	7,3	8,7	7,9	8,5	10,3	9,6	8,6	7,9
Total	**66,3**	**69,3**	**64,8**	**66,4**	**65,6**	**66,0**	**67,4**	**67,5**	**64,8**	**68,6**	**70,4**	**71,0**

Cuadro 4.4.5. (Continuación)

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

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

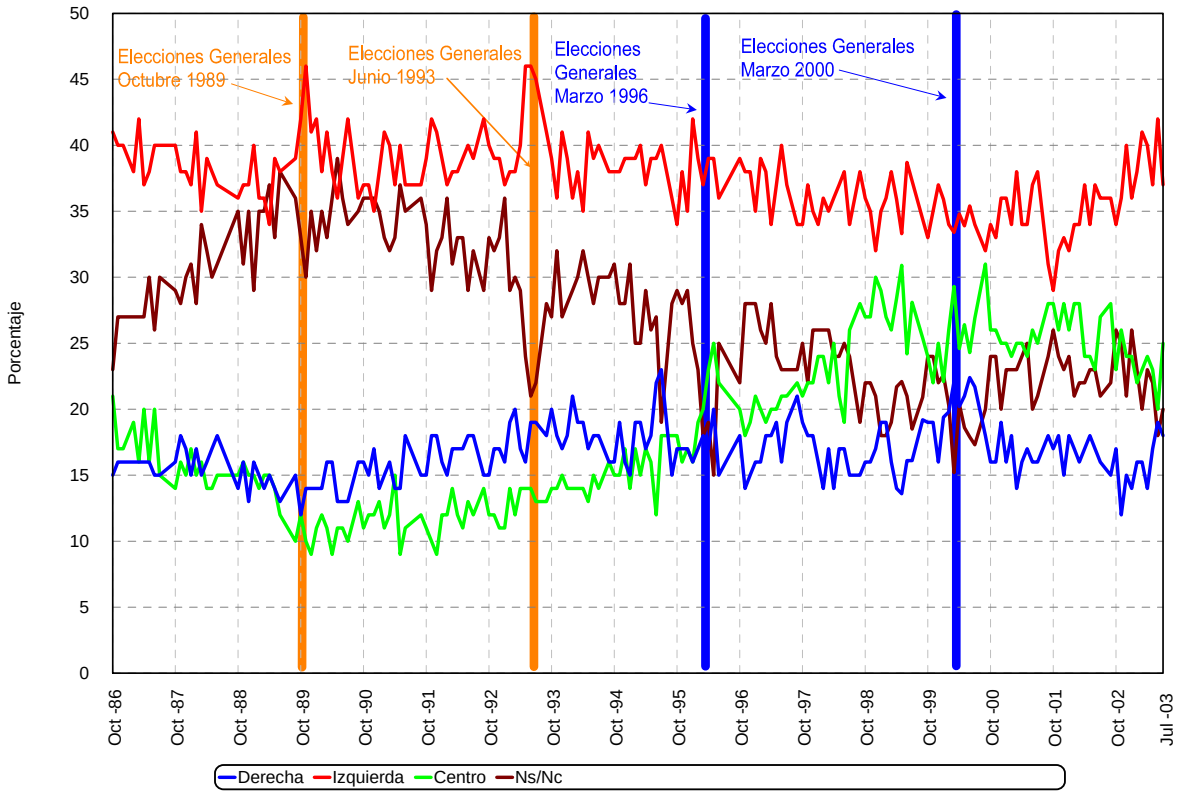
Pérdidas hacia Otros Partidos:	**VII-02**	**IX-02**	**X-02**	**XI-02**	**XII-02**	**I-03**	**II-03**	**III-03**	**IV-03**	**V-03**	**VI-03**	**VII-03**
PP	4,9	5,6	5,4	5,7	5,4	6,3	6,5	7,6	9,2	6,0	3,1	4,1
PSOE	4,4	3,6	4,7	3,1	3,8	3,0	4,0	3,8	3,6	4,5	4,6	4,5
IU	1,8	1,1	0,9	1,0	1,4	1,1	1,2	1,4	1,2	0,9	0,7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

Cuadro 4.4.6.

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

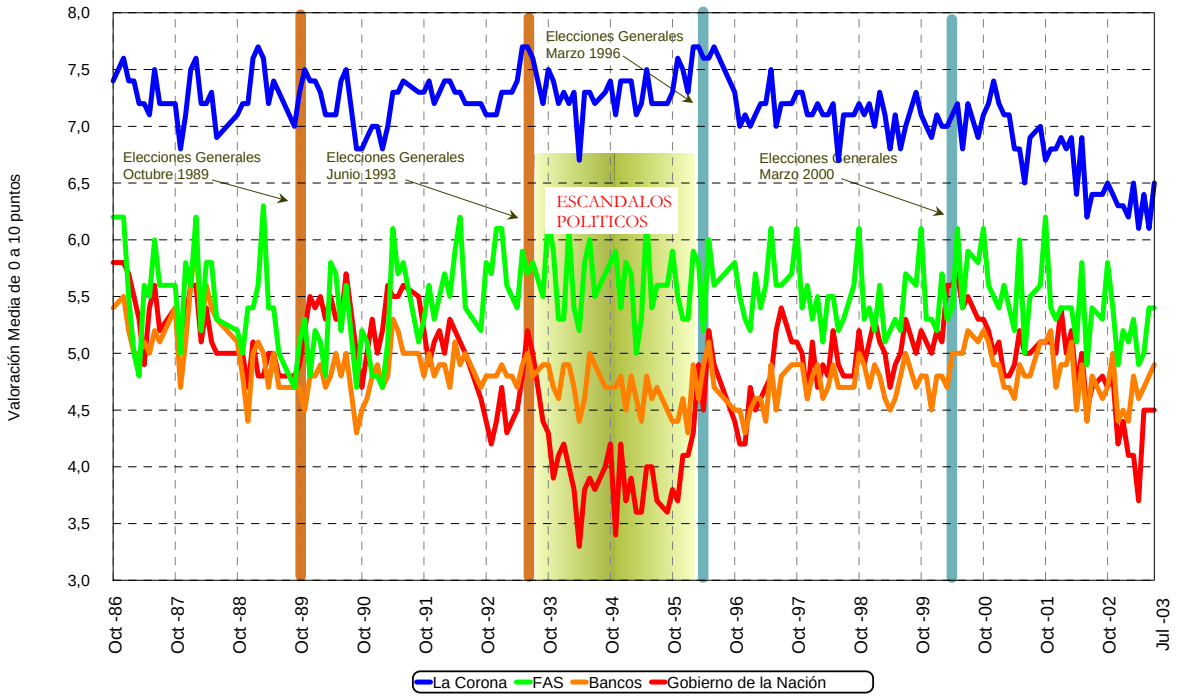
	Resultados Reales en III-00	**VII-02**	**IX-02**	**X-02**	**XI-02**	**XII-02**	**I-03**	**II-03**	**III-03**	**IV-03**	**V-03**	**VI-03**	**VII-03**
Total Electores	**(33.969.640)**	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**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

AUTOPOSICIONAMIENTO IDEOLÓGICO



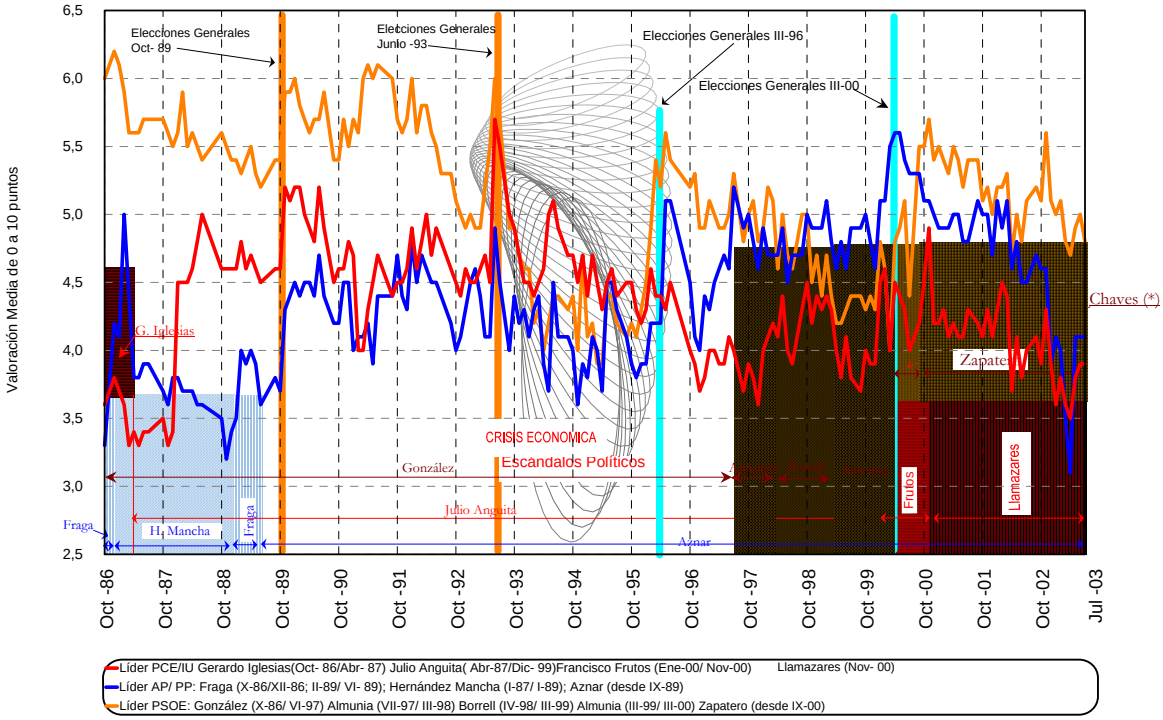
Fuente: Banco de Datos ASEP

VALORACION DE LAS PRINCIPALES INSTITUCIONES



Fuente: Banco de Datos ASEP

VALORACION DE LOS LÍDERES DE LAS PRINCIPALES FORMACIONES POLÍTICAS

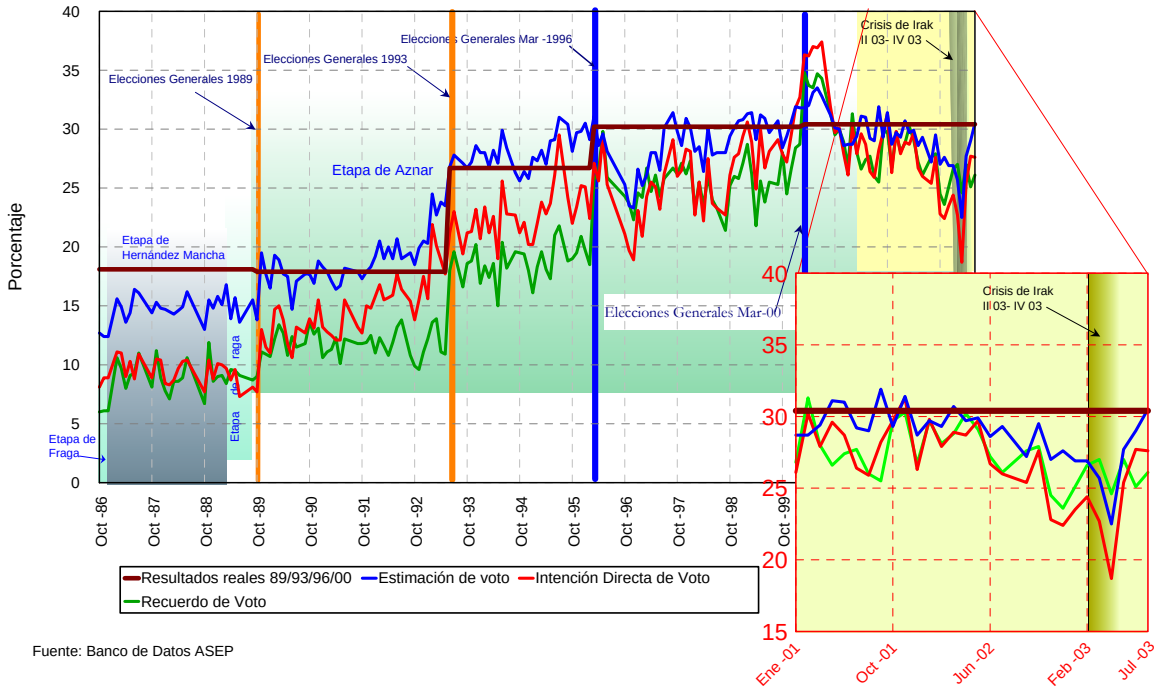


Líder PCE/IU Gerardo Iglesias(Oct- 86/Abr- 87) Julio Anguita(Abr-87/Dic- 99)Francisco Frutos (Ene-00/ Nov-00) Llamazares (Nov- 00)
Líder AP/ PP: Fraga (X-86/XII-86; II-89/ VI- 89); Hernández Mancha (I-87/ I-89); Aznar (desde IX-89)
Líder PSOE: González (X-86/ VI-97) Almunia (VII-97/ III-98) Borrell (IV-98/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

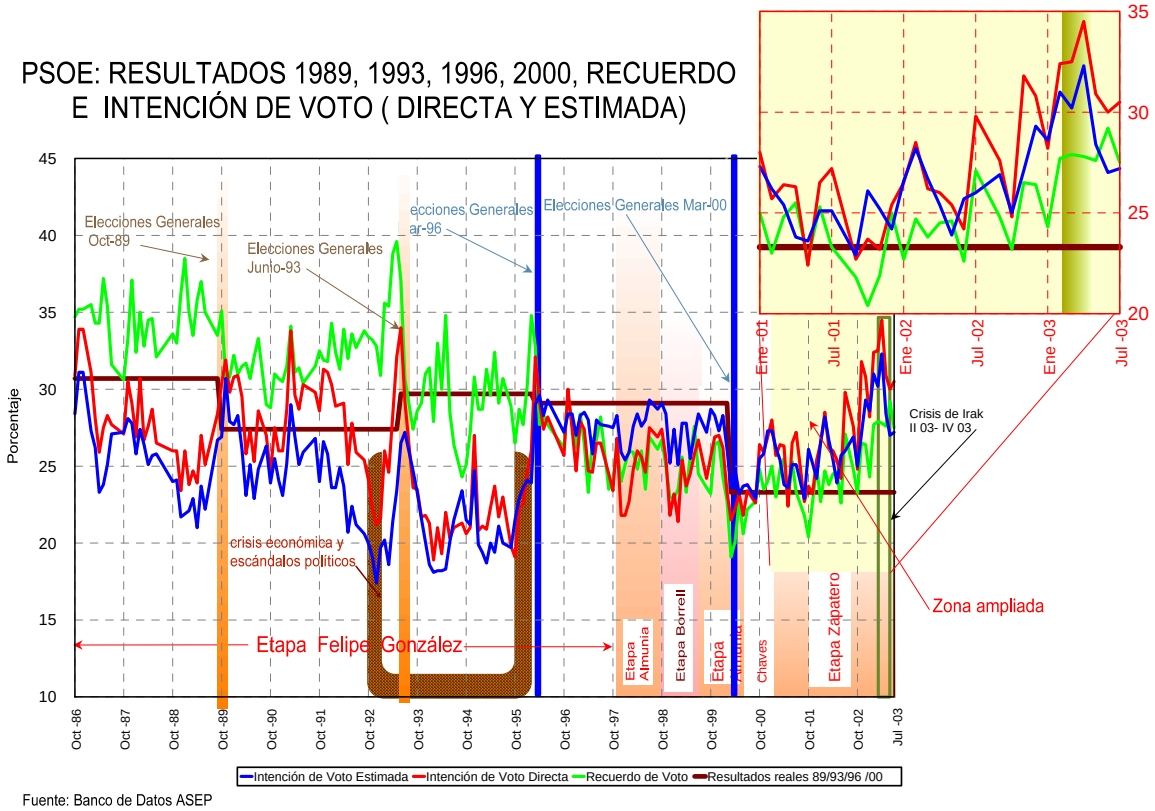
(*) En el mes de Junio, el valor del líder del PSOE corresponde a Felipe González en vez de a Cháves

Fuente: Banco de Datos ASEP

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

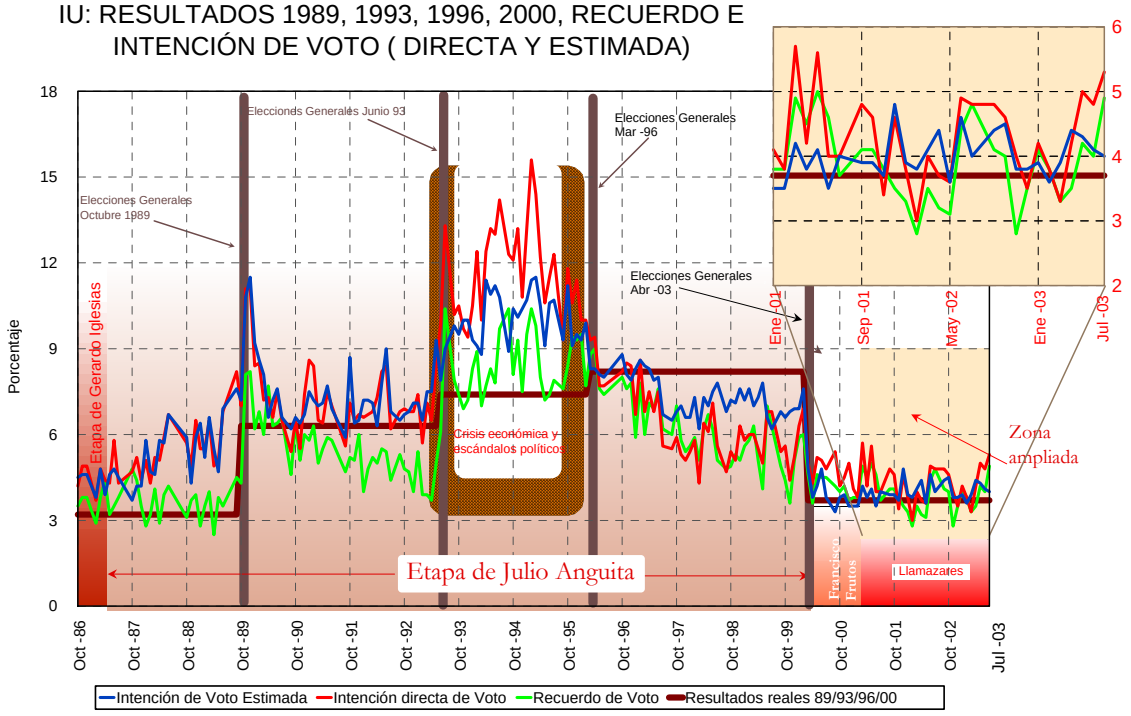


Fuente: Banco de Datos ASEP



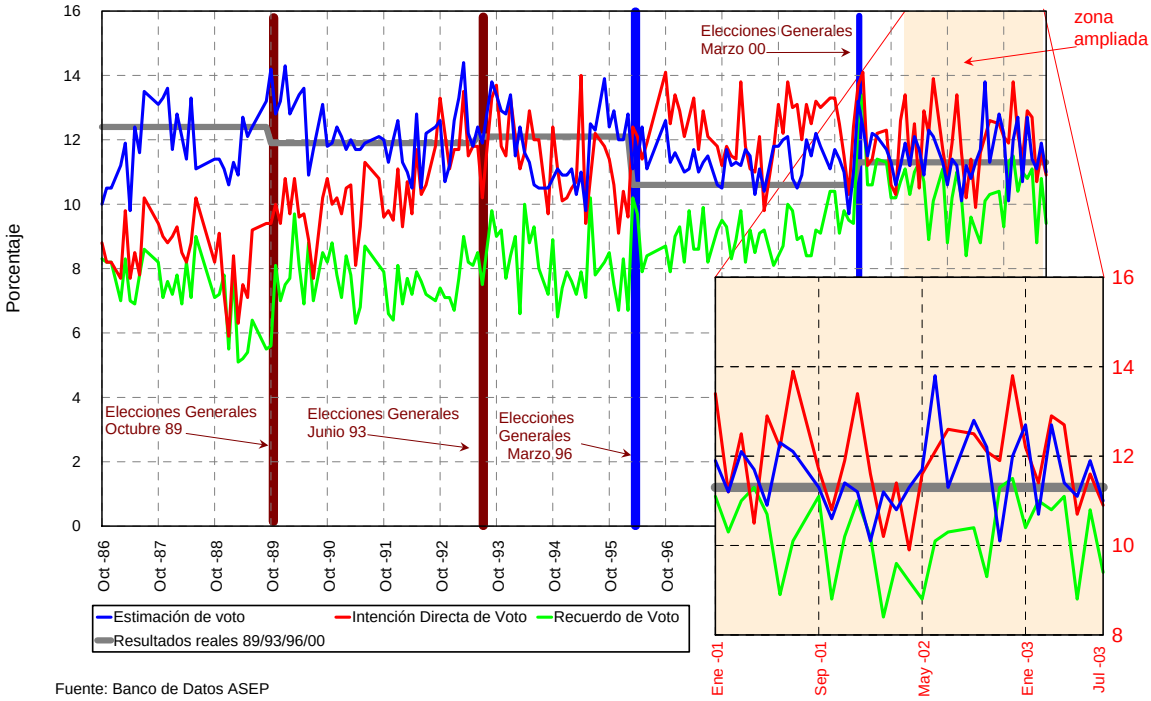
Fuente: Banco de Datos ASEP

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



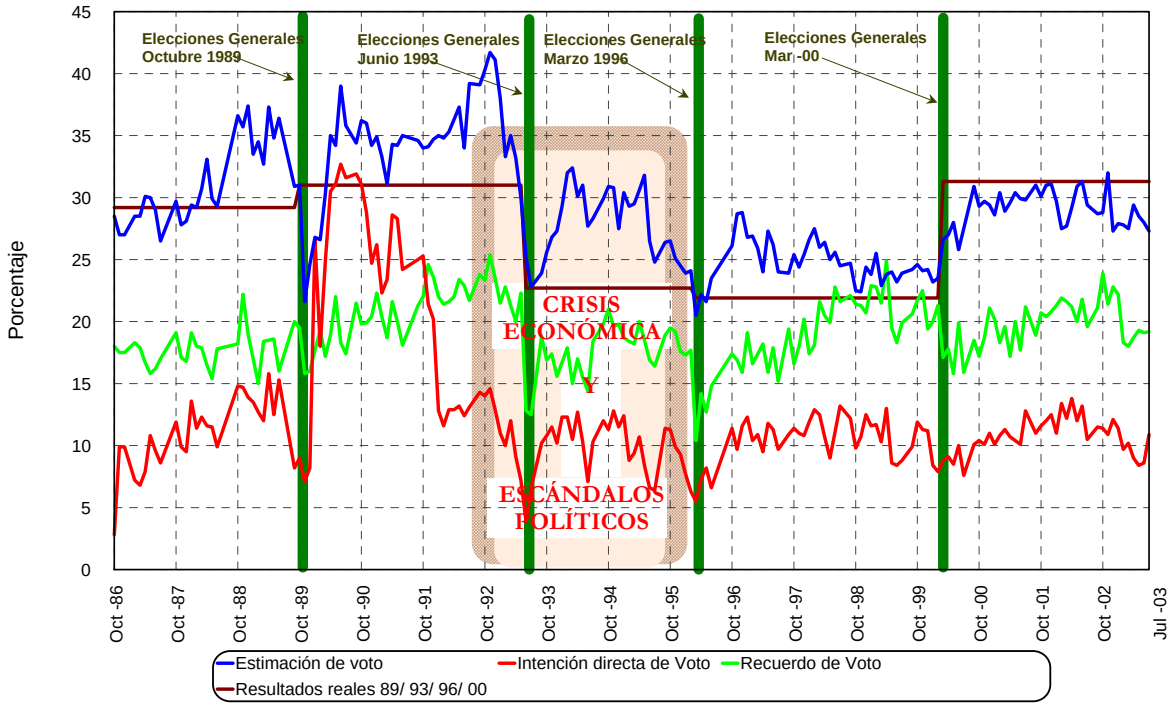
Fuente: Banco de Datos ASEP

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



Fuente: Banco de Datos ASEP

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



Fuente: Banco de Datos ASEP

5. UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

5. Utilización de Medios de Comunicación

Novedades más relevantes en el mes de Julio de 2003:

El mes de julio ha funcionado, desde el punto de vista del interés general de los españoles por el consumo de información, a medio gas, de tal modo que el seguimiento habría sido incluso menor de no haber sido porque el caso" Tamayo", inicialmente problemático para la Comunidad de Madrid, ha adquirido una importancia de carácter nacional a causa de las implicaciones que puede tener sobre el futuro del Partido Socialista, de cara a las elecciones generales de 2004.

Con los ecos de la guerra de Iraq semiapagados, es evidente que, ni la aprobación de una Constitución europea, ni la querella contra Atutxa en el País Vasco ni los 15.000 despidos anunciado por Telefónica han servido para incrementar el consumo de información de una forma significativa. Se diría más bien que los resultados ponen de manifiesto el tope de audiencia al que son capaces de llegar los medios de información en la actualidad cuando la sociedad se adentra en una fase tranquila previa al periodo de vacaciones estivales.

Lo cierto es que los datos de audiencia de informativos han sido poco sorprendentes, presentando leves recuperaciones de La Primera de TVE y Telecinco, así como de los diarios ABC, El Mundo y Marca o El Periódico, así como la confirmación de que, radiofónicamente hablando, solamente la Cadena Ser consolida y refuerza un liderazgo indiscutible, mientras que los informativos de la COPE y Onda Cero naufragan en unas cifras tan nefastas que, a fuerza de ser confirmadas sondeo tras sondeo, hacen que uno se pregunte qué tiene que suceder para que Luis Herrero y Jiménez Losantos sean relevados de sus programas, una vez que han demostrado ser incapaces de recuperar los resultados de hace ocho años, justo cuando el Partido Popular se proponía alcanzar el gobierno del país.

5.1. INDICE DE EXPOSICION A LA INFORMACIÓN

Este capítulo recoge la evolución en el "consumo" de prensa diaria, televisión y radio, para lo cuál se manejan las variables sociodemográficas habituales en el sondeo ASEP. Además, se agrega un índice de elaboración propia, el Indice de Exposición a la Información (IEI), cuyo objeto es distinguir los segmentos sociales en función del nivel de información al que están sometidos. Este índice combina ahora la lectura de diarios, la audiencia de programas de opinión en la radio y la audiencia de boletines de noticias en televisión y puede variar entre 0 y 200, con un nivel de equilibrio en 100.

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

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

El índice de julio de 2003 se ha situado en el IEI = 103, 4 puntos por encima que hace un año y uno más que el mes pasado. Ello se explicaría por la normalidad que ha venido caracterizando este último periodo si se exceptúa la tensión política que se respira en Madrid a causa de su Asamblea autonómica. En consecuencia, no existen motivos objetivos para que se modifiquen los comportamientos de consumo de información, dado que el trabajo de campo se hizo cuando la sociedad española aún no se ha tomado sus vacaciones estivales.

La lectura de prensa ha aumentado levemente, quizás por las promociones que acompañan a algunos diarios más leídos como El Mundo y ABC que han apostado por los cómics, o también por la música, opción escogida en este caso tanto por El País como por El Mundo. También podría explicarse el incremento del IEI a causa de la buena evolución experimentada por el diario Marca, un fenómeno que sin duda viene propiciado por el efecto “Beckham”, fichaje del Real Madrid cuya imagen ha trascendido más allá del fútbol.

La recuperación de la cadena Ser explicaría también el leve incremento del IEI, del mismo modo que la recuperación de la Primera de TVE en el medio televisivo.

Como se ha explicado en informes anteriores, al establecer comparaciones con los efectos de la tendencia del líder en otros indicadores como el Ibex35 de la Bolsa, se confirma que la buena evolución de las cadenas y publicaciones que lideran cada medio suelen ser explicativas de la evolución positiva que se observa en el conjunto de los medios afectados. Por lo tanto, si La Ser, líder de informativos radiofónicos, y La Primera de TVE en televisión mejoran sus resultados, la audiencia general de radio y televisión muestra una evolución positiva, favoreciendo el IEI. Si a ello se suma el efecto análogo de diarios como Marca, El Mundo, ABC, o El Periódico en prensa, la traslación se hace más palpable y lo hubiera sido incluso más de no ser porque El País y Telecinco han "pinchado", quizás por un ajuste de su audiencia más acorde con su realidad, una vez superados los grandes acontecimientos que contribuyeron al incremento rápido de su número de seguidores (Prestige, guerra en Iraq, elecciones municipales, etc...)

El dato más preocupante de este mes reposa en el escaso índice de exposición de los menores de 30 años y los mayores de 65 años. Si los medios de comunicación están diseñando sus espacios informativos con la vista puesta en la captación de las nuevas generaciones, es evidente que algo está fallando en sus esquemas de presentación. Por otra parte, si los informativos buscan una fórmula para conservar el público llamado a representar la mayor proporción de la audiencia, es decir los mayores, se diría que también están siguiendo una línea equivocada, pues este segmento tampoco alcanza el nivel de equilibrio.

Cuadro 5.1.1.

Indice de Exposición a la Información

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
	%											
Alta	14	13	15	15	14	14	15	14	13	19	13	15
Media	36	37	36	37	36	39	39	39	36	37	38	37
Baja	42	43	42	40	44	38	38	40	43	36	40	40
Ninguna	9	7	7	8	7	8	8	7	7	8	9	9
IEI	99	100	102	105	99	108	108	107	99	112	102	103

Cuadro 5.1.2.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total IEI	**99**	**100**	**102**	**105**	**99**	**108**	**108**	**107**	**99**	**112**	**102**	**103**
Edad:												
- 30 años	100	90	103	105	96	102	98	99	92	108	99	83
30-49 años	109	111	116	116	114	120	118	120	111	119	113	117
50-64 años	96	104	97	103	97	113	115	113	106	108	108	110
65 y más años	81	89	81	85	79	88	95	90	80	108	81	92
Posición Social:												
Baja	71	76	75	72	70	83	79	77	67	86	77	71
Media	108	108	109	119	112	116	120	113	108	117	109	110
Alta	139	129	151	140	133	151	139	165	142	159	145	152
Hábitat:												
Rural	93	98	98	93	86	94	95	97	96	101	100	93
Urbano	97	95	101	103	98	110	108	111	96	108	98	97
Metropolitano	108	111	109	118	115	117	120	111	107	128	113	123
Ideología:												
Izquierda	110	106	116	124	112	113	119	117	107	120	109	105
Centro	96	97	107	96	101	113	104	107	95	107	106	95
Derecha	113	115	96	102	90	127	116	114	122	133	113	118
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	118	114	122	122	108	128	120	121	117	126	118	118
Medio	96	95	99	97	100	100	102	104	92	104	95	96
Medio Bajo	78	84	84	94	83	97	100	98	84	107	92	93
Bajo	37	83	31	62	46	98	100	55	58	73	48	54
Clientes:												
Bancos	121	123	112	117	117	125	129	127	115	128	103	112
Cajas	98	96	104	107	96	107	108	106	100	111	106	104

5.2. PRENSA DIARIA

Julio no ha aportado grandes alteraciones con respecto al mes anterior. En todo caso, El País se habría "desinflado" al perder interés la etapa postelectoral y con los ánimos dañados por ver perdida la presidencia de la Asamblea de Madrid tras el caso "Tamayo". Por el contrario, ABC y El Mundo recuperan lectores, no sólo por la defensa encendida del Partido Popular ante sus electores, sino también quizás por el atractivo de sus nuevas promociones, es decir Tintin en BAC y los cómics de Marvel en El Mundo, además de los cd`s con lo mejor del pop español.

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

Permanecen los contrastes entre los distintos segmentos de la muestra, de tal manera que los de alta posición social , con edades entre los 30 y los 49 años y con ideología de centro son quienes muestran un mayor consumo de este tipo de información impresa. Sin embargo, no deja de llamar la atención que los porcentajes de lectura de los individuos con una exposición mayor a la lectura de diarios coincidan casi con aquellos que caracterizaban hace cuatro años al promedio de la población, agrupando a quienes leen más con quienes leen menos.

El número de diarios que mantienen unos porcentajes de lectores de 18 y más años con un 0,5% es de 33 y sigue existiendo uno solo, El País, que alcance más de un 4% de seguidores, en concreto un 4,8% de seguidores, de la misma forma que 1 cabecera supera el 3% de lectores: El Periódico (4,0%).

La Razón no consigue confirmar su recuperación mientras que Marca aprovecha coyunturalmente el efecto "Beckham" para dinamizar su lectura, coincidiendo complementariamente con el inicio del Tour de Francia.

% de Lectores el Día de Ayer

	Jul-2002	Jun-2003	Jul`2003	Diferencia 07-02 VS 07-03
El País	4,8	5,3	4,8	=
Marca	2,6	1,1	2,0	-0,6
El Mundo	1,7	1,5	1,8	+0,1
ABC	1,0	1,3	1,7	+0,7
El Periódico	2,6	3,2	4,0	+1,4
Vanguardia	1,8	2,1	1,7	-0,1

Solamente ABC, El Mundo y El Periódico recuperan lectores en relación con la situación de hace un año, lo que sin duda demuestra hasta qué punto la ausencia de noticias relevantes y la estabilidad actual devuelven los porcentajes habituales a cada diario, de tal modo que ninguno conoce datos mínimos ni máximos, sino propios de un promedio habitual para lo que ha sido el último periodo anual.

A lo largo del mes, las promociones que contribuían a mantener los índices de lectura parecen perder su efecto inicial, regresando a los niveles de lectura preocupantes que han caracterizado el conjunto del año

Así se explicaría que el porcentaje de lectores de prensa se mantenga en un 45%, 3 puntos por encima que hace un año.

Cuadro 5.2.1.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Total Lectores Periódicos	**42**	**43**	**44**	**47**	**45**	**47**	**45**	**45**	**40**	**49**	**44**	**45**
Edad:												
-30 años	46	43	47	51	44	48	45	47	39	52	46	39
30-49 años	49	52	52	54	55	54	51	54	49	56	52	55
50-64 años	38	41	37	43	41	44	47	46	37	44	43	49
65 y más años	28	30	31	30	30	33	34	29	28	38	27	31
Posición Social:												
Baja	26	26	27	27	26	31	28	25	23	31	26	25
Media	47	48	48	55	51	52	51	51	43	53	48	50
Alta	64	66	72	70	69	73	68	78	69	77	71	77
Ideología:												
Izquierda	50	46	51	52	52	49	49	50	46	52	47	48
Centro	37	41	45	45	45	48	42	46	40	47	50	41
Derecha	48	50	40	48	36	55	50	49	45	55	42	52
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	51	52	55	59	52	60	54	56	52	57	55	56
Medio	41	41	41	42	45	42	41	42	34	45	38	40
Medio bajo	29	30	33	38	31	38	39	36	31	43	33	37
Bajo	15	5	16	23	8	27	22	22	25	16	5	13
Clientes de:												
Bancos	52	54	50	55	52	55	56	53	47	56	46	51
Cajas	41	41	43	47	44	45	45	45	40	48	44	44

Cuadro 5.2.2.

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

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

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

5.3. RADIO

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

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

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

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

En julio de 2003 se ha percibido una estabilidad en la audiencia de informativos radiofónicos, de tal modo que el leve incremento que figura en el índice general de radioyentes no es sino el reflejo del único avance que ha tenido lugar, es decir el avance de la audiencia de la Cadena Ser, sin duda por el protagonismo concedido al caso Tamayo de la Asamblea de Madrid. Por lo demás, la ausencia de debate político y la eminente relajación en la actividad política y empresarial han conducido a un abandono progresivo de todos los programas de tarde y más especialmente de noche, excepto en el caso de la Cadena Ser, que mantiene su liderazgo con más fuerza, no tanto por progresar y captar nuevos oyentes sino porque las demás cadenas los pierden.

La recuperación de un punto en las audiencias conocida en julio es el resultado de la apatía de la audiencia, no solamente por el escaso efecto de las denuncias vertidas sobre

la política del gobierno, sino por la falta de resultados en la supuesta alternativa socialista, incapaz de rentabilizar casos como el Prestige y la guerra en Iraq.

En julio de 2003, la audiencia total de informativos radiofónicos entre los españoles de 18 y más años ha recuperado dos de los 5 puntos perdidos el mes pasado para establecerse en un 26%, un dato que sigue siendo poco esperanzador pese a superar en dos puntos al 24% de hace un año, más aún si se tiene en cuenta que, al igual que sucede con la prensa, es uno de los porcentajes más bajos registrados durante los últimos años.

“La Tarde” de Gemma Nierga parece ser el único programa de la tarde capaz de mantener cierta fidelidad de sus seguidores, tanto en relación con la situación de hace un mes como de hace un año. Apenas uno de cada cinco españoles conecta con los informativos matinales (21%), descendiendo hasta un ridículo 10% por las tardes y cayendo hasta un 7% por las noches.

La audiencia de las mañanas abandona nuevamente el seguimiento de informativos, quizás por el fin de la campaña electoral, confirmando así que el incremento de hace un mes fue estrictamente coyuntural.

El programa “Hoy por Hoy” de Iñaki Gabilondo en la Ser recupera los dos puntos perdidos el mes pasado, no así sus competidores en Onda Cero y COPE, situándose en un 11%. por delante de su compañera de cadena Gemma Nierga (5%) y de los informativos matinales de Onda Cero (5%).

Si se analiza el conjunto de la audiencia, se observa que los españoles con edades entre los de 50-64 años y 65 y más años escuchan los informativos matinales en proporciones algo superiores con respecto al promedio de la audiencia, mientras que las tertulias de la tarde tienen un grupo de seguidores especialmente amplio en las poblaciones rurales y entre los individuos con media y baja posición social. En otras palabras, los individuos con edades comprendidas entre los 18-29 años y los 30-49 años no muestran una atracción especial por este medio, mientras que los de mayor edad son los que mantienen la fidelidad a los esquemas actuales, que son los que imperaban hace doce años, cuando estaban en la parte alta del abanico de los 30-49 años.

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

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

El índice general sigue siendo por lo tanto muy bajo y confirma la progresiva desintegración de la audiencia en las cuatro cadenas más importantes de España, convirtiendo el espectro radiofónico en un mercado excesivamente atomizado donde la cadena SER acoge la audiencia más afín a la ideología de izquierda y donde RNE y COPE pugnan por la audiencia situada ideológicamente en el centro y la derecha.

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

No se producen sin embargo variaciones en la proporción de oyentes que sintonizan con las cuatro principales cadenas de radio en las tres franjas horarias, por lo que sigue siendo válido afirmar que, aunque es frecuente que en todos los programas de radio estudiados existan segmentos socioeconómicos cuya proporción es mayor a la media para el conjunto de dicho segmento, se siguen manteniendo ciertos sobrepesos muy pronunciados en todos ellos. Así, comenzando por los informativos de la mañana, se puede decir que "La Mañana" de COPE cuenta con una proporción especialmente importante de radioyentes entre 30 y 49 años, con ideología de derecha y con un nivel de educación medio.

Sin embargo, el programa de Onda Cero "Protagonistas" presenta sobrepesos con respecto a la media entre los de posición social alta y status socioeconómico alto. "Hoy

por Hoy" de la Cadena SER, confirma una vez más que la proporción de radioyentes con ideología de izquierda es superior a la que tiene lugar en los otros dos programas citados.

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

Cuadro 5.3.1.

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

JULIO 2003	Total Muestra	Total Oyentes	Mañana 6-10 h.	Tarde 5-8 h.	Noche 8-12 h.
TOTAL	**(1212)**	**(308)**	**(253)**	**(115)**	**(73)**
			%		
Edad:					
18 a 29 años	23	14	14	15	9
30 a 49 años	37	39	41	41	39
50 a 64 años	19	25	24	21	35
65 y más años	21	22	22	23	17
Posición Social:					
Baja	35	27	27	34	16
Media	49	53	54	47	56
Alta	16	21	20	20	28
Ideología:					
Izquierda	37	38	38	38	46
Centro	25	20	21	22	14
Derecha	18	19	16	16	19
Hábitat de Residencia:					
Rural	26	21	22	21	12
Urbano	48	45	44	50	51
Metropolitano	27	34	33	29	36
Educación del entrevistado:					
Baja	34	31	31	34	31
Media	50	45	46	45	40
Alta	16	24	22	21	29
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	37	38	35	38	49
Medio	46	43	46	39	31
Medio Bajo/Bajo	17	19	19	23	20
Clientes de:					
Bancos	27	31	30	32	30
Cajas	75	75	77	74	69
Exposición a la Información:					
Alta	15	58	57	60	61
Media	37	41	41	36	38
Baja	40	2	2	3	1

Cuadro 5.3.2.

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

	VII-02	IX-02	X-02	XI-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
TOTAL	**(1.212)**	**(1.212)**	**(1.208)**	**(1.202)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.209)**	**(1.210)**	**(1.205)**	**(1.210)**	**(1.215)**	**(1.212)**
Entre 6 y 10 h. Mañana												
-"La Mañana" de Luis Herrero (COPE)	4	5	4	4	3	4	5	5	5	6	4	3
-"Protagonistas" de Luis del Olmo (ONDA CERO)	6	6	7	6	5	6	7	6	5	6	5	5
-"Hoy por Hoy" de Iñaki Gabilondo (SER)	8	7	8	9	9	9	8	10	11	11	9	11
- "Buenos días" con Antonio Jiménez (RNE) (*)	3	5	4	5	3	5	5	3	4	5	4	3
% Radioyentes de Mañana	**19**	**21**	**21**	**22**	**19**	**22**	**23**	**22**	**21**	**24**	**20**	**21**
Entre 5 y las 8 h. Tarde												
-"La Ventana", de Gemma Nierga (SER)	4	3	4	4	5	3	4	4	4	6	4	5
-"Al tran tran", de José Antonio Abellán (COPE)	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2
-"Herrera y Punto" con Carlos Herrera (Onda Cero)	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	1
- "Lo que es la vida", de Nieves Herrero (RNE)	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	1	1
% Radioyentes de Tarde	**9**	**8**	**9**	**10**	**9**	**8**	**11**	**9**	**9**	**12**	**8**	**10**
Entre las 8 y las 12 h. Noche												
-"La Brújula", de Carmen Martínez Castro (ONDA CERO)	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
-"Hora 25", de Carlos Llamas (SER)	5	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	5
-"La Linterna", de Federico Jiménez Losantos (COPE)	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1
- "El Ojo crítico", de Paz Ramos (RNE)	1	1	1	1	*	1	1	*	1	1	*	*
-"24 horas", de Manuel Antonio Rico (RNE)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
% de Radioyentes de Noche	**9**	**7**	**7**	**7**	**7**	**7**	**7**	**6**	**7**	**9**	**6**	**7**
% Total de Oyentes de Informativos	**24**	**25**	**25**	**27**	**23**	**25**	**28**	**26**	**26**	**29**	**24**	**26**

(*) Hasta Septiembre 2002 estaba Julio Cesar Iglesias

Cuadro 5.3.3.

Perfil de Radioyentes de los Siguientes Programas de Radio.

JULIO 2003	Total	Mañana				Tarde				Noche				
		La Mañana	Prota-Gonistas	Hoy por hoy	Buenos días	La Ventana	La Tarde	A toda radio	Lo que es la Vida	La Brújula	Hora 25	La Linterna	El ojo Crítico	24 Horas
TOTAL	**(1212)**	**(37)**	**(62)**	**(132)**	**(41)**	**(66)**	**(22)**	**(17)**	**(13)**	**(13)**	**(55)**	**(10)**	**(3)**	**(7)**
						%								
Edad:														
18 a 29 años	23	10	12	17	7	13	17	16	14	7	7	18	-	-
30 a 49 años	37	39	45	41	36	45	33	55	24	48	38	53	66	15
50 a 64 años	19	26	28	23	24	21	13	17	45	29	37	29	-	54
65 y más años	21	25	15	19	33	22	37	12	16	16	19	-	34	31
Posición Social:														
Baja	35	32	30	21	30	30	46	17	46	15	17	-	-	15
Media	49	45	48	61	47	52	40	58	31	54	56	48	67	44
Alta	16	22	22	19	23	19	14	25	23	31	27	52	33	40
Ideología:														
Izquierda	37	17	29	50	35	43	27	17	46	31	51	32	67	31
Centro	25	22	32	19	10	23	23	30	8	16	17	11	-	-
Derecha	18	32	10	10	37	8	27	17	39	37	16	20	33	56
Hábitat de Residencia:														
Rural	26	24	16	24	22	21	23	12	30	15	12	11	33	13
Urbano	48	44	52	40	45	48	46	53	70	55	47	60	-	44
Metropolitano	27	32	32	36	33	31	32	35	-	30	40	30	67	42
Educación del entrevistado:														
Baja	34	29	36	25	38	31	46	24	39	39	30	9	34	31
Media	50	46	45	50	35	48	32	58	38	38	41	29	66	29
Alta	16	24	19	25	25	22	23	18	23	22	29	62	-	40
Status Socioeconómico Familiar:														
Alto, Medio alto	37	28	25	43	37	38	45	24	46	53	47	63	-	56
Medio	46	51	58	40	43	43	22	53	30	30	33	28	66	29
Medio Bajo/Bajo	17	22	17	18	20	19	32	23	24	16	20	10	34	15
Clientes de:														
Bancos	27	33	31	32	40	24	36	64	39	23	35	40	66	69
Cajas	75	81	81	75	68	76	82	60	68	63	69	60	100	58
Exposición a la Información:														
Alta	15	57	50	59	63	61	45	59	77	61	56	72	100	71
Media	37	40	48	39	37	34	50	35	23	39	43	28	-	29
Baja	40	3	2	2	-	5	5	6	-	-	2	-	-	-

5.4 TELEVISION

En julio de 2003, podría haberse pensado que las preferencias de la españoles, a la hora de conectar con los informativos televisivos, apenas han variado en relación con la situación de hace un año, como si nunca se hubieran producido efectos colaterales de los casos Prestige y la guerra de Iraq en el tratamiento que cada cadena concede a dichas noticias, desde una perspectiva editorial. Sin embargo, el dato de Telecinco delata que algo ha cambiado.

Efectivamente, si se comparan los datos actuales con los de hace un año, Ahora en julio, es cierto que La Primera ha experimentado un avance de tres puntos al mediodía y de un punto por la tarde noche, mientras que A3TV ha permanecido invariable, como si la audiencia mantuviera intacta su fidelidad a cada opción informativa. Sin embargo, Telecinco ha ganado 6 puntos porcentuales al mediodía y otros cinco puntos por la tarde noche, reduciendo su diferencia de forma espectacular con respecto a la Primera de TVE.

Hace un año, los informativos de La Primera de TVE parecían imbatibles, mientras que las dudas recaían en si A3TV se impondría a Telecinco o al revés. Ahora en julio, un año después, nadie discute que Telecinco ya no compite con A3TV sino con La Primera de TVE. Tampoco se percibe a La Primera como un líder imbatible sino vulnerable desde que Telecinco ha consolidado su imagen de imparcialidad, en contraste con el sesgo ideológico percibido en la información facilitada por La Primera de TVE.

Los informativos de televisión, con un 87% de seguidores, son en todo caso los espacios donde mejor se detecta el creciente rechazo de la audiencia hacia los contenidos, claramente supeditados, por una parte, al fútbol y, en segundo lugar, a las cámaras. La Primera de TVE y A3TV están sufriendo la mayor crisis de audiencia en sus informativos desde que las tres cadenas coexisten de una forma estable. Si se analizan los datos de audiencia de los distintos medios de comunicación, uno de los que sin duda llama más la atención es el total de seguidores de espacios televisivos en julio de 2003. Un 87% afirma seguir alguno de los informativos televisivos, dos puntos inferior al dato de hace un año.

No todos los informativos se han visto perjudicados de la misma manera pues. Los altibajos experimentados por los informativos de las distintas cadenas de televisión ponen de manifiesto que TVE ya no compite consigo misma sino con Telecinco, pues el público que se informa a través de las cadenas privadas ha roto el tope histórico del 25%.

A3TV tiene una audiencia del 21% al mediodía y de un 16% por la tarde, seis y siete puntos por debajo de Telecinco. En resumen, si no todos los informativos pierden audiencia en este caso se debe a que han desaparecido todos los temas que podían generar algún interés especial.

En julio de 2003, la audiencia de los informativos del mediodía es del 76%, uno de los peores datos en los últimos doce meses. Por la tarde noche sucede lo propio, si bien en este caso el porcentaje del 73% es más positivo gracias a la buena aceptación de Angels Barceló y Urdaci en relación con su situación de hace un año.

Hace un año, La Primera de TVE distanciaba en 10 puntos a su inmediato seguidor al mediodía, mientras que, por la tarde noche lo hacía en 9 puntos. Ahora en julio de 2003, La Primera aventaja a las privadas en sólo 7 puntos al mediodía y en 5 durante la tarde, lo que confirma que, de no producirse variaciones, la supremacía de los informativos podría estar viviendo sus últimos meses.

% Audiencia en 07/2003	**Mediodía**	**Tarde Noche**
La Primera de TVE	34%	28%
Telecinco	27%	23%
Antena 3 TV	21%	16%

El seguimiento de espacios informativos es del 76% al mediodía y del 73% por la tarde, es decir que el porcentaje ha mejorado dos puntos en el primer caso, cediendo uno por la tarde con respecto a la situación de junio de 2003.

La 2 se recupera lentamente y vuelve al 9%, con un promedio de recuperación de un punto porcentual al mes, aunque lejos del 12% que le caracterizaba hace tres años. La audiencia total de informativos de televisión es ahora de un 87%, es decir igual que en junio.

En cualquier caso, la estructura de la audiencia de boletines informativos de televisión es muy estable, es decir que, entre un mes y otro, aunque aumente o disminuya el número de televidentes y sus preferencias en cuanto a la programación, ello no afecta apenas al nivel de audiencia de informativos ni a su tipología a nivel global, por lo que los grupos que habitualmente conectan en mayor proporción son los de 30 a 49 años (37%), de posición social media (49%), con ideología de izquierda (37%) y de status socioeconómico medio (46%). De hecho, los porcentajes que se registran para cada uno de estos grupos difieren de forma poco significativa con respecto a los registrados en meses anteriores.

Tal como se muestra en el siguiente cuadro, la progresiva pérdida de televidentes que se apuntaba en meses pasados persiste:

	VII-02	**IX-02**	**X-02**	**XI-02**	**XII-02**	**I-03**	**II-03**	**III-03**	**IV-03**	**V-03**	**VI-03**	**VII-03**
Boletín Informativo del Mediodía:												
TVE1	31	35	35	36	32	32	35	35	31	35	31	34
Antena 3 TV	21	24	24	20	18	21	22	21	21	22	17	21
Tele 5	21	20	20	21	24	22	24	25	28	28	24	27
Boletín Informativo de la Noche												
TVE1	27	32	32	30	30	28	30	29	27	31	27	28
Antena 3 TV	15	19	19	15	22	17	19	17	17	17	15	16
Tele 5	18	20	20	19	14	23	24	23	27	25	24	23

Otra de las observaciones que merece una atención especial es el grado de seguimiento que tienen los boletines informativos de cada canal autonómico dentro de su Comunidad Autónoma. En este sentido, se ha podido constatar que el porcentaje de personas que sigue estos espacios al mediodía resulta especialmente significativo entre los que afirman ver el informativo de TV3 (43%) y el 28% de vascos que ven ETB.

Por la noche, la proporción de seguidores del informativo de TV3 (41%) no supera en este caso a la de los vascos que ven ETB (29%). En ambos casos, los porcentajes indican que las autonómicas no son ajenas a este proceso de pérdida de seguidores de informativos.

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

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

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

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

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

Cuadro 5.4.1.

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

JULIO 2003	Total Muestra	Total audiencia	Audiencia		
			Mediodía	Noche	Madrugada
TOTAL	**(1212)**	**(1050)**	**(942)**	**(889)**	**(67)**
Edad:			**%**		
18 a 29 años	23	22	22	21	19
30 a 49 años	37	37	35	37	36
50 a 64 años	19	19	20	19	23
65 y más años	21	22	24	23	22
Posición Social:					
Baja	35	36	37	36	27
Media	49	49	49	48	56
Alta	16	15	14	16	17
Ideología:					
Izquierda	37	37	36	38	38
Centro	25	25	26	25	38
Derecha	18	19	19	20	15
Hábitat de Residencia:					
Rural	26	27	26	28	24
Urbano	48	47	48	47	74
Metropolitano	27	26	26	25	3
Educación del entrevistado:					
Baja	34	33	35	33	40
Media	50	51	51	52	45
Alta	16	15	14	15	15
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	37	37	36	36	50
Medio	46	46	47	47	42
Medio Bajo/Bajo	17	17	18	17	8
Clientes de:					
Bancos	27	27	26	26	24
Cajas	75	76	76	77	83
Exposición a la Información:					
Alta	15	17	17	18	13
Media	37	41	40	42	33
Baja	40	42	44	39	54

Cuadro 5.4.2.

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

	VII-02		IX-02		X-02		XI-02		XII-02		I-03	
Total	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
MEDIODÍA												
- TVE-1, Ana Blanco y Jesús Alvarez	(1.212)	31	(1.212)	35	(1.208)	35	(1.202)	36	(1.210)	32	(1.215)	32
- Antena 3 con M. Prats y Susana Griso	(1.212)	21	(1.212)	24	(1.208)	22	(1.202)	20	(1.210)	18	(1.215)	21
- Tele 5, con Hilario Pino	(1.212)	21	(1.212)	20	(1.208)	21	(1.202)	21	(1.210)	24	(1.215)	22
Canales Autonómicos:												
-Andalucía: Canal Sur	(210)	22	(208)	25	(209)	25	(212)	28	(212)	29	(213)	22
- Cataluña: TV3	(194)	40	(193)	50	(183)	39	(197)	38	(189)	42	(192)	47
- Com. Valenciana: C9	(125)	30	(124)	30	(124)	27	(124)	25	(123)	22	(125)	26
- Galicia: TV G	(87)	5	(87)	9	(85)	5	(84)	30	(86)	11	(87)	9
- Madrid: Telemadrid	(153)	11	(154)	12	(162)	12	(148)	17	(156)	13	(156)	16
- País Vasco: ETB 2	(67)	18	(63)	22	(67)	45	(66)	20	(64)	45	(68)	27
% Televidentes de Mediodía	**(1.212)**	**75**	**(1.212)**	**78**	**(1.208)**	**78**	**(1.202)**	**77**	**(1.210)**	**76**	**(1.215)**	**79**
NOCHE:												
- TVE 1, Alfredo Urdaci y M. Escario	(1.212)	27	(1.212)	32	(1.208)	29	(1.202)	30	(1.210)	30	(1.215)	28
- La 2, con Lorenzo Milá.	(1.212)	8	(1.212)	8	(1.208)	8	(1.202)	8	(1.210)	7	(1.215)	8
- Antena 3, E. Sáenz de Buruaga y Olga Viza	(1.212)	15	(1.212)	19	(1.208)	19	(1.202)	15	(1.210)	14	(1.215)	17
- Tele 5, Ángeles Barceló	(1.212)	18	(1.212)	20	(1.208)	20	(1.202)	19	(1.210)	22	(1.215)	23
- Canal Plus, con Marta Reyero	(1.212)	1	(1.212)	1	(1.208)	1	(1.202)	2	(1.210)	1	(1.215)	1
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(210)	13	(208)	20	(209)	16	(212)	17	(212)	19	(213)	14
- Cataluña: TV3	(194)	37	(193)	44	(183)	41	(197)	36	(189)	39	(192)	42
- Comunidad Valenciana:C9	(125)	26	(124)	21	(124)	14	(124)	13	(123)	15	(125)	24
- Galicia: TVG	(87)	6	(87)	9	(85)	2	(84)	22	(86)	6	(87)	6
- Madrid: Telemadrid	(153)	8	(154)	7	(162)	8	(148)	8	(156)	8	(156)	11
- País Vasco: ETB 2	(67)	24	(63)	24	(67)	46	(66)	16	(64)	50	(68)	22
% Televidentes de Noche	**(1.212)**	**71**	**(1.212)**	**78**	**(1.208)**	**75**	**(1.202)**	**71**	**(1.210)**	**75**	**(1.215)**	**76**
MADRUGADA:												
- TVE-1, con Carmen Tomás (*)	(1.212)	4	(1.212)	4	(1.208)	3	(1.202)	4	(1.210)	3	(1.215)	4
- Antena-3, Rosa Mª Mateo	(1.212)	2	(1.212)	4	(1.208)	2	(1.202)	1	(1.210)	1	(1.215)	2
- Tele 5, Máximo Huertas	(1.212)	1	(1.212)	4	(1.208)	1	(1.202)	2	(1.210)	3	(1.215)	2
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(210)	2	(208)	4	(209)	4	(212)	5	(212)	2	(213)	2
- Cataluña: TV3	(194)	1	(193)	4	(183)	2	(197)	-	(189)	1	(192)	1
- Galicia: TVG	(87)	-	(87)	-	(85)	-	(84)	-	(86)	-	(87)	-
- País Vasco: ETB 2	(67)	2	(63)	2	(67)	1	(66)	2	(64)	-	(68)	4
% Televid.de Madrugada	**(1.212)**	**8**	**(1.212)**	**11**	**(1.208)**	**6**	**(1.202)**	**7**	**(1.210)**	**7**	**(1.215)**	**9**
% Total de Televidentes	**(1.212)**	**86**	**(1.212)**	**88**	**(1.208)**	**91**	**(1.202)**	**87**	**(1.210)**	**88**	**(1.215)**	**89**

Cuadro 5.4.2. (Continuación)

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

	II-03		III-03		IV-03		V-03		VI-03		VII-03	
Total	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
MEDIODIA												
- TVE-1: Ana Blanco y Jesús Alvarez	(1.209)	35	(1.210)	35	(1.205)	31	(1.210)	35	(1.215)	31	(1.212)	34
- Antena 3 M. Prats y Susana Griso	(1.209)	22	(1.210)	21	(1.205)	21	(1.210)	22	(1.215)	17	(1.212)	21
- Tele 5, con Hilario Pino	(1.209)	24	(1.210)	25	(1.205)	28	(1.210)	28	(1.215)	24	(1.212)	27
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(211)	20	(211)	26	(212)	21	(213)	20	(211)	21	(209)	19
- Cataluña: TV3	(191)	31	(191)	46	(193)	48	(194)	31	(194)	46	(191)	43
- Com. Valenciana: C9	(123)	28	(124)	28	(113)	25	(124)	12	(123)	12	(124)	14
- Galicia: TV G	(87)	27	(87)	16	(87)	22	(87)	6	(87)	10	(87)	5
- Madrid: Telemadrid	(154)	12	(154)	10	(154)	8	(160)	8	(156)	6	(152)	16
- País Vasco: ETB 2	(65)	35	(64)	44	(64)	45	(68)	31	(68)	37	(68)	28
% Televidentes de Mediodía	(1.209)	**79**	(1.210)	**81**	(1.205)	**77**	(1.210)	**80**	(1.215)	**74**	(1.212)	**78**
NOCHE:												
- TVE 1, Alfredo Urdaci y Mario Escario	(1.209)	30	(1.210)	29	(1.205)	27	(1.210)	31	(1.215)	27	(1.212)	28
- La 2, con Lorenzo Milá	(1.209)	7	(1.210)	7	(1.205)	6	(1.210)	7	(1.215)	8	(1.212)	9
- Antena 3, E. Sáenz de Buruaga y Olga Viza	(1.209)	19	(1.210)	17	(1.205)	17	(1.210)	17	(1.215)	15	(1.212)	16
- Tele 5, con Ángeles Barceló	(1.209)	24	(1.210)	23	(1.205)	27	(1.210)	25	(1.215)	24	(1.212)	23
- Canal Plus, con Marta Reyero	(1.209)	2	(1.210)	2	(1.205)	2	(1.210)	1	(1.215)	1	(1.212)	1
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(211)	16	(211)	20	(212)	13	(213)	17	(211)	18	(209)	14
- Cataluña: TV3	(191)	35	(191)	48	(193)	46	(194)	35	(194)	43	(191)	41
- Comunidad Valenciana: C9	(123)	27	(124)	29	(113)	11	(124)	13	(123)	8	(124)	13
Galicia: TVG	(87)	22	(87)	8	(87)	10	(87)	3	(87)	7	(87)	7
-Madrid: Telemadrid	(154)	9	(154)	8	(154)	2	(160)	8	(156)	6	(152)	9
- País Vasco: ETB 2	(65)	40	(64)	34	(64)	47	(68)	31	(68)	46	(68)	29
% Televidentes de Noche	(1.209)	**77**	(1.210)	**76**	(1.205)	**72**	(1.210)	**77**	(1.215)	**74**	(1.212)	**73**
MADRUGADA:												
- TVE-1, con Carmen Tomás (*)	(1.209)	3	(1.210)	4	(1.205)	2	(1.210)	4	(1.215)	4	(1.212)	3
- Antena-3, Rosa Mª Mateo	(1.209)	2	(1.210)	2	(1.205)	1	(1.210)	3	(1.215)	2	(1.212)	1
- Tele 5, Juan Pedro Valentín	(1.209)	3	(1.210)	2	(1.205)	3	(1.210)	3	(1.215)	3	(1.212)	2
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(211)	2	(211)	4	(212)	2	(213)	3	(211)	2	(209)	-
- Cataluña: TV3	(191)	1	(191)	2	(193)	1	(194)	1	(194)	1	(191)	2
- Galicia: TVG	(87)	1	(87)	-	(87)	-	(87)	-	(87)	1	(87)	-
- País Vasco: ETB 2	(65)	5	(64)	-	(64)	3	(68)	3	(68)	3	(68)	-
% Televidentes de Madrugada	(1.209)	**9**	(1.210)	**10**	(1.205)	**6**	(1.210)	**10**	(1.215)	**9**	(1.212)	**6**
% Total de Televidentes	(1.209)	**88**	(1.210)	**90**	(1.205)	**89**	(1.210)	**88**	(1.215)	**87**	(1.212)	**87**

Cuadro 5.4.3.

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

		MEDIODÍA			NOCHE					MADRUGADA		
JULIO 2003	**Total**	**TVE1**	**Antena 3**	**Tele 5**	**TVE1**	**La 2**	**Antena 3**	**Tele 5**	**Canal Plus**	**TVE1**	**Antena 3**	**Tele 5**
TOTAL	**(1212)**	**(412)**	**(252)**	**(325)**	**(338)**	**(111)**	**(190)**	**(276)**	**(16)**	**(35)**	**(13)**	**(20)**
							%					
Edad:												
18 a 29 años	23	14	30	27	13	24	24	26	6	11	29	28
30 a 49 años	37	29	41	37	30	51	43	37	70	30	41	37
50 a 64 años	19	24	15	18	24	12	16	18	12	30	30	15
65 y más años	21	33	14	18	33	12	17	19	13	30	-	20
Posición Social:												
Baja	35	45	28	35	44	24	28	38	6	35	-	35
Media	49	46	54	50	45	49	57	46	55	51	84	44
Alta	16	10	18	16	11	27	15	16	38	15	16	21
Ideología:												
Izquierda	37	21	33	49	19	44	33	54	68	26	23	60
Centro	25	30	27	17	29	17	29	18	-	46	61	19
Derecha	18	29	19	11	32	22	19	9	13	23	16	-
Hábitat de Residencia:												
Rural	26	30	19	22	29	32	20	22	19	31	15	20
Urbano	48	48	54	51	47	43	55	53	50	66	78	80
Metropolitano	27	22	27	28	23	26	25	25	32	3	7	-
Educación del entrevistado:												
Baja	34	47	22	28	46	25	28	27	6	49	25	31
Media	50	42	60	55	43	45	58	58	69	40	68	49
Alta	16	11	17	17	11	29	15	15	25	11	7	20
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	37	30	45	39	29	48	42	39	56	48	53	45
Medio	46	50	41	45	53	41	43	46	32	46	47	41
Medio Bajo/Bajo	17	20	14	15	18	11	14	16	12	6	-	15
Clientes de:												
Bancos	27	25	27	26	24	30	26	26	26	26	23	20
Cajas	75	73	77	76	74	75	76	80	68	86	77	84
Exposición a la Información:												
Alta	15	13	16	23	16	29	19	20	31	17	7	20
Media	37	37	41	38	38	41	43	40	44	23	39	39
Baja	40	50	43	38	46	30	38	40	25	60	54	40

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

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

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

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

En el polo opuesto, también han observado los españoles que El País se está decantando con mayor claridad por su partido más afín históricamente, de tal manera que el porcentaje de individuos que lo señala como favorable al PSOE ya se dispara hasta un 23%, mientras que en la Cadena SER se sitúa en un 16%.

El Mundo (24%) y A3TV (30%) han confirmado, con su línea editorial, su ya no oculta tendencia a favorecer al PP, mientras que la COPE (17%) regresa a sus orígenes.

☞ **En resumen, La Primera de TVE (53%), A3TV (30%), RNE (34%), ABC (35%) , Onda Cero (16%) y El Mundo (24%) son vistos como mayoritariamente pro- PP, mientras que El País (23%) y la Cadena SER (16%) son percibidos mayoritariamente como pro- PSOE.**

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

Cuadro 5.5.1.

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

JULIO 2003	Más favorable al PSOE	Más bien neutro	Más favorable al PP	Más favorable a otros partidos	NS/NC
Canales de TV					
TVE 1	1%	15	53	*	31
Antena 3	4%	26	30	2	38
Tele 5	14%	40	6	2	39
Canal Plus	11%	29	4	3	53
Canal Autonómico	6%	20	15	14	45
Cadenas de Radio					
RNE	1%	10	34	-	56
La SER	16%	18	4	2	60
COPE	3%	16	17	2	62
Onda Cero	2%	15	16	2	66
Periódicos					
ABC	1%	6	35	*	57
El País	23%	14	3	2	58
El Mundo	2%	13	24	2	59

Cuadro 5.5.2.

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

	VII-02	IX-02	X-02	X-02	XII-02	I-03	II-03	III-03	IV-03	V-03	VI-03	VII-03
Canales de TV												
TVE 1	49	48	50	52	44	47	46	48	48	46	48	48
Antena 3	70	72	69	72	68	72	72	73	75	70	71	75
Tele 5	104	104	107	103	102	105	103	106	107	111	109	108
Canal Plus	103	107	104	105	106	107	105	105	103	108	104	108
Canal Autonómico	89	95	94	94	92	90	94	92	93	92	95	91
Cadenas de Radio												
RNE	71	65	66	67	63	66	65	65	66	64	67	66
La SER	110	109	112	113	115	112	111	111	106	113	111	112
COPE	80	86	87	85	82	82	83	81	86	82	82	85
Onda Cero	86	87	87	88	83	85	84	85	86	83	86	87
Periódicos												
ABC	60	60	60	60	58	59	60	63	64	61	62	66
El País	121	125	124	121	126	124	121	119	118	122	119	120
El Mundo	74	78	78	77	73	76	77	76	83	79	80	78

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

Ejemplo:

	Más favorable al PSOE	Más favorable al PP
TVE 1	1%	53%

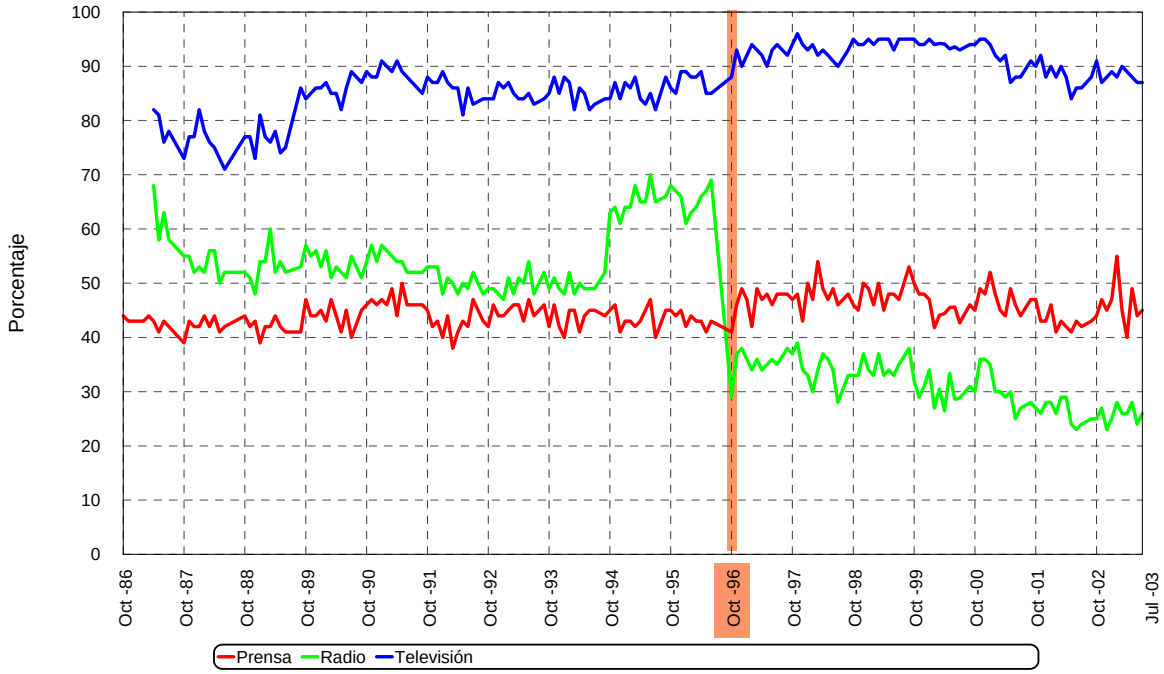
Indice = 100+1-53 = 48

Cuadro 5.5.3

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

		CADENAS DE TV					CADENAS DE RADIO				PERIODICOS		
JULIO 2003	Total	TVE1	A3	Tele 5	Canal Plus	Canales Autonómicos	RNE	SER	COPE	Onda Cero	ABC	El País	El Mundo
TOTAL	**(1212)**	**48**	**75**	**108**	**108**	**91**	**66**	**112**	**85**	**87**	**66**	**120**	**78**
Edad:													
18 a 29 años	(280)	39	71	112	108	88	61	109	81	84	65	121	72
30 a 49 años	(445)	43	71	109	110	88	62	118	82	85	59	125	73
50 a 64 años	(235)	48	76	105	106	94	67	110	87	87	66	119	79
65 y más años	(252)	66	85	104	105	96	79	108	93	92	79	113	91
Posición Social:													
Baja	(428)	63	86	108	106	95	77	109	90	92	77	113	88
Media	(594)	44	74	107	107	92	64	111	86	86	66	119	76
Alta	(189)	27	53	111	116	79	49	123	73	77	40	139	60
Ideología:													
Izquierda	(451)	32	61	108	110	87	56	117	78	79	58	125	66
Centro	(299)	59	86	108	105	90	73	109	92	89	65	118	81
Derecha	(223)	59	83	115	108	90	71	107	89	96	69	120	84
Hábitat de Residencia:													
Rural	(311)	56	81	115	110	92	67	115	81	87	67	122	78
Urbano	(579)	48	77	103	106	94	67	111	86	86	68	118	79
Metropolitano	(322)	41	65	110	109	84	64	112	88	87	60	122	74
Educación del entrevistado:													
Baja	(408)	66	83	101	103	95	80	106	94	93	79	110	91
Media	(609)	43	74	111	108	89	63	112	84	84	64	120	75
Alta	(192)	27	61	114	118	88	49	127	71	80	42	143	59
Status Socioeconómico Familiar:													
Alto, Medio alto	(450)	40	69	110	111	86	61	113	80	83	57	126	69
Medio	(552)	52	76	108	106	92	70	112	88	89	71	118	82
Medio Bajo/Bajo	(209)	55	85	104	105	100	69	111	89	90	70	115	84
Clientes de:													
Bancos	(324)	42	70	106	105	92	64	113	85	85	61	125	73
Cajas	(913)	48	75	110	108	91	67	113	85	86	66	120	78
Exposición a la Información:													
Alta	(180)	26	63	111	121	79	40	130	63	73	41	140	54
Media	(443)	45	70	109	107	91	66	113	82	82	60	124	73
Baja	(483)	56	81	107	104	94	73	107	93	94	76	111	89

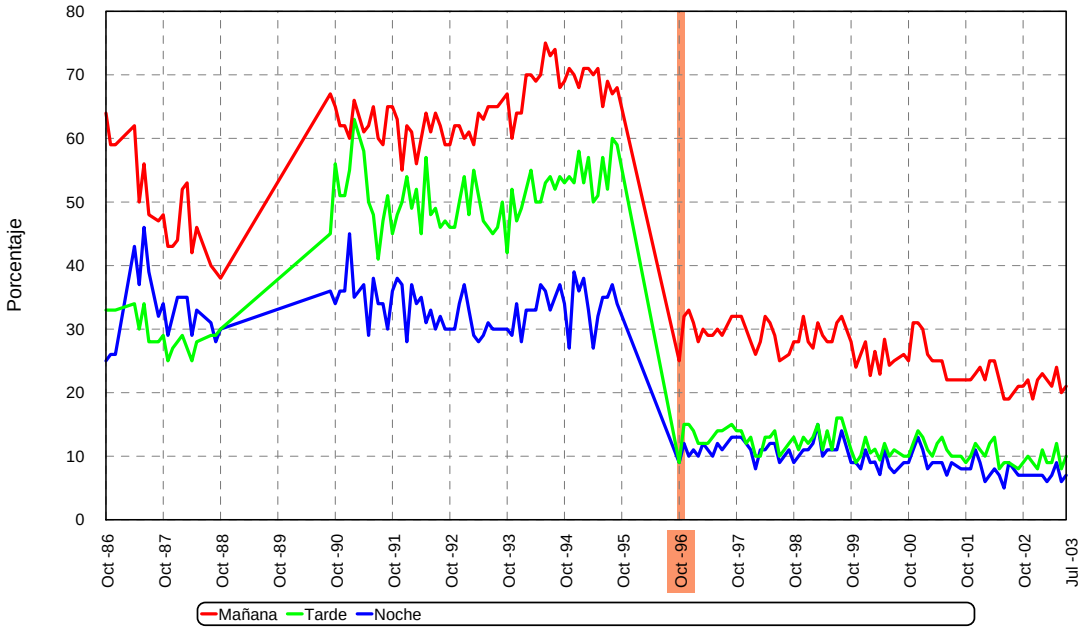
AUDIENCIA DE MEDIOS INFORMATIVOS



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

Fuente: Banco de Datos ASEP

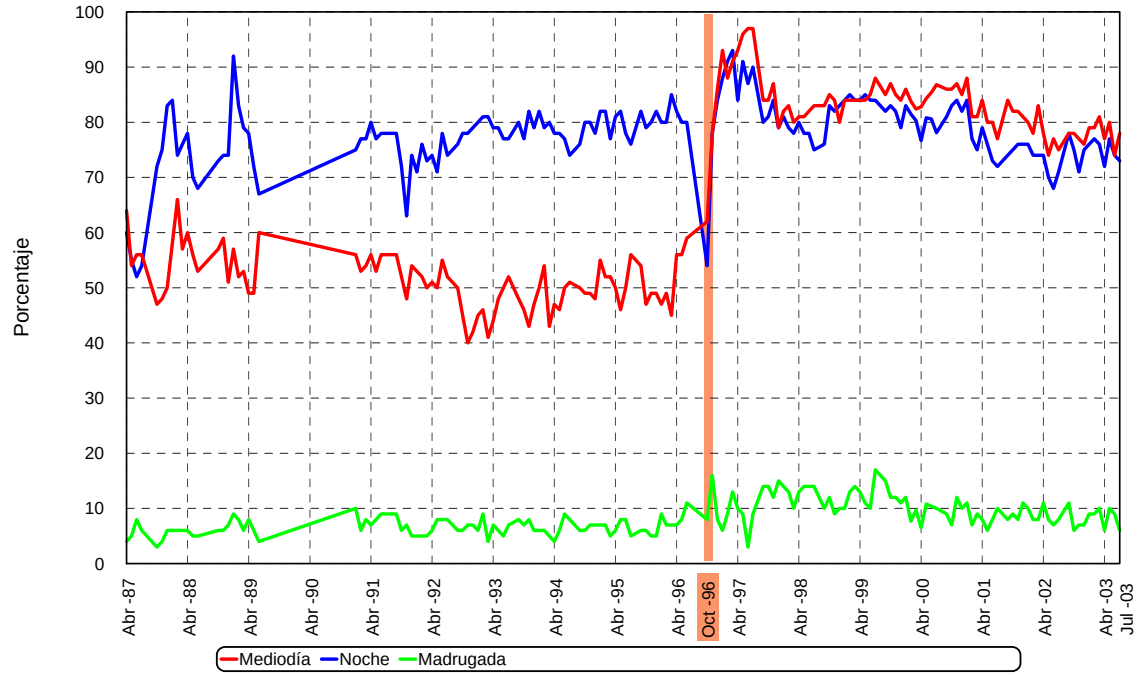
AUDIENCIA DE PROGRAMAS DE RADIO: INFORMATIVOS Y MAGAZINES



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

Fuente: Banco de Datos ASEP

AUDIENCIA DE PROGRAMAS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN



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

Fuente: Banco de Datos ASEP

6. LA ACTUALIDAD

6. La Actualidad

Las preguntas de este mes de julio han vuelto a centrarse principalmente en las consecuencias de las pasadas elecciones municipales y autonómicas, pero se ha preguntado también por la crisis del PSOE, por la sucesión de Aznar, por ciertas cuestiones de la actualidad internacional, y por los recientes fichajes y ceses en el Real Madrid Club de Fútbol.

6.1. ELECCIONES MUNICIPALES Y AUTONÓMICAS

Como es habitual después de unas elecciones municipales, y sobre todo en esta ocasión a causa de la actuación desleal de dos diputados electos en la lista del PSOE para la Asamblea de la Comunidad de Madrid, se han vuelto a convertir en materia de debate la propiedad de los escaños por parte del partido o del candidato, así como la elección del alcalde y los pactos post-electorales entre partidos que concurrieron por separado.

Mediante una escala de acuerdo-desacuerdo de cinco puntos se ha podido comprobar que existe un alto grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, ordenadas de mayor a menor grado de acuerdo:

1. Todos los partidos políticos han hecho pactos muy criticados por otros partidos para poder gobernar.

2. En los ayuntamientos debería ser alcalde el primero de la lista más votada, aunque no tenga la mayoría absoluta de los votos.

3. Sería mejor que el alcalde fuese el candidato más votado por los ciudadanos, aunque en la composición del ayuntamiento hubiese una mayoría de concejales que no fuesen del mismo partido, sino de una coalición entre otros partidos.

4. Debería ser alcalde el candidato que tenga el apoyo de al menos la mitad de los concejales, tanto si son de un solo partido como si son de varios partidos, como se hace ahora.

5. Es perfectamente válido y democrático que varios partidos se unan para obtener una mayoría superior a la de otro partido (aunque fuese el más votado), y poder gobernar en coalición.

Pero las opiniones son muy controvertidas, en el sentido de que los que están de acuerdo representan una proporción muy similar a los que están en desacuerdo, respecto a otra frase:

6. Lo mejor es que el partido que obtenga más votos sea el que nombre al alcalde y forme gobierno, y deberían prohibirse las coaliciones entre partidos después de las elecciones.

Las respuestas a estas frases sugieren la existencia de algunas contradicciones, que examinadas más de cerca no lo son tanto, sobre todo si se tiene en cuenta que los que están de acuerdo con una frase no tienen por qué ser necesariamente los mismos que los que están de acuerdo con otra. En cualquier caso, los ciudadanos parecen estar “más” de acuerdo con que sea alcalde el candidato del partido más votado, tenga o no la mayoría de los votos, y aunque su partido no tenga la mayoría de los concejales que componen el ayuntamiento (es decir, la opinión pública parece respaldar la idea de que se elija al alcalde directamente, como en un sistema presidencialista, con independencia de que en el concejo o asamblea municipal tenga o no mayoría el partido del alcalde). Por otra parte, parece predominar la opinión de los que aceptan los pactos post-electorales sobre los que creen que deberían prohibirse.

Si hacemos el análisis por características de la población, vemos que todos los grupos de la población están más bien de acuerdo respecto a las cinco primeras afirmaciones y sólo los de izquierda, los insatisfechos con el Gobierno y con la Democracia, los votantes de IU, de partidos nacionalistas de izquierda y de "otros" partidos y los que no saben lo que votaron en las últimas elecciones generales están en desacuerdo con que lo mejor es que el partido que obtenga más votos sea el que nombre al alcalde y forme gobierno, y deberían prohibirse las coaliciones entre partidos después de las elecciones.

De manera más concreta, y en relación con los pactos post-electorales, la opinión pública aprueba total o parcialmente los pactos entre el PP y el PSOE en el País Vasco para impedir que gobiernen los partidos nacionalistas, así como (en menor medida) los pactos entre el PSOE e IU para impedir que gobierne el PP. Pero la opinión pública se muestra muy controvertida respecto a los pactos de CiU con el PP o con el PSOE, o respecto a los pactos entre PSOE y PNV, realizados en diversas ocasiones. Y desaprueba mayoritariamente los pactos entre IU y PNV actualmente en el País Vasco.

Los votantes a partidos nacionalistas y a "otros" partidos y los que se consideran más nacionalistas son los únicos grupos que están en desacuerdo con la coalición entre el PP y PSOE en el País Vasco para impedir que gobiernen los partidos nacionalistas. Los entrevistados de derecha, los satisfechos con el Gobierno y los votantes del PP desaprueban el pacto entre el PSOE e IU para impedir que gobierne el PP. Y los votantes a partidos nacionalistas de derecha son los que aprueban en mayor medida los

pactos entre el PSOE y PNV en diversas ocasiones y entre IU y PNV actualmente en el País Vasco.

En el caso concreto de lo ocurrido en la Asamblea de la Comunidad de Madrid, solo uno de cada cuatro entrevistados no expresa su opinión (a pesar de ser un tema que afecta directamente solo a los madrileños, y tampoco se observa un consenso respecto a quién es el principal responsable de lo ocurrido, de manera que las opiniones se dividen entre quienes creen que la responsabilidad debe atribuirse a "la corrupción que surge alrededor de todos los partidos políticos" (19%), a "los dos diputados que han traicionado al PSOE" (17%), a "una trama de constructores y promotores inmobiliarios vinculados al PSOE" o a "una trama de constructores y promotores inmobiliarios vinculados al PP" (10% en cada caso).

Aunque la distribución por grupos de la población es muy similar a la distribución de la muestra total, podemos destacar que los votantes del PP piensan que los principales responsables de la crisis en la Comunidad de Madrid son los dirigentes del PSOE en general. Los votantes de IU creen que el principal responsable es una trama de constructores y promotores inmobiliarios vinculados al PP. Los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha acusan sobre todo a los dos diputados que han traicionado al PSOE y los votantes a partidos nacionalistas de izquierda señalan como el principal responsable a una trama de constructores y promotores inmobiliarios que procuran sacar provecho del PSOE y del PP, según convenga.

La mejor solución para el conflicto que se ha producido en la Comunidad de Madrid sería, según la opinión de casi la mitad de los entrevistados (44%), la de "que se convoquen nuevas elecciones, tanto si dimiten los dos diputados traidores como si no dimiten", si bien un 15% de los entrevistados opina que debería "gobernar el PSOE con Simancas, pero solo si los dos diputados traidores renuncian y son sustituidos por los dos siguientes en la lista" (debe tenerse en cuenta que las entrevistas se realizaron antes de que se produjese la votación en la Asamblea que no dio mayoría a ningún candidato y que, consecuentemente, hizo necesaria la convocatoria oficial de nuevas elecciones para el mes de septiembre).

No hay diferencias significativas en el análisis por características socioeconómicas.

Cuadro 6.1.1.

Acuerdo con distintas frases respecto a las elecciones.

JULIO 2003	Muy de acuerdo	Más bien de acuerdo	No sé, no tengo opinión	Más bien en desacuerdo	Muy en desacuerdo	NS/NC	INDICE
En los ayuntamientos debería ser alcalde el primero de la lista más votada, aunque no tenga la mayoría absoluta de los votos	13%	42	23	12	5	5	138
Es perfectamente válido y democrático que varios partidos se unan para obtener una mayoría superior a la de otro partido (aunque fuese el más votado), y poder gobernar en coalición	10%	33	28	16	7	6	120
Debería ser alcalde el candidato que tenga el apoyo de al menos la mitad más uno de los concejales, tanto si son de un solo partido como si son de varios partidos, como se hace ahora	11%	35	32	12	3	7	131
Lo mejor es que el partido que obtenga más votos sea el que nombre al alcalde y forme gobierno, y deberían prohibirse las coaliciones entre partidos después de las elecciones	7%	27	32	19	8	7	108
Todos los partidos políticos han hecho pactos muy criticados por otros partidos para lograr gobernar	16%	43	26	6	2	6	152
Sería mejor que el alcalde fuese el candidato más votado por los ciudadanos, aunque en la composición del ayuntamiento hubiese una mayoría de concejales que no fuesen del mismo partido, sino de una coalición entre otros partidos	8%	38	32	10	4	8	132

Cuadro 6.1.2.

Acuerdo con distintas frases respecto a las elecciones, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Total	(1212)	138	120	131	108	152	132
Edad:							
18 a 29 años	(280)	137	118	127	106	153	129
30 a 49 años	(445)	133	126	139	105	156	131
50 a 64 años	(235)	141	122	128	108	153	134
65 y más años	(252)	146	113	125	115	143	133
Posición Social							
Baja	(428)	139	121	126	106	143	129
Media	(594)	139	119	132	111	154	136
Alta	(189)	134	123	141	103	164	125
Ideología							
Izquierda	(451)	126	136	140	93	159	133
Centro	(299)	147	107	121	123	150	136
Derecha	(223)	154	109	128	120	151	120
Status Socioeconómico Familiar							
Alto, Medio alto	(450)	134	118	135	105	160	127
Medio	(552)	140	123	131	109	148	133
Medio Bajo/Bajo	(209)	143	121	125	111	147	137
Clientes de							
Bancos	(324)	138	120	130	106	156	133
Cajas	(913)	140	121	133	109	153	132
Hábitat:							
Rural	(311)	137	124	131	101	147	127
Urbano	(579)	140	119	130	112	151	135
Metropolitano	(322)	138	120	134	107	159	130
Exposición a la Información:							
Alta	(180)	134	123	133	101	157	137
Media	(443)	139	114	131	109	153	129
Baja	(483)	141	125	132	108	150	131
Ninguna	(105)	131	124	123	113	148	135
Nacionalismo							
Más nacionalista	(204)	131	129	137	97	151	141
Tan nac. como esp	(696)	138	118	130	111	150	130
Más español	(286)	142	121	129	109	157	128
Satisfacción con el Gobierno							
Satisfechos	(508)	153	111	124	121	151	130
Indiferentes	(189)	135	116	143	107	152	129
Insatisfechos	(507)	125	132	134	95	153	134
Satisfacción con la Democracia							
Satisfechos	(766)	144	120	128	115	151	130
Indiferentes	(184)	127	120	136	99	149	122
Insatisfechos	(249)	133	126	137	93	157	145
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000							
PP	(317)	153	107	127	124	152	129
PSOE	(333)	131	127	128	102	151	129
IU	(59)	104	148	153	77	170	114
Nacion.derecha	(54)	153	129	148	104	164	142
Nacion.izquierda	(21)	115	115	133	62	158	129
Otros, en blanco	(39)	127	123	123	92	130	148
No votó	(233)	134	118	125	105	148	128
No sabe	(33)	143	131	136	91	158	148
No contesta	(123)	146	124	147	123	152	146

1) En los ayuntamientos debería ser alcalde el primero de la lista más votada, aunque no tenga la mayoría absoluta de los votos.
2) Es perfectamente válido y democrático que varios partidos se unan para obtener una mayoría superior a la de otro partido (aunque fuese el más votado), y poder gobernar en coalición.
3) Debería ser alcalde el candidato que tenga el apoyo de al menos la mitad más uno de los concejales, tanto si son de un solo partido como si son de varios partidos, como se hace ahora.
4) Lo mejor es que el partido que obtenga más votos sea el que nombre al alcalde y forme gobierno, y deberían prohibirse las coaliciones entre partidos después de las elecciones.
5) Todos los partidos políticos han hecho pactos muy criticados por otros partidos para lograr gobernar.
6) Sería mejor que el alcalde fuese el candidato más votado por los ciudadanos, aunque en la composición del ayuntamiento hubiese una mayoría de concejales que no fuesen del mismo partido, sino de una coalición entre otros partidos.

Cuadro 6.1.3.

Actitud ante los pactos entre partidos políticos.

JULIO 2003	Apruebo totalmente	Más bien apruebo	No sé, no tengo opinión	Más bien desapruebo	Desapruebo totalmente	NS/NC	INDICE
Entre el PP y el PSOE en el País Vasco para impedir que gobiernen los partidos nacionalistas	14%	35	25	14	7	5	128
Entre el PSOE e IU para impedir que gobierne el PP	10%	28	28	19	9	6	110
Entre el PP con CiU en diversas ocasiones	4%	22	37	22	9	7	95
Entre el PSOE y CiU en diversas ocasiones	3%	23	38	20	9	7	98
Entre el PSOE y PNV en diversas ocasiones	3%	23	36	22	11	7	93
Entre IU y PNV actualmente en el País Vasco	4%	19	37	21	14	7	88

Cuadro 6.1.4.

Actitud ante los pactos entre partidos políticos, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Total	(1212)	128	110	95	98	93	88
Edad:							
18 a 29 años	(280)	128	118	90	99	93	94
30 a 49 años	(445)	130	118	94	100	95	87
50 a 64 años	(235)	124	95	99	95	88	82
65 y más años	(252)	130	102	99	98	95	90
Posición Social							
Baja	(428)	126	111	99	99	96	93
Media	(594)	129	109	92	97	88	83
Alta	(189)	132	112	96	102	102	93
Ideología							
Izquierda	(451)	120	147	91	110	104	99
Centro	(299)	140	93	97	98	88	84
Derecha	(223)	143	70	99	78	75	70
Status Socioeconómico Familiar							
Alto, Medio alto	(450)	142	111	94	96	87	81
Medio	(552)	124	110	95	100	95	92
Medio Bajo/Bajo	(209)	112	109	97	100	100	93
Clientes de							
Bancos	(324)	130	107	91	92	93	83
Cajas	(913)	127	112	94	100	94	90
Hábitat:							
Rural	(311)	123	110	98	96	92	87
Urbano	(579)	127	106	91	94	92	87
Metropolitano	(322)	136	118	99	107	96	92
Exposición a la Información:							
Alta	(180)	116	112	90	97	89	91
Media	(443)	129	107	99	101	96	87
Baja	(483)	134	112	96	98	95	89
Ninguna	(105)	123	114	84	89	81	83
Nacionalismo							
Más nacionalista	(204)	91	120	72	91	95	93
Tan nac. como esp	(696)	135	112	101	101	94	91
Más español	(286)	140	101	97	96	89	78
Satisfacción con el Gobierno							
Satisfechos	(508)	140	81	100	90	82	77
Indiferentes	(189)	126	107	92	96	89	84
Insatisfechos	(507)	118	141	92	108	106	101
Satisfacción con la Democracia							
Satisfechos	(766)	137	105	100	98	91	83
Indiferentes	(184)	126	108	95	98	95	91
Insatisfechos	(249)	105	128	80	101	99	102
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000							
PP	(317)	148	73	99	82	72	68
PSOE	(333)	136	142	97	110	102	90
IU	(59)	115	156	89	96	99	107
Nacion.derecha	(54)	58	110	81	107	144	132
Nacion.izquierda	(21)	52	129	62	109	91	105
Otros, en blanco	(39)	95	97	84	95	87	79
No votó	(233)	127	103	88	95	90	91
No sabe	(33)	127	130	100	100	94	88
No contesta	(123)	123	112	108	108	104	99

1) Entre el PP y el PSOE en el País Vasco para impedir que gobiernen los partidos nacionalistas
2) Entre el PSOE e IU para impedir que gobierne el PP
3) Entre el PP con CiU en diversas ocasiones
4) Entre el PSOE y CiU en diversas ocasiones
5) Entre el PSOE y PNV en diversas ocasiones
6) Entre IU y PNV actualmente en el País Vasco

Cuadro 6.1.5.

Principal responsable de la crisis en la Comunidad de Madrid, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	Otro	Ns/Nc
Total	(1212)	3%	10	4	5	10	17	7	19	1	25
Edad:											
18 a 29 años	(280)	2%	11	4	5	12	14	8	18	*	27
30 a 49 años	(445)	4%	10	2	5	11	16	9	21	*	21
50 a 64 años	(235)	2%	10	6	5	9	21	5	17	1	22
65 y más años	(252)	5%	10	3	4	7	16	5	16	1	32
Posición Social											
Baja	(428)	2%	9	4	4	6	18	5	17	*	34
Media	(594)	3%	11	4	5	11	17	8	19	1	21
Alta	(189)	7%	11	3	5	17	12	11	19	*	14
Ideología											
Izquierda	(451)	3%	4	1	7	18	19	11	19	*	18
Centro	(299)	4%	15	5	5	5	20	5	15	1	26
Derecha	(223)	6%	19	6	4	7	14	6	18	*	20
Status Socioeconómico Familiar											
Alto, Medio alto	(450)	5%	12	3	6	16	15	10	17	1	16
Medio	(552)	3%	11	4	4	7	17	7	18	1	29
Medio Bajo/Bajo	(209)	2%	6	4	5	5	18	2	24	*	33
Clientes de											
Bancos	(324)	4%	11	3	5	14	17	8	17	1	21
Cajas	(913)	3%	9	3	5	9	17	8	19	1	25
Hábitat:											
Rural	(311)	2%	12	4	3	7	15	10	24	1	22
Urbano	(579)	3%	10	4	5	10	19	5	16	1	28
Metropolitano	(322)	4%	9	3	7	13	15	9	18	1	22
Exposición a la Información:											
Alta	(180)	5%	8	4	7	13	17	12	20	1	12
Media	(443)	4%	12	4	6	12	17	8	19	*	18
Baja	(483)	3%	11	3	4	8	17	6	18	1	30
Ninguna	(105)	1%	6	2	2	8	14	2	15	1	49
Nacionalismo											
Más nacionalista	(204)	4%	5	4	7	11	18	8	20	-	24
Tan nac. como esp	(696)	4%	11	3	5	9	17	7	17	1	27
Más español	(286)	3%	13	5	3	13	15	7	23	*	19
Satisfacción con el Gobierno											
Satisfechos	(508)	6%	19	6	3	5	14	6	16	1	25
Indiferentes	(189)	-%	5	3	5	4	16	13	23	-	31
Insatisfechos	(507)	2%	4	1	7	18	19	6	20	*	22
Satisfacción con la Democracia											
Satisfechos	(766)	4%	13	4	5	10	18	7	14	1	24
Indiferentes	(184)	-%	6	3	3	6	10	12	24	1	36
Insatisfechos	(249)	3%	4	2	7	13	18	5	30	-	18
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000											
PP	(317)	6%	21	5	3	5	13	7	16	1	23
PSOE	(333)	2%	5	2	9	17	19	7	18	*	21
IU	(59)	-%	5	2	7	26	22	12	14	-	13
Nacion.derecha	(54)	6%	6	4	4	15	30	4	19	-	13
Nacion.izquierda	(21)	-%	-	-	-	14	10	52	14	5	5
Otros, en blanco	(39)	3%	10	-	5	15	13	8	23	-	23
No votó	(233)	2%	10	4	3	4	13	6	27	*	30
No sabe	(33)	3%	3	6	3	12	15	-	21	-	36
No contesta	(123)	4%	6	6	2	4	22	4	12	1	39

1) La Federación Socialista de Madrid
2) Los dirigentes del PSOE en general
3) Una trama de constructores y promotores inmobiliarios vinculados al PSOE
4) Los dirigentes del PP en general
5) Una trama de constructores y promotores inmobiliarios vinculados al PP
6) Los dos diputados que han traicionado al PSOE
7) Una trama de constructores y promotores inmobiliarios que procuran sacar provecho del PSOE y del PP, según convenga
8) La corrupción que surge alrededor de todos los partidos políticos

Cuadro 6.1.6.

Mejor solución para el conflicto en la Comunidad de Madrid, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	Ns/Nc
Total	(1212)	3%	15	3	5	44	31
Edad:							
18 a 29 años	(280)	4%	15	3	4	45	29
30 a 49 años	(445)	2%	19	3	5	45	26
50 a 64 años	(235)	4%	13	3	7	43	29
65 y más años	(252)	2%	10	3	4	39	42
Posición Social							
Baja	(428)	3%	9	2	4	38	43
Media	(594)	2%	17	4	5	46	26
Alta	(189)	2%	25	4	4	49	16
Ideología							
Izquierda	(451)	4%	25	4	2	41	24
Centro	(299)	2%	10	4	5	51	29
Derecha	(223)	4%	11	2	13	45	26
Status Socioeconómico Familiar							
Alto, Medio alto	(450)	3%	21	4	5	46	21
Medio	(552)	3%	12	3	5	45	33
Medio Bajo/Bajo	(209)	1%	10	4	4	36	45
Clientes de							
Bancos	(324)	3%	20	5	5	40	26
Cajas	(913)	2%	14	3	5	45	31
Hábitat:							
Rural	(311)	3%	11	2	5	50	30
Urbano	(579)	3%	15	4	6	38	35
Metropolitano	(322)	3%	19	3	3	47	24
Exposición a la Información:							
Alta	(180)	3%	21	6	4	46	21
Media	(443)	3%	18	4	6	46	24
Baja	(483)	2%	11	1	5	44	35
Ninguna	(105)	3%	10	7	1	25	54
Nacionalismo							
Más nacionalista	(204)	3%	14	5	2	45	31
Tan nac. como esp	(696)	3%	14	3	4	42	34
Más español	(286)	1%	19	2	9	46	23
Satisfacción con el Gobierno							
Satisfechos	(508)	2%	12	3	10	46	27
Indiferentes	(189)	3%	7	6	2	42	41
Insatisfechos	(507)	3%	21	3	1	42	29
Satisfacción con la Democracia							
Satisfechos	(766)	2%	16	3	5	45	29
Indiferentes	(184)	3%	7	5	4	40	41
Insatisfechos	(249)	4%	17	5	4	43	27
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000							
PP	(317)	3%	11	1	11	46	27
PSOE	(333)	5%	23	4	1	42	26
IU	(59)	3%	29	6	5	32	23
Nacion.derecha	(54)	-%	19	4	2	55	20
Nacion.izquierda	(21)	-%	14	5	-	44	37
Otros, en blanco	(39)	-%	16	5	-	54	25
No votó	(233)	1%	9	4	5	45	35
No sabe	(33)	6%	6	-	3	46	39
No contesta	(123)	1%	9	3	2	36	49

1) Que gobierne el PSOE con Simancas y con el respaldo de los dos diputados traidores.
2) Que gobierne el PSOE con Simancas, pero solo si los dos diputados traidores renuncian y son sustituidos por los dos siguientes en la lista.
3) Que gobierne el PSOE pero con otro presidente en lugar de Simancas.
4) Que gobierne el PP en minoría.
5) Que se convoquen nuevas elecciones, tanto si dimiten los dos diputados traidores como si no dimiten.

6.2. CONFLICTOS INTERNOS EN EL PSOE

El resultado de las elecciones municipales y autonómicas, el conflicto en la Asamblea de Madrid, y el Debate sobre el Estado de la Nación, han provocado enfrentamientos y conflictos internos en el PSOE que parecen estar llegando a cuestionar, incluso, el liderazgo de Rodríguez Zapatero y su equipo.

Así, ante la pregunta de si el PSOE es actualmente un partido totalmente unido o un partido con grandes diferencias por Comunidades Autónomas, más de la mitad de los entrevistados (56%) optan por esta última opinión, y solo un 20% (proporción inferior a la que afirma haber votado o tener la intención de votar al PSOE en las próximas elecciones) afirma que el PSOE es un partido totalmente unido. En otras palabras, ni siquiera los votantes del PSOE consideran que su partido está unido.

Los entrevistados de derecha y los votantes del PP y de partidos nacionalistas de derecha son los que en mayor medida opinan que el PSOE es un partido con grandes diferencias por CCAA, además, aunque en menor medida, los de izquierda piensan también que el PSOE no es un partido unido. Sólo entre los votantes del PSOE hay mayor proporción de entrevistados que creen que el PSOE es un partido unido frente a los que creen que es un partido con diferencias, aunque con diferencias poco significativas (40% y 38% respectivamente).

No obstante, un 70% de los entrevistados opina que Rodríguez Zapatero será el candidato del PSOE a la Presidencia del Gobierno en las próximas elecciones del 2004, si bien solo un 38% desearían que fuese él el candidato, frente a un 10% que desearía que lo fuese Felipe González. Tomando solo en consideración a los que afirman tener intención de votar al PSOE en las próximas elecciones del 2004, se observa que un 86% esperan que el candidato de su partido sea Rodríguez Zapatero, y un 64% desearía también que fuese él el candidato, aunque un 17% preferiría a Felipe González.

Como es de esperar los entrevistados de izquierda y los votantes del PSOE y de partidos nacionalistas de derecha son los que esperan que Rodríguez Zapatero sea el candidato a la Presidencia del Gobierno en las próximas elecciones generales (alrededor del 85%), mientras que entre los que desearían que Rodríguez Zapetero sea el candidato a la Presidencia del Gobierno, destacan los votantes al PSOE (61%).

Cuadro 6.2.1.

Opinión respecto al PSOE,
por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	El PSOE es un partido totalmente unido	En el PSOE hay grandes diferencias por CCAA	Ns/Nc
Total	(1212)	20%	56	24
Edad:				
18 a 29 años	(280)	23%	56	21
30 a 49 años	(445)	21%	56	22
50 a 64 años	(235)	19%	57	24
65 y más años	(252)	16%	53	32
Posición Social				
Baja	(428)	20%	49	31
Media	(594)	19%	58	23
Alta	(189)	23%	64	14
Ideología				
Izquierda	(451)	32%	46	22
Centro	(299)	18%	58	24
Derecha	(223)	9%	77	14
Status Socioeconómico Familiar				
Alto, Medio alto	(450)	25%	57	19
Medio	(552)	19%	54	27
Medio Bajo/Bajo	(209)	13%	57	31
Clientes de				
Bancos	(324)	24%	55	21
Cajas	(913)	19%	55	25
Hábitat:				
Rural	(311)	20%	53	27
Urbano	(579)	21%	54	25
Metropolitano	(322)	19%	61	21
Exposición a la Información:				
Alta	(180)	21%	65	13
Media	(443)	21%	59	20
Baja	(483)	17%	52	30
Ninguna	(105)	26%	39	36
Nacionalismo				
Más nacionalista	(204)	21%	60	19
Tan nac. como esp	(696)	22%	51	28
Más español	(286)	17%	64	19
Satisfacción con el Gobierno				
Satisfechos	(508)	14%	69	17
Indiferentes	(189)	16%	47	37
Insatisfechos	(507)	28%	46	26
Satisfacción con la Democracia				
Satisfechos	(766)	22%	57	21
Indiferentes	(184)	13%	46	41
Insatisfechos	(249)	21%	59	20
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000				
PP	(317)	10%	73	17
PSOE	(333)	40%	38	22
IU	(59)	22%	59	19
Nacion.derecha	(54)	8%	74	19
Nacion.izquierda	(21)	-%	63	37
Otros, en blanco	(39)	10%	67	23
No votó	(233)	17%	52	30
No sabe	(33)	18%	52	30
No contesta	(123)	9%	50	41

Cuadro 6.2.2.

Candidato del PSOE que espera para la Presidencia del Gobierno en las elecciones del 2004, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	José Luis Rodríguez Zapatero	Felipe González	Javier Solana	José Bono	Francisco Vázquez	Otro	Ns/Nc
Total	(1212)	70%	2	2	3	*	*	22
Edad:								
18 a 29 años	(280)	72%	4	2	2	-	-	20
30 a 49 años	(445)	75%	1	2	4	*	-	17
50 a 64 años	(235)	72%	1	2	2	*	-	22
65 y más años	(252)	59%	2	2	5	*	*	32
Posición Social								
Baja	(428)	63%	2	1	3	*	*	30
Media	(594)	74%	2	2	3	*	-	19
Alta	(189)	75%	2	4	6	-	-	13
Ideología								
Izquierda	(451)	85%	3	2	2	-	*	8
Centro	(299)	69%	1	2	4	*	-	23
Derecha	(223)	59%	2	4	6	1	-	28
Status Socioeconómico Familiar								
Alto, Medio alto	(450)	75%	2	3	4	*	*	15
Medio	(552)	70%	2	1	3	*	-	24
Medio Bajo/Bajo	(209)	60%	1	3	4	1	-	31
Clientes de								
Bancos	(324)	72%	2	2	3	*	*	20
Cajas	(913)	71%	2	2	3	*	*	22
Hábitat:								
Rural	(311)	69%	2	1	2	-	-	25
Urbano	(579)	71%	2	2	4	1	-	22
Metropolitano	(322)	71%	3	4	3	-	*	19
Exposición a la Información:								
Alta	(180)	74%	2	4	6	1	-	14
Media	(443)	72%	3	3	4	*	*	18
Baja	(483)	68%	1	1	2	*	-	27
Ninguna	(105)	66%	3	-	2	-	-	30
Nacionalismo								
Más nacionalista	(204)	76%	2	2	2	-	*	17
Tan nac. como esp	(696)	70%	1	1	2	*	-	25
Más español	(286)	67%	3	5	8	1	-	17
Satisfacción con el Gobierno								
Satisfechos	(508)	64%	2	3	5	1	-	25
Indiferentes	(189)	61%	1	1	2	-	-	35
Insatisfechos	(507)	80%	2	2	2	-	*	13
Satisfacción con la Democracia								
Satisfechos	(766)	70%	2	2	4	-	-	22
Indiferentes	(184)	67%	3	1	1	1	-	28
Insatisfechos	(249)	74%	3	3	3	1	*	15
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000								
PP	(317)	62%	1	3	6	1	-	27
PSOE	(333)	83%	2	2	1	-	*	10
IU	(59)	77%	3	2	8	-	-	10
Nacion.derecha	(54)	85%	-	4	4	-	-	7
Nacion.izquierda	(21)	52%	-	5	-	-	-	43
Otros, en blanco	(39)	69%	-	2	3	-	-	25
No votó	(233)	65%	3	1	2	-	-	29
No sabe	(33)	61%	-	-	-	3	-	36
No contesta	(123)	62%	2	1	3	-	-	32

Cuadro 6.2.2. (continuación)

Candidato del PSOE que espera para la Presidencia del Gobierno en las elecciones del 2004, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	José Luis Rodríguez Zapatero	Felipe González	Javier Solana	José Bono	Francisco Vázquez	Otro	Ns/Nc
Total	(1212)	70%	2	2	3	*	*	22
Intención de Voto:								
PP	(335)	63%	1	4	6	1	-	24
PSOE	(369)	86%	4	2	2	-	*	7
IU	(64)	77%	1	3	9	-	-	9
Nacion.derecha	(52)	77%	4	4	4	-	-	11
Nacion.izquierda	(33)	54%	-	3	-	-	-	42
Otros, en blanco	(47)	68%	-	-	2	-	-	30
No votará	(132)	62%	1	-	2	-	-	35
No sabe	(105)	53%	2	-	3	-	-	43
No contesta	(75)	61%	1	-	1	-	-	36

Cuadro 6.2.3.

Candidato del PSOE que desearía para la Presidencia del Gobierno en las elecciones del 2004, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	José Luis Rodríguez Zapatero	Felipe González	Javier Solana	José Bono	Francisco Vázquez	Otro	Ns/Nc
Total	(1212)	38%	10	4	6	1	1	39
Edad:								
18 a 29 años	(280)	41%	11	3	6	1	1	38
30 a 49 años	(445)	40%	8	6	7	*	2	38
50 a 64 años	(235)	34%	10	5	7	*	2	42
65 y más años	(252)	36%	11	3	6	2	1	42
Posición Social								
Baja	(428)	35%	11	3	5	1	1	45
Media	(594)	40%	9	5	7	*	2	37
Alta	(189)	38%	9	7	9	*	2	35
Ideología								
Izquierda	(451)	56%	14	4	5	*	2	19
Centro	(299)	34%	6	5	9	*	1	43
Derecha	(223)	22%	9	6	7	2	1	53
Status Socioeconómico Familiar								
Alto, Medio alto	(450)	43%	10	5	8	1	1	32
Medio	(552)	36%	10	4	6	1	1	42
Medio Bajo/Bajo	(209)	34%	7	3	5	1	2	48
Clientes de								
Bancos	(324)	44%	8	5	7	1	1	35
Cajas	(913)	37%	10	5	6	*	2	39
Hábitat:								
Rural	(311)	36%	10	3	6	*	*	45
Urbano	(579)	41%	10	5	7	1	1	36
Metropolitano	(322)	36%	9	5	7	1	3	40
Exposición a la Información:								
Alta	(180)	42%	12	5	6	1	3	32
Media	(443)	38%	9	5	8	1	1	38
Baja	(483)	37%	10	4	6	*	1	42
Ninguna	(105)	38%	6	3	5	-	-	48
Nacionalismo								
Más nacionalista	(204)	37%	9	6	5	-	4	38
Tan nac. como esp	(696)	41%	8	4	5	*	*	42
Más español	(286)	35%	14	5	11	1	1	33
Satisfacción con el Gobierno								
Satisfechos	(508)	29%	9	5	9	1	1	46
Indiferentes	(189)	36%	7	2	5	-	-	51
Insatisfechos	(507)	48%	12	5	5	*	2	28
Satisfacción con la Democracia								
Satisfechos	(766)	37%	8	5	8	1	1	41
Indiferentes	(184)	42%	13	1	4	-	1	40
Insatisfechos	(249)	41%	11	6	4	1	3	34
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000								
PP	(317)	25%	8	5	8	2	2	51
PSOE	(333)	61%	17	2	6	*	1	13
IU	(59)	44%	12	3	10	-	2	29
Nacion.derecha	(54)	28%	6	19	4	-	4	39
Nacion.izquierda	(21)	15%	9	10	-	-	-	66
Otros, en blanco	(39)	31%	2	2	8	-	5	51
No votó	(233)	32%	7	4	4	1	1	51
No sabe	(33)	33%	9	3	10	-	-	45
No contesta	(123)	33%	2	3	5	-	1	55

Cuadro 6.2.3. (continuación)

Candidato del PSOE que desearía para la Presidencia del Gobierno en las elecciones del 2004, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	José Luis Rodríguez Zapatero	Felipe González	Javier Solana	José Bono	Francisco Vázquez	Otro	Ns/Nc
Total	(1212)	38%	10	4	6	1	1	39
Intención de Voto:								
PP	(335)	24%	8	6	9	2	2	49
PSOE	(369)	64%	17	4	6	1	1	8
IU	(64)	45%	9	3	9	-	3	31
Nacion.derecha	(52)	23%	10	15	6	-	2	44
Nacion.izquierda	(33)	12%	8	6	3	-	3	66
Otros, en blanco	(47)	31%	2	2	7	-	2	56
No votará	(132)	25%	4	2	2	-	-	66
No sabe	(105)	26%	6	2	8	-	1	58
No contesta	(75)	34%	4	1	1	-	1	59

6.3. LA SUCESION DE AZNAR

Cuando se formulan las mismas preguntas en relación con el PP, se observa una mayor confusión y división de opiniones en las respuestas. Así, al no haberse nombrado al candidato-sucesor de Aznar, son varios los posibles candidatos que podría haber para las próximas elecciones, según la opinión pública, de manera que entre un 10% y un 14% de los entrevistados opinan que el candidato del PP podría ser el propio Aznar (14%), Mariano Rajoy, Alberto Ruiz Gallardón, y Rodrigo Rato (12%), mientras que Mayor Oreja ya es solo mencionado por un 8% de los entrevistados. En cuanto al candidato deseado, casi la mitad de los entrevistados no menciona ningún nombre (49%), pero un 14% mencionan a Ruiz Gallardón y un 11% al propio Aznar, a pesar de que éste ha dejado muy claro que no se presentará como candidato. Entre los votantes del PP las opiniones son muy similares, de manera que un 20% de los entrevistados esperan respectivamente que el candidato del PP a la Presidencia sea Mariano Rajoy o el propio Aznar, un 16% creen que lo será Ruiz Gallardón, y un 12% creen que lo será Rodrigo Rato. Y en cuanto a sus deseos, el 28% de los votantes del PP desearía que el candidato fuese Aznar, un 17% desearía que fuese Ruiz Gallardón, un 16% desearía que lo fuese Rajoy, un 10% preferiría a Mayor Oreja, y solo un 7% menciona a Rodrigo Rato.

Desconociendo al elaborar el cuestionario que Aznar sería mencionado espontáneamente como candidato “esperado” y “deseado” al preguntar por el candidato del PP a la Presidencia en el 2004, se había planteado una pregunta concreta sobre las posibilidades que según el entrevistado existían de que Aznar se presentase, y sobre sus deseos de que lo hiciese así. Pues bien, un 20% de los entrevistados opina que hay muchas o bastantes posibilidades de que Aznar sea el candidato del PP a las elecciones del 2004 (frente a un 63% que creen que sus posibilidades son pocas o ningunas en absoluto), y un 22% desearían que fuese el candidato (frente a un 58% que no lo desearía).

Sólo los satisfechos con el Gobierno y los votantes del PP desearían bastante o mucho que Aznar se presentara como Candidato del PP a la Presidencia del Gobierno en el 2004. El resto de los grupos de la población creen que sus posibilidades de presentarse son pocas o ninguna y además no lo desearían.

Cuadro 6.3.1.

Candidato del PP que espera para la Presidencia del Gobierno en las elecciones del 2004, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	José Mª Aznar	Mariano Rajoy	Rodrigo Rato	Jaime Mayor Oreja	Alberto Ruiz Gallardón	Javier Arenas	Angel Acebes	Otro	Ns/Ns
Total	(1212)	14%	13	11	8	12	4	*	1	37
Edad:										
18 a 29 años	(280)	14%	13	10	6	12	5	*	1	39
30 a 49 años	(445)	12%	13	13	9	13	4	*	1	33
50 a 64 años	(235)	13%	16	12	7	12	4	*	*	35
65 y más años	(252)	20%	11	8	7	10	1	-	-	44
Posición Social										
Baja	(428)	18%	12	6	8	8	2	-	*	45
Media	(594)	13%	15	12	7	13	4	*	1	35
Alta	(189)	13%	12	20	9	18	5	-	1	23
Ideología										
Izquierda	(451)	12%	13	10	8	14	4	*	1	38
Centro	(299)	22%	8	12	8	9	4	*	1	36
Derecha	(223)	18%	22	13	9	18	3	-	*	16
Status Socioeconómico Familiar										
Alto, Medio alto	(450)	12%	13	16	7	18	4	*	1	29
Medio	(552)	14%	14	8	7	10	3	*	1	42
Medio Bajo/Bajo	(209)	22%	12	6	9	6	3	-	-	42
Clientes de										
Bancos	(324)	13%	14	15	8	13	4	-	1	32
Cajas	(913)	15%	15	11	7	12	4	*	1	36
Hábitat:										
Rural	(311)	15%	21	12	6	11	4	-	*	33
Urbano	(579)	14%	11	10	8	11	3	*	1	41
Metropolitano	(322)	15%	11	11	8	15	4	*	1	35
Exposición a la Información:										
Alta	(180)	9%	13	18	15	16	5	1	1	23
Media	(443)	16%	16	14	7	12	5	-	1	30
Baja	(483)	15%	13	7	5	12	2	*	1	44
Ninguna	(105)	15%	6	5	6	7	2	-	-	59
Nacionalismo										
Más nacionalista	(204)	16%	11	11	6	12	3	-	2	40
Tan nac. como esp	(696)	15%	15	8	6	11	3	*	1	39
Más español	(286)	13%	11	17	10	15	3	-	-	30
Satisfacción con el Gobierno										
Satisfechos	(508)	17%	16	13	9	13	4	*	*	27
Indiferentes	(189)	7%	11	9	9	8	3	-	1	52
Insatisfechos	(507)	15%	12	10	5	13	3	*	1	41
Satisfacción con la Democracia										
Satisfechos	(766)	17%	13	11	8	13	3	*	1	34
Indiferentes	(184)	12%	15	10	7	8	3	-	-	44
Insatisfechos	(249)	10%	14	12	6	13	4	-	1	41
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000										
PP	(317)	19%	20	12	9	15	3	1	1	21
PSOE	(333)	14%	10	10	9	14	3	-	1	39
IU	(59)	3%	22	9	7	14	7	-	-	39
Nacion.derecha	(54)	21%	11	21	4	11	4	-	-	28
Nacion.izquierda	(21)	14%	14	5	4	5	-	-	-	58
Otros, en blanco	(39)	8%	13	16	-	10	5	-	-	48
No votó	(233)	13%	10	10	5	10	3	*	1	49
No sabe	(33)	9%	12	9	6	12	3	-	-	48
No contesta	(123)	15%	8	13	8	6	4	-	-	45

Cuadro 6.3.1. (Continuación)

Candidato del PP que espera para la Presidencia del Gobierno en las elecciones del 2004, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	José Mª Aznar	Mariano Rajoy	Rodrigo Rato	Jaime Mayor Oreja	Alberto Ruiz Gallardón	Javier Arenas	Angel Acebes	Otro	Ns/Ns
Total	(1212)	14%	13	11	8	12	4	*	1	37
Intención de Voto:										
PP	(335)	20%	20	12	8	16	4	1	1	18
PSOE	(369)	14%	10	8	10	13	4	*	1	39
IU	(64)	6%	17	6	8	16	6	-	-	42
Nacion.derecha	(52)	19%	15	21	4	6	4	-	-	30
Nacion.izquierda	(33)	9%	12	10	3	6	-	-	3	58
Otros, en blanco	(47)	4%	11	9	4	13	2	-	2	56
No votará	(132)	17%	10	11	2	11	2	-	-	47
No sabe	(105)	8%	11	9	8	5	4	-	-	56
No contesta	(75)	8%	6	20	9	7	2	-	-	48

Cuadro 6.3.2.

Candidato del PP que desearía para la Presidencia del Gobierno en las elecciones del 2004, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	José Mª Aznar	Mariano Rajoy	Rodrigo Rato	Jaime Mayor Oreja	Alberto Ruiz Gallardón	Javier Arenas	Angel Acebes	Otro	Ns/Ns
Total	(1212)	11%	9	5	7	14	3	*	1	49
Edad:										
18 a 29 años	(280)	9%	8	4	5	14	4	1	1	53
30 a 49 años	(445)	10%	8	5	7	15	3	*	1	50
50 a 64 años	(235)	12%	11	7	8	14	3	*	1	44
65 y más años	(252)	16%	9	5	8	12	1	-	-	50
Posición Social										
Baja	(428)	16%	9	4	7	9	2	-	-	53
Media	(594)	8%	9	5	8	15	3	1	1	49
Alta	(189)	12%	8	8	5	20	3	-	2	42
Ideología										
Izquierda	(451)	3%	8	4	7	16	3	1	1	57
Centro	(299)	15%	6	7	7	14	3	*	1	46
Derecha	(223)	26%	18	8	10	17	3	-	1	16
Status Socioeconómico Familiar										
Alto, Medio alto	(450)	9%	11	8	7	20	3	*	1	42
Medio	(552)	13%	8	4	7	12	2	1	1	53
Medio Bajo/Bajo	(209)	13%	8	2	10	6	4	-	*	56
Clientes de										
Bancos	(324)	9%	8	6	10	17	3	-	1	46
Cajas	(913)	11%	10	5	7	14	3	*	1	49
Hábitat:										
Rural	(311)	13%	13	5	6	11	5	-	*	48
Urbano	(579)	12%	8	5	7	16	2	*	1	49
Metropolitano	(322)	10%	7	5	8	14	3	1	2	52
Exposición a la Información:										
Alta	(180)	6%	7	8	13	23	3	1	2	37
Media	(443)	10%	11	6	7	13	4	*	*	48
Baja	(483)	15%	8	4	6	12	2	*	1	52
Ninguna	(105)	11%	5	-	5	11	2	-	-	66
Nacionalismo										
Más nacionalista	(204)	7%	7	5	5	12	2	-	3	58
Tan nac. como esp	(696)	12%	11	4	7	14	3	*	*	50
Más español	(286)	14%	7	7	9	17	4	-	*	42
Satisfacción con el Gobierno										
Satisfechos	(508)	22%	11	8	10	14	4	*	1	30
Indiferentes	(189)	8%	8	3	5	11	2	-	-	62
Insatisfechos	(507)	2%	7	3	5	15	3	1	1	63
Satisfacción con la Democracia										
Satisfechos	(766)	14%	10	5	8	16	2	*	*	44
Indiferentes	(184)	10%	8	4	7	11	3	-	-	57
Insatisfechos	(249)	6%	7	5	5	12	4	*	2	59
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000										
PP	(317)	26%	16	5	10	16	5	1	1	20
PSOE	(333)	5%	7	5	9	16	1	-	1	56
IU	(59)	-%	17	-	7	19	3	-	-	54
Nacion.derecha	(54)	2%	7	15	2	15	4	-	-	55
Nacion.izquierda	(21)	-%	-	-	-	-	5	-	-	95
Otros, en blanco	(39)	3%	2	5	8	10	2	-	3	67
No votó	(233)	11%	4	4	2	12	3	*	1	63
No sabe	(33)	12%	9	-	6	19	3	-	-	51
No contesta	(123)	7%	6	6	8	6	2	1	1	63

Cuadro 6.3.2. (Continuación)

Candidato del PP que desearía para la Presidencia del Gobierno en las elecciones del 2004, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	José Mª Aznar	Mariano Rajoy	Rodrigo Rato	Jaime Mayor Oreja	Alberto Ruiz Gallardón	Javier Arenas	Angel Acebes	Otro	Ns/Ns
Total	(1212)	11%	9	5	7	14	3	*	1	49
Intención de Voto:										
PP	(335)	28%	16	7	10	17	5	1	1	17
PSOE	(369)	6%	7	4	8	15	3	*	1	56
IU	(64)	-%	14	-	8	16	3	-	-	60
Nacion.derecha	(52)	2%	11	13	2	13	4	-	-	54
Nacion.izquierda	(33)	3%	3	3	-	7	3	-	3	78
Otros, en blanco	(47)	2%	2	6	4	12	2	-	6	65
No votará	(132)	5%	4	4	3	15	1	-	-	67
No sabe	(105)	7%	6	4	6	7	2	1	1	67
No contesta	(75)	6%	4	3	8	7	-	-	1	71

Cuadro 6.3.3.

Medida en que Aznar se presentara como candidato del PP a la Presidencia del Gobierno en el 2004.

JULIO 2003	Espera	Desearía
Total	(1.212)	(1.212)
	%	%
Mucho	5	9
Bastante	15	13
Poco	28	18
Nada en absoluto	35	40
NS/NC	17	20
INDICE	58	62

Cuadro 6.3.4.

Medida en que Aznar se presentara como candidato del PP a la Presidencia del Gobierno en el 2004, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	Espera	Desearía
Total	(1212)	58	62
Edad:			
18 a 29 años	(280)	62	47
30 a 49 años	(445)	50	55
50 a 64 años	(235)	63	76
65 y más años	(252)	62	79
Posición Social			
Baja	(428)	73	79
Media	(594)	52	52
Alta	(189)	41	55
Ideología			
Izquierda	(451)	43	23
Centro	(299)	58	71
Derecha	(223)	78	124
Status Socioeconómico Familiar			
Alto, Medio alto	(450)	55	56
Medio	(552)	58	63
Medio Bajo/Bajo	(209)	62	73
Clientes de			
Bancos	(324)	53	58
Cajas	(913)	59	59
Hábitat:			
Rural	(311)	66	71
Urbano	(579)	53	60
Metropolitano	(322)	59	57
Exposición a la Información:			
Alta	(180)	35	48
Media	(443)	53	63
Baja	(483)	66	70
Ninguna	(105)	80	49
Nacionalismo			
Más nacionalista	(204)	38	36
Tan nac. como esp	(696)	66	64
Más español	(286)	54	77
Satisfacción con el Gobierno			
Satisfechos	(508)	72	104
Indiferentes	(189)	65	61
Insatisfechos	(507)	40	21
Satisfacción con la Democracia			
Satisfechos	(766)	58	75
Indiferentes	(184)	69	57
Insatisfechos	(249)	49	28
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000			
PP	(317)	81	123
PSOE	(333)	46	23
IU	(59)	25	14
Nacion.derecha	(54)	26	25
Nacion.izquierda	(21)	52	43
Otros, en blanco	(39)	60	31
No votó	(233)	59	59
No sabe	(33)	54	79
No contesta	(123)	58	67

6.4. LA ACTUALIDAD INTERNACIONAL

Utilizando nuevamente una escala de cinco puntos para medir el grado de acuerdo o desacuerdo, se ha pedido a los entrevistados que opinaran sobre diversas cuestiones internacionales. Se ha podido así comprobar que existe un alto grado de acuerdo (más del 50% de los entrevistados) con las siguientes afirmaciones, ordenadas de mayor a menor grado de acuerdo:

1. La normalización de relaciones con Marruecos.
2. La negociación de España con el Reino Unido para recuperar Gibraltar.
3. La ampliación de la Unión Europea para admitir 10 nuevos países del Este de Europa principalmente.

Se observa igualmente un predominio del acuerdo sobre el desacuerdo respecto a las siguientes frases:

4. La propuesta de Constitución Europea que ha sido elaborada por la Convención.
5. La consideración del Sahara como parte del reino de Marruecos, pero con cierta autonomía.
6. La participación de España en el mantenimiento del orden y en la reconstrucción de Irak.
7. La política de Estados Unidos para lograr la paz entre Israel y Palestina.

El acuerdo es unánime en todos los grupos sociales respecto a la normalización de relaciones con Marruecos, la ampliación de la UE, la consideración del Sahara como parte del reino de Marruecos, la propuesta de Constitución Europea y la negociación de España con el Reino Unido para recuperar Gibraltar. Pero los entrevistados más nacionalistas, los insatisfechos con la Democracia y los votantes de IU y de partidos nacionalistas de izquierda son los grupos que más en desacuerdo están con la política de los Estados Unidos para lograr la paz entre Israel y Palestina, y los votantes de IU son los que muestran más desacuerdo con la participación de España en el mantenimiento del orden y en la reconstrucción de Irak.

Cuadro 6.4.1.

Acuerdo con distintas frases de actualidad internacional.

JULIO 2003	Muy de acuerdo	Más bien de acuerdo	No sé, no tengo opinión	Más bien en desacuerdo	Muy en desacuerdo	NS/NC	INDICE
La propuesta de Constitución Europea que ha sido elaborada por la Convención	6%	35	42	4	1	12	137
La política de los Estados Unidos para lograr la paz entre Israel y Palestina	6%	29	30	19	7	9	110
La ampliación de la Unión Europea para admitir 10 nuevos países del Este de Europa principalmente	15%	45	22	9	1	8	149
La participación de España en el mantenimiento del orden y en la reconstrucción de Irak	7%	38	23	18	8	7	118
La negociación de España con el Reino Unido para recuperar Gibraltar	13%	46	24	6	2	8	151
La normalización de relaciones con Marruecos	12%	52	23	4	1	8	159
La consideración del Sahara como parte del reino de Marruecos, pero con cierta autonomía	4%	31	41	9	6	9	121

Cuadro 6.4.2.

Acuerdo con distintas frases de actualidad internacional, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Total	(1212)	137	110	149	118	151	159	121
Edad:								
18 a 29 años	(280)	136	102	149	111	145	159	117
30 a 49 años	(445)	139	107	153	116	152	160	121
50 a 64 años	(235)	137	114	148	127	157	166	119
65 y más años	(252)	136	121	144	122	151	152	126
Posición Social								
Baja	(428)	129	117	139	119	145	149	118
Media	(594)	138	109	155	117	155	164	122
Alta	(189)	152	97	154	118	153	169	123
Ideología								
Izquierda	(451)	135	93	154	93	145	167	115
Centro	(299)	139	122	151	122	164	162	125
Derecha	(223)	141	122	139	151	155	151	124
Status Socioeconómico Familiar								
Alto, Medio alto	(450)	140	102	146	112	156	163	117
Medio	(552)	135	111	149	119	146	158	120
Medio Bajo/Bajo	(209)	137	124	159	128	155	155	132
Clientes de								
Bancos	(324)	141	115	156	119	157	164	119
Cajas	(913)	137	108	148	118	149	161	122
Hábitat:								
Rural	(311)	135	113	140	118	144	150	123
Urbano	(579)	133	108	149	113	156	160	115
Metropolitano	(322)	147	111	159	127	149	167	128
Exposición a la Información:								
Alta	(180)	144	97	160	109	151	158	115
Media	(443)	143	107	154	118	152	165	124
Baja	(483)	133	120	140	122	151	155	121
Ninguna	(105)	116	99	154	115	150	161	117
Nacionalismo								
Más nacionalista	(204)	134	74	153	97	133	163	125
Tan nac. como esp	(696)	135	117	147	115	152	156	117
Más español	(286)	146	117	153	140	163	166	127
Satisfacción con el Gobierno								
Satisfechos	(508)	144	125	149	144	161	159	126
Indiferentes	(189)	132	120	139	113	145	150	118
Insatisfechos	(507)	133	91	154	94	143	163	117
Satisfacción con la Democracia								
Satisfechos	(766)	139	119	149	121	160	164	122
Indiferentes	(184)	134	112	138	126	140	143	119
Insatisfechos	(249)	133	79	157	104	131	157	117
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000								
PP	(317)	142	125	143	148	162	159	127
PSOE	(333)	135	104	147	103	150	163	119
IU	(59)	126	74	144	70	126	168	110
Nacion.derecha	(54)	156	109	172	103	143	171	121
Nacion.izquierda	(21)	133	62	152	95	105	138	129
Otros, en blanco	(39)	133	109	175	90	160	164	123
No votó	(233)	136	111	146	115	149	154	114
No sabe	(33)	115	99	136	127	157	148	102
No contesta	(123)	139	115	164	126	149	157	130

1) La propuesta de Constitución Europea que ha sido elaborada por la Convención
2) La política de los Estados Unidos para lograr la paz entre Israel y Palestina
3) La ampliación de la Unión Europea para admitir 10 nuevos países del Este de Europa principalmente
4) La participación de España en el mantenimiento del orden y en la reconstrucción de Irak
5) La negociación de España con el Reino Unido para recuperar Gibraltar
6) La normalización de relaciones con Marruecos
7) La consideración del Sahara como parte del reino de Marruecos, pero con cierta autonomía

6.5. CAMBIOS EN EL REAL MADRID CLUB DE FUTBOL

Teniendo en cuenta la enorme repercusión que los recientes cambios en dicho Club de Fútbol han tenido en la opinión pública, y el eco despertado en los medios de comunicación, pareció interesante conocer la opinión de los españoles sobre el fichaje de Beckham y el cese de Vicente Bosque.

Debe resaltarse el hecho de que menos del 15% de los entrevistados dejaron de contestar a ambas preguntas, lo que demuestra que se trata de cuestiones salientes para la opinión pública española.

Por otra parte, debe también subrayarse que mientras existe una opinión controvertida respecto al fichaje de Beckham (con una muy leve diferencia en favor de su fichaje), existe una opinión muy mayoritaria que se muestra en desacuerdo con el cese de Vicente del Bosque (solo un 10% de los entrevistados se muestra de acuerdo con esa decisión). Parece evidente que, sin entrar en la cuestión de fondo, estos datos ponen de manifiesto que los directivos del Real Madrid no fueron capaces de transmitir a la opinión pública sus razones para llevar a cabo el fichaje y cese que se han comentado aquí

Mientras que el desacuerdo con el cese del entrenador Vicente del Bosque es total en todos los grupos de la población, los mayores de 65 años, los más nacionalistas, los votantes a partidos nacionalistas y los que no saben que votaron en las elecciones del 2000 son los que más en desacuerdo se muestran con el fichaje de David Beckham.

Cuadro 6.5.1.

Grado de acuerdo con las siguientes actuaciones del Real Madrid.

	Muy de acuerdo	Más bien de acuerdo	No sé, no tengo opinión	Más bien en desacuerdo	Muy en desacuerdo	NS/NC	INDICE
El fichaje de David Beckham	9%	25	27	16	12	11	106
El cese del entrenador Vicente del Bosque	2%	8	30	22	24	14	64

Cuadro 6.5.2.

Grado de acuerdo con las siguientes actuaciones del Real Madrid, por Características Socioeconómicas.

JULIO 2003	Total	El fichaje de David Beckham	El cese del entrenador Vicente del Bosque
Total	(1212)	106	64
Edad:			
18 a 29 años	(280)	127	60
30 a 49 años	(445)	105	64
50 a 64 años	(235)	100	65
65 y más años	(252)	88	65
Posición Social			
Baja	(428)	98	67
Media	(594)	109	61
Alta	(189)	113	63
Ideología			
Izquierda	(451)	104	63
Centro	(299)	109	60
Derecha	(223)	101	64
Status Socioeconómico Familiar			
Alto, Medio alto	(450)	115	60
Medio	(552)	103	63
Medio Bajo/Bajo	(209)	94	72
Clientes de			
Bancos	(324)	104	60
Cajas	(913)	105	65
Hábitat:			
Rural	(311)	97	64
Urbano	(579)	109	59
Metropolitano	(322)	108	70
Exposición a la Información:			
Alta	(180)	96	56
Media	(443)	105	64
Baja	(483)	109	66
Ninguna	(105)	109	64
Nacionalismo			
Más nacionalista	(204)	85	62
Tan nac. como esp	(696)	110	66
Más español	(286)	112	59
Satisfacción con el Gobierno			
Satisfechos	(508)	111	67
Indiferentes	(189)	121	67
Insatisfechos	(507)	94	58
Satisfacción con la Democracia			
Satisfechos	(766)	109	63
Indiferentes	(184)	116	67
Insatisfechos	(249)	91	62
Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2000			
PP	(317)	109	63
PSOE	(333)	108	63
IU	(59)	98	66
Nacion.derecha	(54)	73	55
Nacion.izquierda	(21)	71	42
Otros, en blanco	(39)	96	76
No votó	(233)	120	65
No sabe	(33)	85	57
No contesta	(123)	97	67

1) El fichaje de David Beckham
2) El cese del entrenador Vicente del Bosque