

INFORME A.S.E.P.
sobre
LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES
ABRIL - 2005

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 estratos de municipios según su número de habitantes. Selección aleatoria de municipios y secciones censales dentro de cada estrato y de cada Comunidad Autónoma. Selección de hogares mediante sistema de rutas aleatorias dentro de cada sección censal. Selección final del entrevistado en cada hogar mediante cuotas de sexo y edad.

Trabajo de Campo: Realizado durante los días 11 al 17 de abril de 2.005, 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 28 de abril 2.005.

**DIRECCION:
JUAN DIEZ NICOLAS**

COPYRIGHT ASEP S.A., 2005. PROHIBIDA LA REPRODUCCION TOTAL O PARCIAL, INCLUSO CITANDO LA FUENTE.

INDICE

	<u>Págs.</u>
1. EL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	4
1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	7
1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	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	63
3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS	66
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	110
4.4. INTENCIONES DE VOTO	124
5. UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	147
5.1. INDICE DE EXPOSICION A LA INFORMACIÓN	151
5.2. PRENSA DIARIA	153
5.3. RADIO	157
5.4. TELEVISION	163
5.5. NIVEL DE OBJETIVIDAD INFORMATIVA DE LOS MEDIOS EN RELACION AL PP Y AL PSOE	170
6. LA ACTUALIDAD	177
6.1. LA MUERTE DEL PAPA JUAN PABLO II	179
6.2. LA SITUACIÓN ECONÓMICA Y LAS HIPOTECAS	188
6.3. LA RETIRADA DE SÍMBOLOS FRANQUISTAS	197
6.4. EL VÍDEO DE FAES SOBRE EL 11-M	200
6.5. DISCREPANCIAS INTERNAS EN LOS PRINCIPALES PARTIDOS POLÍTICOS	205
6.6. EVALUACIÓN DE POLÍTICAS DEL GOBIERNO	209
6.7. LOS JUEGOS OLÍMPICOS DEL 2012	216
6.8. LA CORRUPCIÓN	219
6.9. LA SITUACIÓN INTERNACIONAL	223

1. SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Los dieciocho indicadores utilizados son:

1. ISC: 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 que se han incluido este mes, 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:

- Por fin, cumplido un año del actual Gobierno del PSOE que surgió de las elecciones de marzo del 2004, algunos indicadores parecen comenzar a variar, rompiendo con la tendencia de los últimos doce meses que mostraban sobre todo estabilidad en las opiniones y evaluaciones de la realidad. Este cambio parece haberse producido en los indicadores políticos y no en los económicos, que continúan en niveles que rozan el equilibrio entre los satisfechos y los insatisfechos, entre los optimistas y los pesimistas, con cierto predominio de los insatisfechos y pesimistas, como en meses anteriores. Así, el Sentimiento del Consumidor se mantiene este mes en la misma valoración que el mes pasado, cuatro puntos por debajo del nivel de equilibrio (los últimos doce meses ha estado siempre entre dos y siete puntos por debajo de ese nivel), y la Evaluación de la Situación Económica de España disminuye dos puntos, situándose seis puntos por debajo del nivel de equilibrio (habiendo estado durante los últimos doce meses entre cuatro y catorce puntos por debajo de ese nivel).
- Los dos indicadores de ahorro (Propensión al Ahorro y Proporción de Ahorradores), disminuyen también cuatro puntos, indicando una menor propensión al ahorro y una menor proporción de ahorradores (solo un 30%) que en meses anteriores, el nivel más bajo de los últimos doce meses (pero igual que en julio y noviembre del 2004).
- Los indicadores sociales son menos susceptibles de variación, si bien de un mes a otro pueden producirse ligeras oscilaciones. En cuanto a la confianza en la situación económica personal, medida por el índice de Optimismo, se mantiene más o menos en el nivel de equilibrio, como ha estado sucediendo durante los últimos doce meses, como lo demuestran sus fluctuaciones entre cinco puntos por encima del nivel de equilibrio y dos puntos por debajo, sin seguir una pauta definida concreta. Pero deben subrayarse algunos otros indicadores cuyos pequeños cambios son sin embargo significativos. Así, por ejemplo, la proporción de españoles con una orientación post-materialista, que hace años se había mantenido regularmente por encima del 40%, ha estado disminuyendo poco a poco durante el pasado año, hasta llegar a un mínimo del 32% este mes, lo que sugiere que más de dos tercios de los españoles siguen orientados hacia valores materialistas, sugiriendo que no se sienten seguros ni en lo económico (desempleo, precios) ni en lo personal (terrorismo,

delincuencia), como por otra parte demuestran cuando se les pregunta por los problemas que más les preocupan.

- Los indicadores políticos, sin embargo, muestran mayor variación que los económicos y en este mes se advierten algunos cambios realmente importantes por comparación con los últimos meses. Así, disminuye cuatro puntos la satisfacción con el funcionamiento de la democracia, aunque el nivel alcanzado se mantiene todavía muy alto, como así se ha observado desde las últimas elecciones generales. También se reduce en cuatro puntos la satisfacción con el Gobierno, que aunque sigue en un nivel bastante alto, obtiene este mes su segunda valoración más baja de los últimos doce meses. Y aumenta en cuatro puntos el índice de alienación política, el más alto de los últimos doce meses, mientras que se afianza el dato ya observado el mes pasado de que el índice de posicionamiento ideológico se sitúa exactamente entre el centro y el centro izquierda (3,5 puntos en una escala de 1 a 7 puntos, es decir, entre los puntos 3 y 4), cuando lo habitual es que dicho índice se sitúe más próximo al 3 que al 4, lo que puede interpretarse como un ligero desplazamiento del electorado hacia el centro.
- La mayoría de los otros indicadores (centro de gravedad ideológico, sentimiento nacionalista-español y satisfacción con la pertenencia de España a la Unión Europea) continúan en sus niveles habituales, excepto el índice de exposición a la información, que aumenta este mes hasta alcanzar casi el nivel de equilibrio, lo que posiblemente debe atribuirse a las informaciones sobre la muerte del Papa Juan Pablo II y los preparativos y cábalas sobre la elección de su sucesor, a las informaciones sobre la muerte del Príncipe Rainiero, a la boda del Príncipe Carlos de Inglaterra con Camila Parker-Bowles, y a las elecciones vascas, que se celebraron el mismo día en que finalizó el trabajo de campo de este sondeo mensual.
- De manera general, por tanto, mientras que los indicadores económicos muestran una situación estable pero manteniéndose por debajo del nivel de equilibrio, los indicadores políticos principales siguen siendo bastante positivos pero muestran una inequívoca tendencia al empeoramiento, que se resume en que la intención de voto estimada para el PSOE es solo 3,5 puntos porcentuales superior a la del PP, la diferencia más pequeña desde las pasadas elecciones de marzo del 2004, y prácticamente idéntica a la del resultado oficial de dichas elecciones.

- 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 14 de marzo de 2.004 se observan los siguientes cambios:
 - Ligero incremento para IU, partidos nacionalistas de izquierda y la abstención estimada, (que incluye también a los indecisos o a los que ocultan sus intenciones),
 - Ligera disminución para PSOE, partidos nacionalistas de centro y derecha y “otros” partidos,
 - Estabilidad de voto para PP.

Cuadro 1.1.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
ECONOMICOS Y DE CONSUMO												
1 –ISC	94	97	94	98	97	93	94	96	96	98	96	96
2 –IESE	90	96	93	96	93	86	90	91	93	93	96	94
3 –IPA	122	124	125	121	129	124	124	126	125	124	128	124
4 –IA	32	32	33	30	35	31	30	33	32	32	34	30
SOCIALES												
5 –ISCV	181	181	181	180	180	179	181	179	180	177	180	179
6 –IO	99	101	98	104	102	102	100	102	102	105	99	101
7 –IPR	2,2	2,2	2,1	2,0	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,2	2,2
8 –IPM	40	40	41	39	36	33	36	40	35	35	38	32
POLITICOS												
9 –ISD	146	173	167	160	164	160	166	159	163	157	165	161
10 –ISG	90	152	146	146	137	132	141	129	136	137	138	130
11 –IAP	21	22	22	24	25	25	26	29	24	25	27	31
12 –IPI	3,4	3,3	3,4	3,3	3,4	3,4	3,3	3,4	3,4	3,4	3,5	3,5
13 –ISN	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2	3,1	3,1	3,1	3,2	3,1	3,1	3,2
14 –ISUE	123	124	122	116	122	117	117	114	119	112	122	113
15 –IBUE	-	-	-	182	-	180	-	175	182	181	-	171
16 –IBCA	-	-	-	177	-	175	-	168	176	174	-	168
17. IBEN	-	-	-	171	-	169	-	163	169	168	-	161
EXPOSICION A INFORMACION												
18 –IEI	105	104	98	98	101	96	95	98	108	109	95	99
INTENCION DIRECTA DE VOTO												
- PP	22,2	18,9	21,9	20,3	22,4	20,7	21,3	19,9	21,9	21,6	22,6	21,1
- PSOE	41,8	48,0	43,3	44,7	41,6	42,0	41,8	36,7	44,1	42,2	40,8	38,6
- IU	4,4	3,1	3,7	3,9	2,8	3,6	3,9	4,4	3,2	3,7	2,6	3,6
- Otros	11,4	9,4	10,6	8,9	9,4	10,7	8,5	12,6	8,7	8,6	9,1	8,3
- No Votará	6,3	6,7	8,2	7,5	8,8	8,2	9,5	10,3	9,5	9,1	10,7	12,5
- NS/NC	13,9	13,9	12,3	14,7	15,0	14,8	15,0	16,1	12,6	14,8	14,2	15,9
INTENCION DE VOTO ESTIMADA												
- PP	27,6	26,0	26,7	28,3	28,7	28,4	29,1	27,0	28,8	27,5	27,8	28,7
- PSOE	34,6	37,0	31,1	33,3	33,6	34,8	33,3	30,9	35,4	35,1	35,0	32,2
- IU	4,1	4,1	3,8	3,9	4,0	4,0	3,5	4,0	3,5			

1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Aunque cada uno de los dieciocho indicadores (más la intención de voto) que componen el Sistema de Indicadores Sociales este mes 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:	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Evaluación Situación Económica												
Optimistas	16	20	16	20	19	18	16	16	17	16	19	17
Pesimistas	27	24	23	24	26	32	27	25	25	23	24	23
Propensión al Ahorro												
Ahorran	32	32	33	30	35	31	30	33	32	32	34	30
Se Endeudan	10	8	8	9	6	7	6	7	7	8	6	6
Satisfacción con Calidad de Vida												
Satisfechos	87	87	87	86	87	86	86	85	86	83	86	83
Insatisfechos	6	6	6	6	7	6	5	6	5	6	6	5
Optimismo Personal												
Optimistas	16	18	17	20	20	21	19	19	20	22	21	19
Pesimistas	17	17	20	17	17	19	19	17	18	16	21	18
Práctica Religiosa												
Alta	19	18	17	14	15	15	16	14	15	16	18	20
Baja	60	60	63	66	64	61	63	64	65	62	61	61
Postmaterialismo												
Materialistas	60	60	59	61	64	67	64	60	65	65	62	68
Post-materialistas	40	40	41	39	36	33	36	40	35	35	38	32
Satisfacción con Democracia												
Satisfechos	66	80	76	72	75	72	76	73	74	69	76	71
Insatisfechos	19	7	9	12	11	11	10	14	11	12	10	10
Satisfacción con Gobierno												
Satisfechos	37	61	61	61	56	55	60	53	58	58	58	53
Insatisfechos	46	9	15	15	19	24	19	25	22	21	21	23
Posicionamiento Ideológico												
Izquierda	48	48	49	48	43	46	47	45	47			

Cuadro 1.2.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

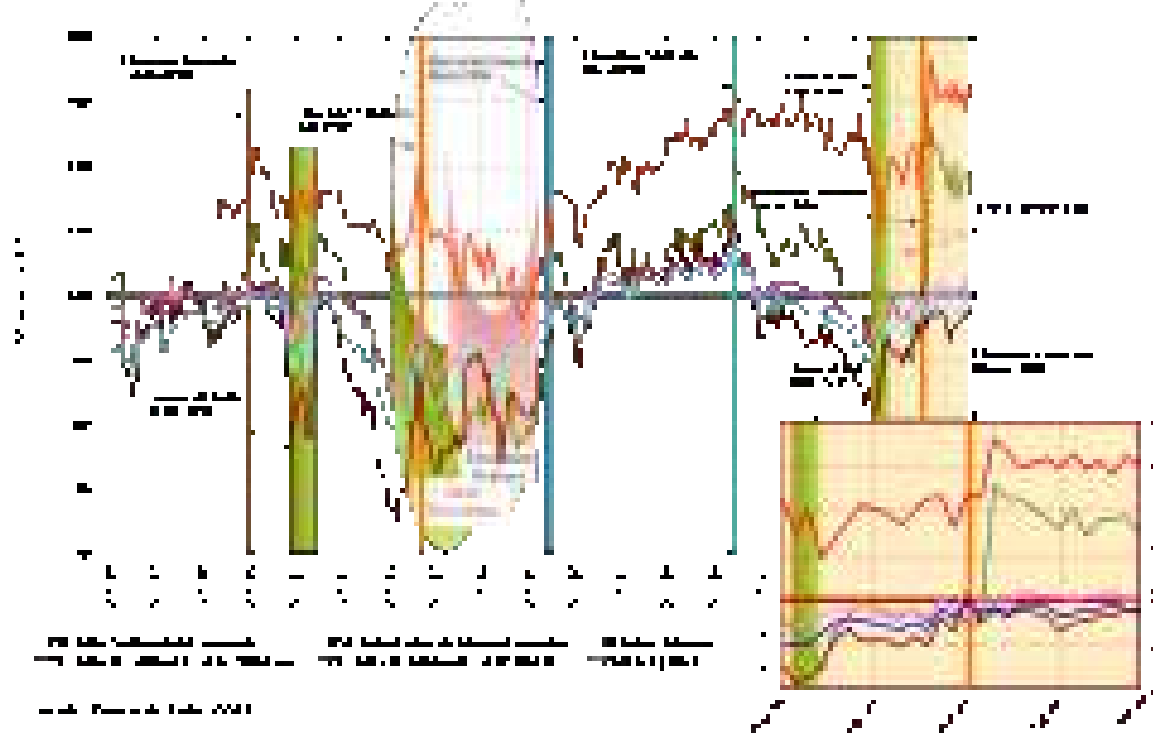
ABRIL 2005	Total	Económicos y de Consumo				Sociales			
		ISC	IESE	IPA	IA	ISCV	IO	IPR	IPM
TOTAL	(1212)	96	94	124	30	179	101	2,2	32%
Evaluación de la Situación Económica:									
Optimistas	(204)	154	200	136	40	189	154	2,0	38%
Pesimistas	(274)	41	-	118	26	158	53	2,4	30%
Propensión al Ahorro:									
Ahorro algo	(362)	107	103	200	100	189	118	2,1	34%
Prestan dinero	(69)	85	80	-	-	148	84	1,8	25%
Satisfacción con la Calidad de Vida:									
Satisfecho	(1011)	100	99	128	33	200	105	2,1	32%
Insatisfecho	(59)	55	43	95	15	-	56	2,2	24%
Optimismo Personal:									
Optimista	(235)	148	141	137	43	185	200	1,9	37%
Pesimista	(224)	34	36	104	16	153	-	2,2	33%
Práctica Religiosa:									
Alta	(244)	90	81	123	27	173	92	4,4	27%
Media	(158)	91	86	128	32	176	94	3,0	23%
Baja	(734)	99	99	124	30	181	104	1,3	33%
Postmaterialismo:									
Materialistas	(829)	96	92	123	29	177	100	2,3	-%
Post-materialistas	(383)	98	99	128	32	182	103	2,0	100%
Satisfacción con Democracia:									
Satisfechos	(863)	99	97	127	32	185	103	2,1	32%
Insatisfechos	(120)	76	67	115	28	163	79	1,9	28%
Satisfacción con Gobierno:									
Satisfechos	(647)	105	107	126	31	188	109	2,0	37%
Insatisfechos	(283)	79	67	126	33	163	83	2,4	23%
Posicionamiento Ideológico:									
Izquierda	(517)	104	107	128	33	186	108	1,7	38%
Centro	(284)	95	93	122	28	180	100	2,4	33%
Derecha	(198)	87	73	127	32	174	98	3,0	20%
Sentimiento Nacionalista:									
Más nacionalistas	(201)	98	102	124	30	178	99	2,0	43%
Igual	(723)	96	92	123	28	179	99	2,2	30%
Más españoles	(267)	95	92	129	34	179	104	2,3	27%
Satisfacción con pertenencia a UE:									
Satisfechos	(255)	104	100	128	32	183	112	2,2	36%
Insatisfechos	(103)	84	76	116	26	161	88	2,0	27%
Beneficio de España en la UE:									

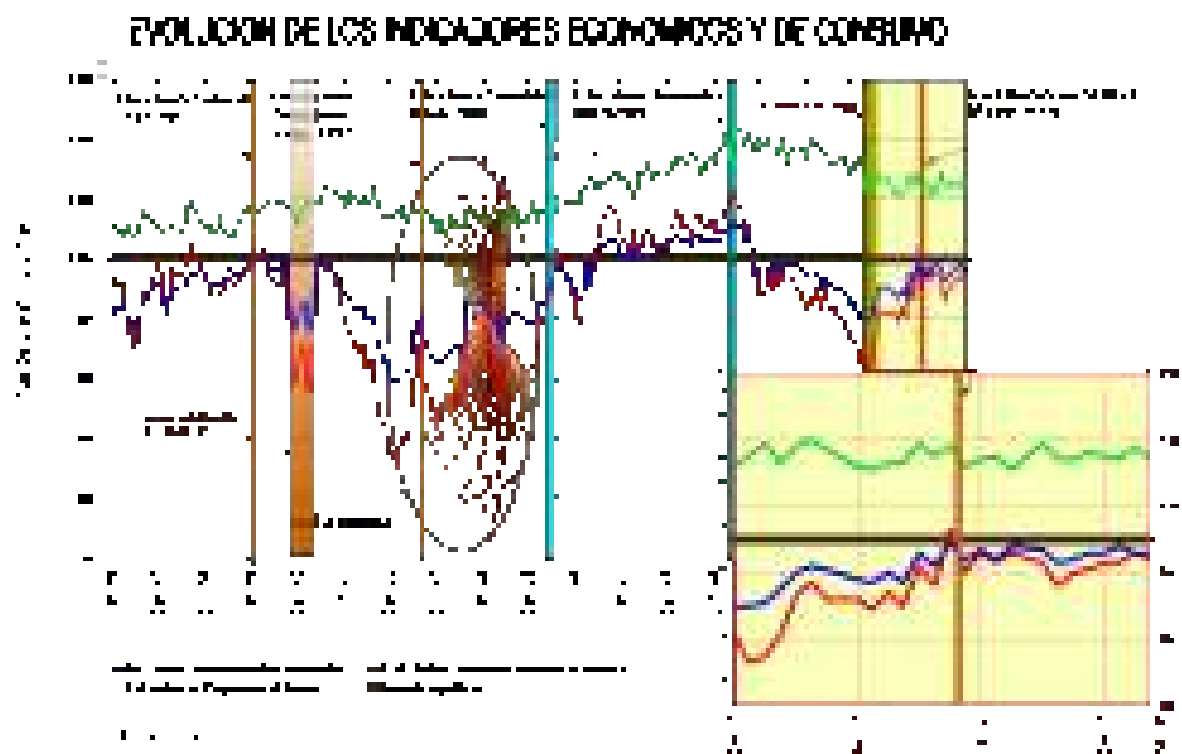
Cuadro 1.2.1. (Continuación)

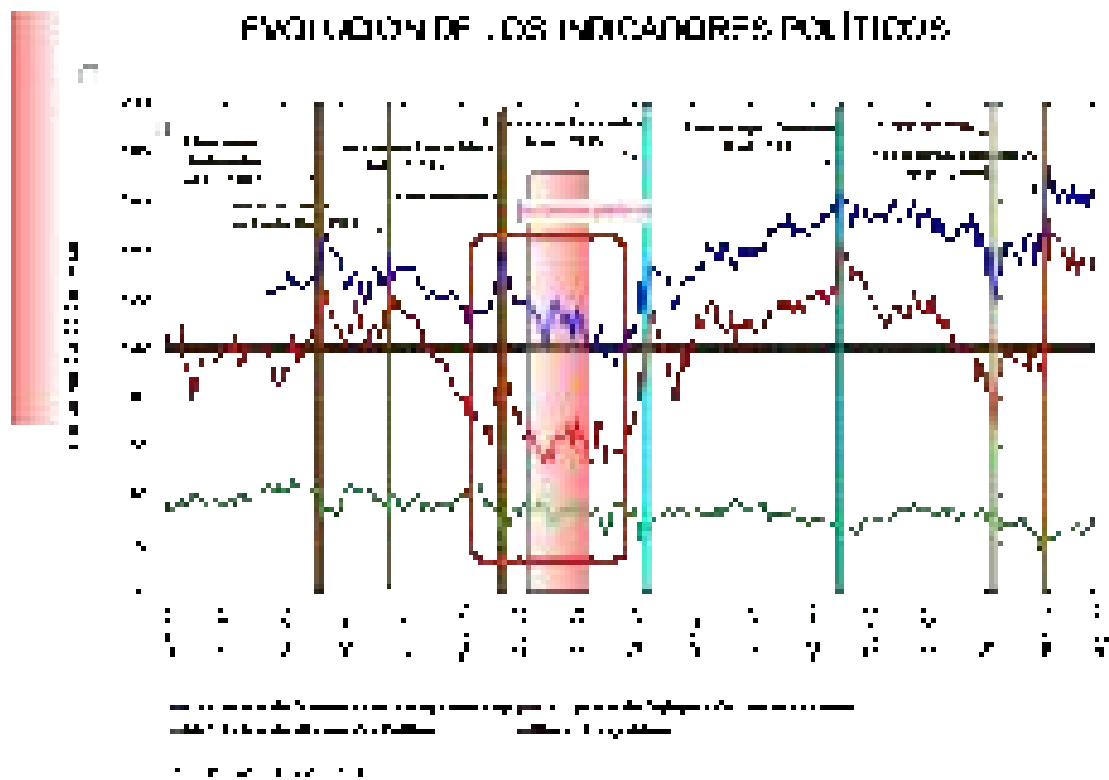
Sistema de Indicadores Sociales ASEP

ABRIL 2005	Total	Políticos										Intención de Voto		
		ISD	ISG	IAP	IPI	ISN	ISUE	IBES	IBCA	IBENT	IEI	PP	PSOE	IU
TOTAL	(1212)	161	130	31%	3,5	3,2	113	171	168	161	99	21	39	4
Evaluación de la Situación Económica:														
Optimistas	(204)	162	157	25%	3,3	3,2	121	175	173	167	116	11	55	3
Pesimistas	(274)	142	93	28%	3,9	3,3	107	157	154	150	95	40	24	5
Propensión al Ahorro:														
Ahorro algo	(362)	167	129	30%	3,4	3,2	115	178	178	171	123	19	38	5
Prestan dinero	(69)	135	115	32%	3,4	3,2	98	155	150	140	75	22	36	3
Satisfacción con la Calidad de Vida:														
Satisfecho	(1011)	166	137	29%	3,4	3,2	114	175	171	166	103	20	41	4
Insatisfecho	(59)	116	75	32%	3,6	3,2	97	146	149	139	91	29	32	5
Optimismo Personal:														
Optimista	(235)	163	150	26%	3,5	3,4	121	173	170	168	111	16	50	5
Pesimista	(224)	142	106	31%	3,7	3,2	102	158	156	148	90	31	29	4
Práctica Religiosa:														
Alta	(244)	158	113	30%	4,3	3,2	114	177	175	157	95	40	24	*
Media	(158)	160	122	31%	3,9	3,4	114	176	176	168	108	30	35	2
Baja	(734)	162	136	31%	3,1	3,1	109	168	163	160	100	14	43	5
Postmaterialismo:														
Materialistas	(829)	160	123	32%	3,6	3,2	111	169	165	160	98	25	35	3
Post-materialistas	(383)	164	146	27%	3,2	3,0	117	176	175	164	102	14	46	5
Satisfacción con Democracia:														
Satisfechos	(863)	200	143	27%	3,4	3,2	116	179	175	170	104	20	44	4
Insatisfechos	(120)	-	65	31%	3,7	3,1	95	139	141	127	107	32	22	7
Satisfacción con Gobierno:														
Satisfechos	(647)	178	200	20%	3,0	3,2	119	183	180	175	106	9	61	4
Insatisfechos	(283)	132	-	30%	4,3	3,1	104	156</						

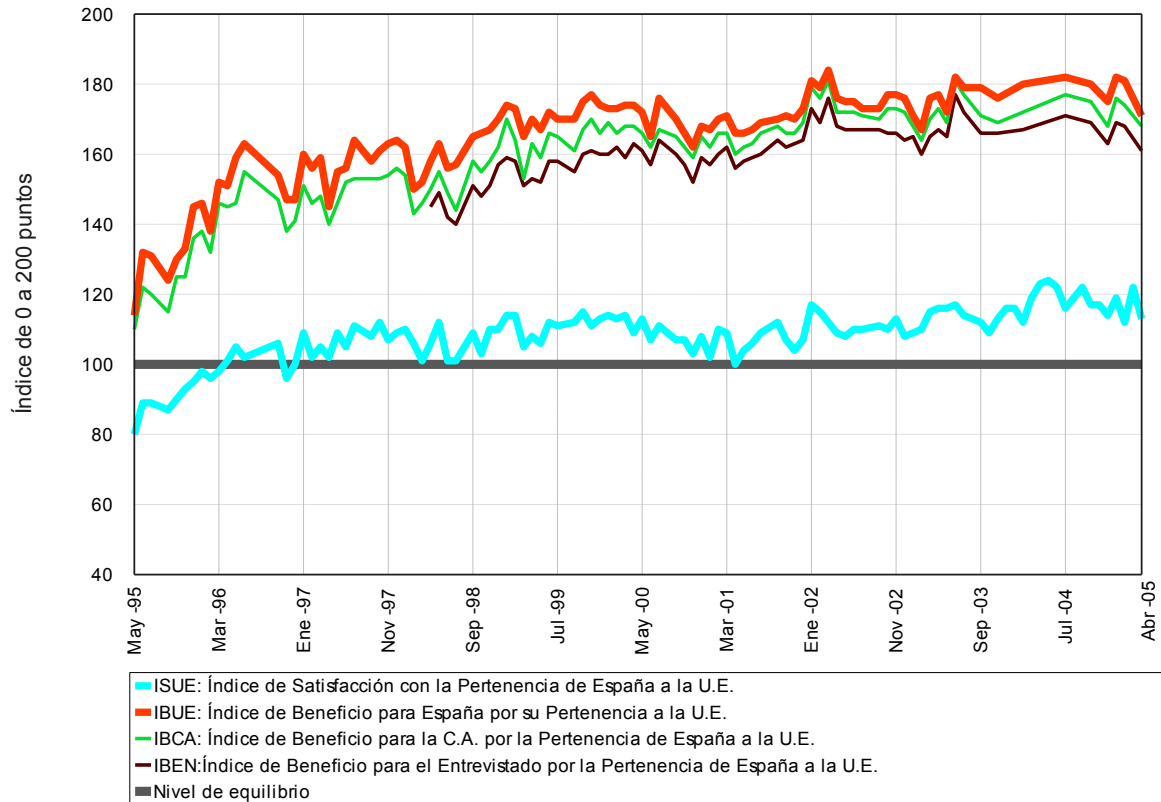
EVOLUCION DE LOS INDICADORES MAS SIGNIFICATIVOS





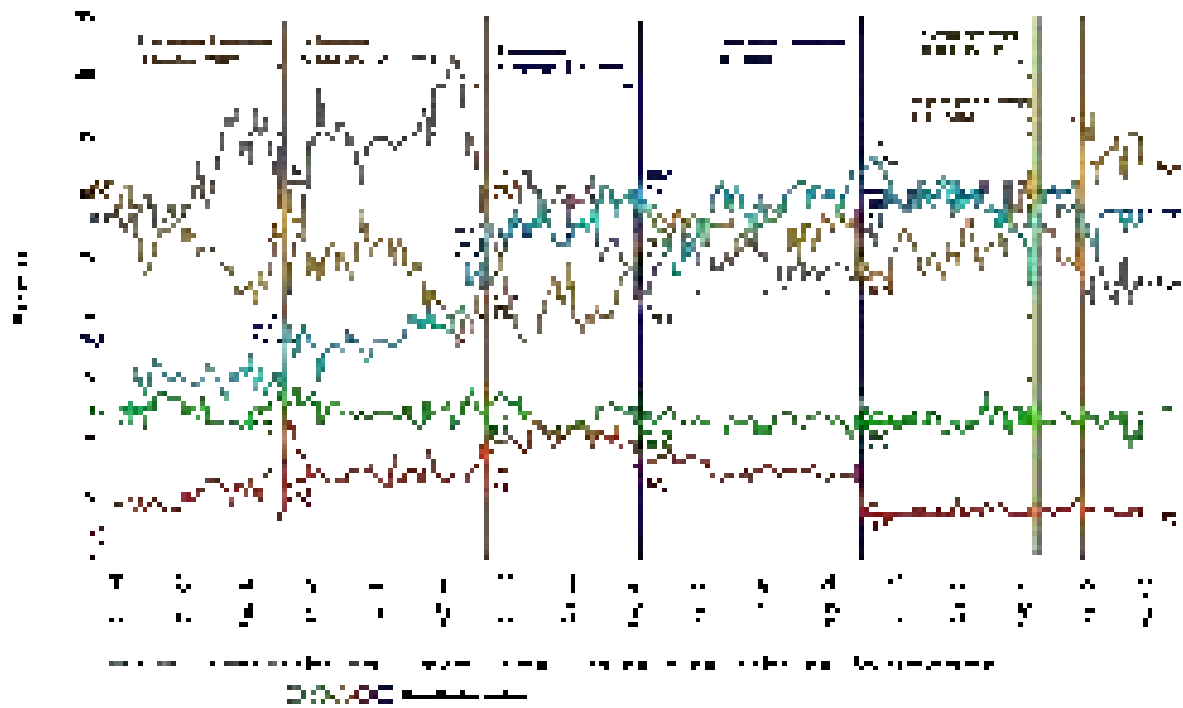


EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOBRE LA UNION EUROPEA



Fuente: Banco de Datos ASEP

INTENCION DE VOTO ESTIMADA



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 hasta principios de 2005 para medir el equipamiento del hogar, la TV en color es el más ubicuo, pues la tienen prácticamente el 100% de los hogares. Por este motivo desde enero de 2005 se ha eliminado la TV en color de esta lista, incluyendo en su lugar el DVD.

Más del 80% de los españoles de 18 y más años son propietarios de su vivienda, y más del 70% 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, 6 de cada 10 entrevistados afirman tener DVD y más de dos tercios de los entrevistados poseen teléfono móvil (celular), proporción que parece estar creciendo más rápidamente en cuanto al teléfono móvil y el ordenador que en cuanto al lavavajillas, 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 como se ha dicho anteriormente se ha eliminado de la lista, se tiene en cuenta para hacer el cálculo del status socioeconómico, asignándose ahora 1 punto suponiendo que todos los hogares tienen al menos un receptor, y 2 puntos a los que dicen tener DVD.

El promedio de artículos es este mes de 5,4 por hogar, con un coeficiente de variación de alrededor del 42% (derivado del cociente entre la media aritmética y la desviación standard). La diferencia con respecto a antes de enero de 2005 es de 1 punto en la media de artículos, derivada del cambio de TV en color por el DVD.

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

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

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

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

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Alto	10	11	10	10	11	12	10	11	12	10	11	10
Medio	37	36	32	37	35	34	35	37	34	36	38	38
Bajo	18	18	19	18	17	18	20	18	18	18	17	17
En Paro	3	3	3	3	2	2	4	3	4	4	4	4
Ama de Casa	1	1	1	*	*	1	*	*	1	1	1	1
Jubilado	28	30	32	30	31	30	29	29	30	30	27	30
NS/NC	2	2	3	1	2	2	1	2	2	1	1	1

Cuadro 2.1.2.

Sector Económico del Cabeza de Familia.

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
No Activos	30	32	34	31	33	32	31	31	32	32	29	31
En Paro	3	3	3	3	2	2	4	3	4	4	4	4
Sector Público	9	8	8	9	10	8	8	9	9	9	10	7
Sector Privado												
Cuenta Ajena	44	44	42	44	42	42	43	43	42	44	42	44
Cuenta Propia	12	12	13	13	12	14	12	14	12	10	13	13
NS/NC	2	2	3	1	2	2	1	2	2	1	1	1

Cuadro 2.1.3.

Ingresos Mensuales en el Hogar en que reside el Entrevistado

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Menos de 300 euros	1	1	1	1	1	1	1	1	1	*	1	1
De 301 a 450 euros	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
De 451 a 600 euros	7	8	6	6	8	8	7	7	8	8	6	8
De 601 a 900 euros	12	14	16	15	12	12	16	13	16	14	14	13
De 901 a 1.200 euros	16	16	17	16	16	13	16	16	15	17	15	15
De 1.201 a 1.650 euros	12	10	8	11	12	13	10	11	13	11	10	13
De 1.651 a 2.100 euros	7	6	4	7	7	7	6	5	6	5	4	6
De 2.101 a 3.000 euros	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2
Más de 3.000 euros	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
Sin Respuesta	35	38	40	35	37	39	38	40	34	35	42	37

Cuadro 2.1.4.

Equipamiento de los Hogares

Porcentaje de Hogares con:	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Vivienda Propia	84	83	86	85	82	84	85	86	88	85	86	83
Teléfono	81	82	79	79	80	80	80	78	78	77	78	75
Teléfono Móvil (celular)	73	71	72	73	71	72	69	71	73	73	72	71
Automóvil	73	73	74	73	71	72	70	72	71	72	70	68
Equipo de Sonido	67	62	65	66	64	61	66	66	68	63	66	59
Vídeo	79	80	77	79	76	78	79	77	68	71	61	57
Lavavajillas	28	27	30	29	30	28	28	26	29	30	28	30
Ordenador Personal	43	39	42	42	40	42	38	40	42	44	43	

Cuadro 2.1.5.

Equipamiento de los Hogares según Características Socioeconómicas de los Hogares.

Equipamiento:

ABRIL 2005	Total Muestra	Vivienda Propia	Auto-Móvil	DVD	Vídeo	Teléfono Fono	Teléfono Móvil	Lavavajillas	Equipo Sonido	Ordenador personal	Media de Artículos	CV%
TOTAL	(1212)	83%	68	59	57	75	71	30	59	37	5,4	45
Edad												
18 a 29 años	(280)	72%	72	83	63	72	90	35	78	53	6,2	34
30 a 49 años	(445)	80%	83	76	66	73	85	38	74	48	6,2	36
50 a 64 años	(235)	91%	69	43	57	78	67	26	45	25	5,0	44
65 y más años	(252)	91%	34	19	36	78	29	12	25	8	3,3	60
Posición Social:												
Baja	(429)	87%	52	37	45	70	50	19	39	18	4,2	55
Media	(603)	80%	74	67	63	75	80	32	67	42	5,8	39
Alta	(179)	81%	83	87	67	87	91	47	82	63	6,8	28
Ideología:												
Izquierda	(517)	81%	71	65	63	79	77	34	66	40	5,8	40
Centro	(284)	83%	69	61	55	78	70	27	58	35	5,4	44
Derecha	(198)	84%	67	54	57	72	64	31	54	32	5,1	50
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	(456)	86%	89	82	70	84	89	50	81	57	6,8	26
Medio	(515)	80%	60	55	52	68	66	20	53	31	4,8	50
Medio Bajo/Bajo	(242)	81%	43	25	43	73	47	11	33	9	3,7	53
Clientes de:												
Bancos	(275)	83%	79	70	63	80	79	36	67	48	6,0	38
Cajas	(899)	84%	68	58	56	76	70	30	59	36	5,4	45

Cuadro 2.1.6.

Indice de Status Socioeconómico Familiar

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.23)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											

2.2. STATUS SOCIOECONÓMICO DE LOS INDIVIDUOS

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

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

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

- En efecto, las distribuciones de los entrevistados por sexo, edad y estado civil corresponden a las del censo de 2.001 para la población española de 18 y más años. Debe advertirse, sin embargo, que el propio INE encuentra dificultad para que los entrevistados admitan estar viviendo en pareja sin estar casados, por lo que es probable que este dato esté asimismo algo sub-estimado en esta investigación.
- En cuanto a las características socioeconómicas se comprueba que la proporción de entrevistados que pueden ser considerados analfabetos es del 2-3%. Esta cifra parece congruente con la que proporcionan las estadísticas oficiales, ya que la muestra se refiere sólo a personas de 18 y más años. Pese a que esta cifra no es en absoluto alta, hay que señalar que alrededor de la mitad de los entrevistados no superan el nivel de estudios "primarios" y sólo entre el 5-8% habría logrado terminar los estudios universitarios o técnicos superiores.
- Respecto a la ocupación, la proporción de parados (como % sobre la población de 18 y más años o como % sobre el total de activos) es siempre muy similar a la que ofrece la EPA del INE, observándose una reducción durante los cuatro últimos años. Este mes es similar a la del mes pasado, concretamente un 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%, (5% este mes), mientras que los que trabajan en el sector privado por cuenta ajena suelen tener un peso relativo entre cuatro y cinco veces superior al de los que trabajan por cuenta propia.
- Por lo que respecta a la distribución de los entrevistados por Comunidad Autónoma y tamaño del municipio en que residen (número de habitantes), la distribución no hace sino reflejar la distribución de entrevistados según el diseño muestral utilizado en esta investigación, y por consiguiente refleja fielmente la distribución real de la población española de 18 y más años según estos dos criterios y según el último Censo de Población.
- El índice de movilidad geográfica incorporado desde octubre de 1996, confirma los hallazgos de otras investigaciones según los cuales casi tres cuartas partes de los españoles de 18 y más años viven actualmente en la misma provincia en que nacieron y en la misma provincia en que vivían durante su adolescencia.
- De igual manera que el Índice de Status Socioeconómico Familiar (ISSEF) se ha utilizado para resumir en un solo indicador de fácil manejo e interpretación diversas características socioeconómicas de los hogares, el Índice de Posición Social (IPS) se utiliza para resumir un conjunto de variables que constituyen propiedades del individuo, y que son además las generalmente utilizadas para intentar explicar las variaciones que se observan en las actitudes y comportamientos de los individuos. El IPS, construido originariamente por el sociólogo noruego Johan Galtung, y replicado en diversas investigaciones en España por Juan Díez Nicolás desde los años '60, va muy estrechamente ligado a la teoría "centro- periferia" sobre la creación y el cambio de las actitudes sociales.

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

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

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

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

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

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

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

Cuadro 2.2.1.

**Distribución de los Entrevistados por
Características Demográficas**

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(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	5	4	4	4	5	5	4
20 a 29 años	19	18	18	18	18	18	19	19	19	18	18	19
30 a 39 años	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
40 a 49 años	17	17	16	17	17	17	17	16	16	17	16	17
50 a 59 años	13	12	12	12	12	12	12	12	12	13	13	12
60 a 64 años	7	8	7	7	7	7	8	7	8	6	6	8
65 y más años	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Estado Civil												
Soltero/a	25	27	28	26	27	26	24	26	25	25	27	27
Casado/a	59	58	55	57	55	58	62	57	58	58	57	57
En Pareja	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4
Viudo/a	7	8	7	8	9	8	7	8	8	9	8	9
Divorciado/a	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
Separado/a	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2
NS/NC	*	*	*	*	*	*	1	*	*	*	*	*

Cuadro 2.2.2.
Distribución de los Entrevistados por Características Socioeconómicas.

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Educación Entrevistado:												
No Sabe Leer	1	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	2
Sabe Leer	11	13	11	11	12	12	12	14	11	10	8	12
Primarios	18	18	19	18	18	19	17	17	16	18	17	18
Bachiller Elemental/EGB	26	27	28	24	31	28	30	28	32	30	29	29
Formación Profesional	10	10	10	11	9	10	10	12	10	11	12	10
Bachiller Superior/BUP	8	9	9	9	8	10	9	8	8	9	9	10
PREU / COU	8	7	8	8	4	6	7	7	6	8	8	7
Titulado Grado Medio	8	5	7	8	7	6	6	5	7	7	6	6
Universitarios	7	7	6	6	8	8	7	7	8	6	9	6
NC	2	2	*	1	1	*	*	*	*	*	*	*
Status Ocupacional del Entrevistado:												
Alto	7	8	6	6	6	7	6	7	9	6	7	6
Medio	26	23	23	26	26	25	24	25	24	26	28	24
Bajo	14	15	15	14	15	15	16	15	14	14	14	15
En Paro	7	6	7	5	6	7	7	6	8	7	7	6
Ama de Casa	20	22	19	21	20	20	21	21	20	20	21	22
Jubilado	17	19	20	18	20	19	18	18	18	19	16	17
Estudiantes	8	7	7	8	7	6	7	7	6	6	6	8
NS/NC	2	1	2	*	1	*	*	1	*	*	*	1
Sector Económico:												
No Activos	45	48	47	48	48	46	47	47	45	45	44	48
En Paro	7	6	7	5	6</							

Cuadro 2.2.3.
Distribución de los Entrevistados por Características Ecológicas

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Comunidad Autónoma												
Andalucía	17	18	17	18	18	17	18	18	18	17	18	18
Aragón	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Asturias	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Baleares	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Canarias	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cantabria	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Castilla y León	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Castilla-Mancha	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
Cataluña	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
Extremadura	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Galicia	7	7	7	7	7	7	7	7	8	7	7	7
La Rioja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Madrid	13	13	13	13	13	13	13	13	14	13	13	13
Murcia	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Navarra	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
P. Vasco	6	5	5	5	6	6	6	5	4	5	5	5
C. Valenciana	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Hábitat												
Rural	24	23	24	24	22	23	24	24	23	24	24	24
Urbano	51	52	52	51	54	52	52	52	52	52	50	51
Metropolitano	24	24	23	25	24	25	24	24	25	24	26	

Cuadro 2.2.4.
Indice de Posición Social

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Muy Baja	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
Baja	31	31	32	31	32	30	32	31	30	32	32	32
Media	50	52	51	50	48	51	49	51	50	48	47	50
Alta	15	12	12	14	16	13	14	13	15	16	17	14
Muy Alta	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1

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

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Alta	*	*	1	*	*	1	*	*	-	1	*	-
Media Alta	5	5	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2
Media Media	63	62	65	67	66	64	68	64	67	63	63	68
Media Baja	25	28	26	22	23	25	24	26	24	28	27	24
Baja	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
NS/NC	3	2	1	3	4	4	1	2	1	2	2	2

Cuadro 2.2.6.

Relación entre algunas Variables Explicativas ASEP.
(En porcentaje)

	Total Muestra	EDAD				POSICIÓN SOCIAL			IDEOLOGÍA			STATUS SOCIOECONÓMICO FAMILIAR		
		Menos de 30 años	30 a 49	50 a 64	Más de 65	Baja	Media	Alta	Izquierda	Centro	Derecha	Alto	Medio	Medio Bajo/Bajo
ABRIL 2005														
TOTAL	(1212)	23%	37	20	21	35	50	15	43	23	16	38	42	20
Edad:														
18 a 29 años	(280)	100%	-	-	-	31	63	7	50	21	10	50	44	6
30 a 49 años	(445)	-%	100	-	-	15	56	29	47	22	16	51	40	10
50 a 64 años	(235)	-%	-	100	-	35	52	13	36	28	19	29	44	27
65 y más años	(252)	-%	-	-	100	78	22	*	33	24	21	8	44	47
Posición Social:														
Baja	(429)	20%	15	19	46	100	-	-	35	26	18	8	56	36
Media	(603)	29%	42	20	9	-	100	-	44	22	16	46	40	14
Alta	(179)	10%	72	17	1	-	-	100	54	22	13	81	18	1
Ideología:														
Izquierda	(517)	27%	40	16	16	29	52	19	100	-	-	43	40	17
Centro	(284)	21%	35	23	21	39	48	14	-	100	-	34	43	23
Derecha	(198)	15%	35	23	27	38	49	12	-	-	100	40	45	15
Status Socioeconómico Familiar:														
Alto, Medio alto	(456)	31%	49	15	5	8	60	32	49	21	17	100	-	-
Medio	(515)	24%	34	20	22	46	47	6	40	24	17	-	100	-
Medio Bajo/Bajo	(242)	7%	18	26	49	64	35	*						

2.3. INDICADORES DE PERSONALIDAD

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

Para medir la identificación espacial o geográfica, se ha utilizado un indicador. Todas las investigaciones en España y en otros países coinciden en demostrar que los individuos se identifican en gran medida con su pueblo o ciudad, y esto es aún más cierto en España por la escasa movilidad geográfica a la que ya se ha hecho referencia. Un 35% de los entrevistados este mes se identifican con su pueblo o ciudad (proporción que parece haberse estabilizado estos últimos meses, estabilizándose en torno al 30-34%), y alrededor de un tercio se identifican con España (este mes es superior a los que se identifican con su pueblo o ciudad), siendo muy pocos los que se identifican con espacios supranacionales. El sentimiento español-nacionalista es la variable que mejor explica las diferencias de identificación espacial, como cabría esperar, en el sentido de que más de la mitad de los que se consideran sólo españoles o más españoles que nacionalistas se identifican con España, mientras que más de un tercio de los que se consideran sólo nacionalistas o más nacionalistas que españoles se identifican con su Comunidad Autónoma y casi la mitad se identifica con su pueblo o ciudad.

La evaluación personal, la de España y la del Mundo son tres 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 vuelto a incluir este mes la evaluación del mundo, que se había excluido en investigaciones de años anteriores debido principalmente a que esta investigación se centra especialmente en España, y también por razones de espacio en el cuestionario. 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 los 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 y la del Mundo, algo mejor que la pasada. La evaluación del futuro es mejor que la del presente respecto al individuo, a España y al Mundo. La evaluación de España es inferior a la personal en los tres momentos temporales, y la evaluación del Mundo es inferior a la personal y a la de España también en los tres momentos temporales.

Cuadro 2.3.1.

Espacio Geográfico con el que se Siente más Identificado.

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
TOTAL	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Su pueblo o ciudad	33	34	34	30	30	32	36	32	28	34	37	35
Su provincia	5	5	5	6	7	6	6	6	4	7	5	4
Su Comunidad Autónoma	17	17	15	15	19	20	18	16	18	17	20	18
España	37	37	37	39	37	33	33	38	42	34	30	36
Europa (UE)	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2
Occidente	*	-	-	*	*	-	*	*	*	*	*	-
El Mundo	5	4	4	5	4	6	4	4	5	5	5	4
Ninguno	*	*	*	1	1	*	*	*	*	-	*	*
NS/NC	1	1	1	2	1	1	*	1	*	1	1	*

Cuadro 2.3.2.

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

ABRIL 2005	TOTAL	Pueblo o Ciudad	Provincia	Comunidad Autónoma	España	Otros	Ninguno NS/NC
TOTAL	(1212)	35%	4	18	36	6	*
Edad:							
18 a 29 años	(280)	37%	3	20	30	9	1
30 a 49 años	(445)	31%	4	16	40	8	-
50 a 64 años	(235)	34%	5	20	37	4	*
65 y más años	(252)	40%	4	17	35	3	*
Posición Social:							
Baja							

Cuadro 2.3.3.

Evaluación de la Situación Personal, de España y del Mundo

ABRIL 2005	PERSONAL			ESPAÑA			MUNDO		
	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año
Total	(1.212)	(1.212)	(1.212)	(1.212)	(1.212)	(1.212)	(1.212)	(1.212)	(1.212)
				%					
10. Muy bien	2	2	4	*	*	1	-	-	*
9.	3	3	5	1	1	3	*	*	*
8.	13	14	18	4	4	9	2	1	3
7.	24	24	20	13	14	14	4	4	7
6.	25	26	18	25	26	17	10	12	9
5.	26	22	16	31	31	23	24	26	21
4.	5	4	2	14	12	8	22	20	14
3.	2	2	1	6	5	5	15	16	13
2.	1	*	*	2	3	3	11	11	7
1.	*	*	*	1	1	1	6	3	5
0. Muy mal	*	*	1	1	1	2	3	3	3
NS/NC	1	1	13	2	2	16	4	3	17
% Opinan	99	99	87	98	98	84	96	97	83
X Valoración	6,2	6,3	6,7	5,3	5,3	5,6	3,9	4,0	4,3
% Discrepancia	25	24	26	29	28	34	44	42	46

Cuadro 2.3.4.

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

	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	X-03	I-04	VII-04	X-04	XII-04	I-05	II-05	IV-05
Total	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.204)	(1.201)	(1.208)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.212)
Personal		</										

Cuadro 2.3.5.
**Evaluación de la Situación Personal, de España y del Mundo (Valoración Media),
por Características Socioeconómicas.**

ABRIL 2005	TOTAL	PERSONAL			ESPAÑA			MUNDO		
		Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año	Hace 1 año	Actualmente	Dentro de 1 año
TOTAL	(1212)	6,2	6,3	6,7	5,3	5,3	5,6	3,9	4,0	4,3
Edad:										
18 a 29 años	(280)	6,4	6,8	7,3	5,3	5,5	5,8	4,0	4,1	4,4
30 a 49 años	(445)	6,3	6,4	6,9	5,2	5,3	5,5	3,9	4,0	4,3
50 a 64 años	(235)	5,9	5,9	6,1	5,2	5,2	5,4	4,0	4,0	4,2
65 y más años	(252)	5,9	5,9	6,0	5,4	5,3	5,5	3,8	4,0	4,1
Posición Social:										
Baja	(429)	6,0	6,1	6,3	5,2	5,3	5,5	3,8	3,9	4,1
Media	(603)	6,2	6,3	6,7	5,3	5,3	5,6	3,9	4,1	4,3
Alta	(179)	6,5	6,7	7,1	5,3	5,4	5,7	4,2	4,3	4,4
Ideología:										
Izquierda	(517)	6,3	6,5	6,9	5,3	5,6	6,0	4,0	4,1	4,4
Centro	(284)	6,2	6,3	6,6	5,3	5,4	5,6	4,0	4,1	4,4
Derecha	(198)	6,1	6,2	6,6	5,4	4,8	4,6	4,0	4,0	4,1
Nacionalismo:										
Más nacionalista	(201)	6,1	6,3	6,6	4,9	5,1	5,6	3,5	3,8	4,2
Tan nac, como esp,	(723)	6,2	6,4	6,7	5,3	5,3	5,5	3,9	4,0	4,2
Más españoles	(267)	6,1	6,1	6,5	5,5	5,5	5,6	4,3	4,3	4,4
Práctica Religiosa:										
Alta	(244)	5,9	6,							

3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS

3. Actitudes y Comportamientos Económicos

3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA

Recordatorio Previo

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- Los entrevistados tienden a creer normalmente que la situación económica futura, tanto de uno mismo como de España en general, será mejor que la actual comparada con la de hace seis meses.
- En segundo lugar, desde 1999, los españoles tienden a valorar mejor la situación económica personal que la del país. La situación económica personal presente solía ser valorada más negativamente que las tres situaciones restantes, aunque, desde finales del 2000, la situación presente de uno mismo es percibida como mejor que la situación presente y futura del país.
- Los que gozan de una mejor situación económica (status socioeconómico alto y que ahorran una parte de lo que ingresan), los que tienen menos responsabilidades en la economía doméstica (menores de 30 años) y los más afines al Gobierno (con ideología de izquierda 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 Abril de 2005.

Si hace un año los españoles manifestaban su escepticismo sobre la capacidad del PSOE para garantizar la buena evolución de la economía española, más aún al observar lo alto que el gobierno anterior había colocado el listón, ahora en abril de 2005, los indicadores ASEP sobre el sentimiento del consumidor indican que, tras doce meses de escepticismo hacia la gestión de Zapatero y tras un periodo de marcado pesimismo, los españoles comienzan a percibir quizás que la política económica del PSOE no es sino una continuación de la que llevó a cabo el gobierno anterior y que los desequilibrios que se producen en la economía no son tanto el resultado de las medidas del gobierno actual sino las consecuencias de la coyuntura internacional que rodea a España, comenzando por el elevado precio del crudo y continuando con la conocida restricción de ayudas del Fondo Monetario de la Unión Europea.

Así se explica que el sondeo de abril de 2005 muestre que los menores de 30 años, de alta posición y alto status socioeconómico familiar, los individuos con ideología de izquierda y los que ahorran sean los cinco únicos grupos de la sociedad cuyo sentimiento es más optimista que pesimista en lo referido a las diversas caras de la economía, en contraposición a la mayor parte de la opinión pública, cuyo sentimiento general es igual de pesimista que en abril de 2004.

Efectivamente, los españoles son mayoritariamente tan pesimistas como en abril de 2004, no sólo cuando son consultados sobre la economía presente y futura de España sino también cuando son consultados sobre su economía particular en relación con su situación de hace seis meses y la previsible dentro de seis meses.

De hecho, incluso los individuos con ideología de izquierda se consideran más pesimistas que optimistas al evaluar su economía particular presente y futura.

El siguiente cuadro refleja los segmentos en los que el índice supera el nivel de equilibrio 100, es decir aquellos en los que los individuos son más optimistas que pesimistas:

	Isc1	Isc3	Isc4	Isc5	IO	IESE
- 30 años	107		107	107	120	104
Alta posición social	105		104	104	114	105
Izquierda	101	102	107	104	108	107
Ahorran	107		105	111	118	103
Alto Satus socioeconómico familiar	103		102	105	113	101

Se observa una vez más por lo tanto que los españoles en su conjunto son más pesimistas que optimistas en todos los supuestos, igualándose ambos grupos solamente cuando son consultados sobre las perspectivas a seis meses vista en lo relativo a su economía particular, de modo que el ISC2 está en el nivel 102, dos puntos más que hace un mes. Por el contrario, los demás indicadores permanecen por debajo del nivel de equilibrio y en equivalencia con los de abril de 2004, de tal manera que nuestro

pesimismo con vistas a la situación particular que vivíamos hace seis meses se mantiene en ISC1= 94. Por lo que respecta a la economía de España, somos 1 puntos menos pesimistas que hace un año al comparar la economía actual con la futura, de modo que el ISC4 avanza hasta el nivel 99. Dicho de otra forma, el gobierno actual genera ya más entusiasmo que el que transmitía el PP el mismo mes de su derrota electoral el pasado 14-M de 2004.

- ☛ El ISC1 es de 94, es decir 2 punto más que en abril 2004.
- ☛ El ISC2 es de 102, es decir 1 puntos menos que en abril de 2004.
- ☛ En relación con los sentimientos de cara a la economía española, los datos tampoco tienden a mejorar de forma clara:
- ☛ El ISC3 está en el nivel 91, es decir 9 puntos más que en abril de 2004.
- ☛ El ISC4 que mide la previsión para dentro de seis meses queda establecido en un nivel 99, es decir 1 punto más que en abril de 2004.

Así se explicaría en consecuencia que el índice de Optimismo recupere el nivel de equilibrio, con un 101, es decir 2 puntos más que hace un año, mientras que el IESE no sobrepase el nivel 94, 4 puntos más que hace un año.

Cuadro 3.1.1.

Indices del Sentimiento del Consumidor.

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
ISC-1												
Econ. Person. Presente	92	93	92	97	95	94	93	96	96	100	94	94
ISC-2												
Econ. Person. Futura	103	104	100	104	105	103	102	104	103	105	100	102
ISC-3												
Econ. País Presente	82	89	91	94	89	85	88	88	91	91	93	91
ISC-4												
Econ. País Futura	98	100	95	98	97	91	93	94	95	96	98	99
ISC-5	94	97	94	98	97	93	94	96	96	98	96	96

Cuadro 3.1.2.

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

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total ISC-5	94	97	94	98	97	93	94	96	96	98	96	96
Edad:												
Menos de 30 años	99	105	105	111	106	107	101	106	103	107	106	107
30 a 49 años	95	99	94	99	100	94	96	96	98	100	97	98
50 a 64 años	90	91	90	93	89	87	85	90	90	91	88	87
65 y más años	90	90	86	86	87	83	90	88	90	90	91	89
Posición Social:												
Baja	88	88	91	90	87	86	90	91	89	92	94	93
Media	95	98	96	100	101	96	94	96	98	98	95	96
Alta	104	112	96	112	106	100	104	104	106	110	105	104
Ideología:												
Izquierda	97	102	98	107	107	102	102	103	103	105	107	104
Centro	92	93	91	89	87	87	90	91	90	95	99	95
Derecha	93	94	94	87	83	84	79	92	90	91	73	87
Propensión al ahorro:												
Endeudados	91	100	95	103	83	87	81	80	89	95	102	85
Vive al día	89	93	89	93	92	92						

Cuadro 3.1.3.

Situación Económica Actual

Situación Personal Respecto a hace seis meses:

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Mejor	9	11	11	13	12	13	13	13	14	16	15	13
Igual	73	71	70	70	70	68	67	70	66	67	64	67
Peor	17	18	19	16	17	19	20	17	19	16	21	19
NS/NC	*	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	1
ISC-1 (Econ. Personal Presente)	92	93	92	97	95	94	93	96	96	100	94	94

Situación del País respecto a hace seis meses:

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Mejor	9	11	12	14	12	13	12	12	14	12	14	12
Igual	63	65	63	62	61	55	60	62	61	64	61	64
Peor	27	22	21	21	23	29	25	23	22	22	21	21
NS/NC	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3
ISC-3 (Econ. del País Presente)	82	89										

Cuadro 3.1.4.

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

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total ISC-1	92	93	92	97	95	94	93	96	96	100	94	94
Edad:												
Menos de 30 años	100	100	102	112	109	115	103	111	108	113	106	107
30 a 49 años	94	96	91	98	98	92	95	97	98	104	96	98
50 a 64 años	87	86	88	92	85	89	84	92	86	92	86	83
65 y más años	86	85	84	84	84	79	86	84	87	85	85	85
Posición Social:												
Baja	82	83	87	86	84	86	87	90	88	88	87	89
Media	95	96	94	100	99	96	92	98	96	102	95	95
Alta	107	106	98	114	106	105	110	109	111	116	108	105
Ideología:												
Izquierda	94	98	94	102	102	100	100	103	102	106	97	101
Centro	91	89	86	91	85	87	86	92	89	96	96	94
Derecha	95	94	94	93	90	92	92	99	98	98	94	91
Propensión al ahorro:												

Cuadro 3.1.6.

Perspectivas Económicas

Situación Personal dentro de seis meses:

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Mejor	12	14	12	15	16	16	14	14	15	15	15	14
Igual	71	72	68	68	68	67	67	70	69	68	63	68
Peor	8	10	13	12	10	13	12	10	12	10	16	12
NS/NC	9	5	7	5	6	4	7	6	4	6	7	6
ISC-2 (Economía Personal Futura)	103	104	100	104	105	103	102	104	103	105	100	102

Situación de España dentro de seis meses:

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Mejor	12	16	12	15	14	14	12	11	12	12	15	

Cuadro 3.1.7.

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

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total ISC-2	103	104	100	104	105	103	102	104	103	105	100	102
Edad:												
Menos de 30 años	113	116	113	120	113	116	111	118	112	118	116	118
30 a 49 años	106	106	99	107	111	108	104	107	109	108	102	104
50 a 64 años	95	98	96	97	98	95	96	96	94	97	87	91
65 y más años	94	92	88	87	93	90	94	91	91	92	87	91
Posición Social:												
Baja	97	95	97	94	93	95	98	97	94	97	89	96
Media	105	105	101	107	111	108	101	106	106	107	102	104
Alta	110	122	102	115	115	109	112	113	113	114	113	111
Ideología:												
Izquierda	105	109	103	111	112	110	107	109	106	110	99	107
Centro	97	102	98	97	98	99	101	102	100	104	105	99
Derecha	105	100	97	97	96	100	91	105	103	104	96	

Cuadro 3.1.8.

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

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total ISC-4	98	100	95	98	97	91	93	94	95	96	98	99
Edad:												
Menos de 30 años	100	106	104	111	105	101	96	100	98	101	105	107
30 a 49 años	100	103	94	98	101	93	96	93	96	98	96	100
50 a 64 años	94	95	93	91	91	81	83	90	91	91	92	91
65 y más años	95	96	88	88	89	87	94	92	92	94	99	94
Posición Social:												
Baja	96	93	92	93	88	88	90	91	89	94	101	98
Media	96	100	98	97	101	92	94	95	97	95	94	99
Alta	108	119	92	111	106	97	100	99	101	106	102	104
Ideología:												
Izquierda	104	108	99	110	111	101	103	102	104	105	107	107
Centro	93	95	92	86	88	85	91	87	89	91	99	97
Derecha	90	94	90	79	78	77	71	87	83	88	73	87
Propensión al ahorro												

Cuadro 3.1.9.

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

Indice de Optimismo												
	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Optimista	16	18	17	20	20	21	19	19	20	22	21	19
Indiferente	66	65	63	63	63	60	62	64	61	62	58	62
Pesimista	17	17	20	17	17	19	19	17	18	16	21	18
IO	99	101	98	104	102	102	100	102	102	105	99	101

Indice de Evaluación de la Situación Económica												
	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	<											

Cuadro 3.1.10.

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

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total IO	99	101	98	104	102	102	100	102	102	105	99	101
Edad:												
Menos de 30 años	115	115	113	124	117	124	116	121	115	125	119	120
30 a 49 años	102	105	99	107	109	103	103	105	108	109	102	105
50 a 64 años	87	90	91	94	90	93	91	89	89	97	85	87
65 y más años	86	88	84	85	86	85	86	87	88	85	86	85
Posición Social:												
Baja	86	90	93	92	87	91	92	95	92	93	88	92
Media	104	103	99	107	108	108	100	103	103	109	102	103
Alta	112	120	102	119	118	108	117	115	118	121	114	114
Ideología:												
Izquierda	101	108	101	110	110	110	108	108	107	112	101	108
Centro	98	99	95	96	94	94	97	99	96	103	105	100
Derecha												

3.2. PAUTAS DE AHORRO

Recordatorio Previo

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

Pautas Estables de Ahorro

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

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

El IPA se ha situado este mes en el nivel 124, cuatro puntos menos que el mes anterior, sin duda porque los españoles están pagando los excesos de la Semana Santa. El nivel de endeudamiento familiar sigue siendo sin embargo muy elevado, hasta el punto de que más de la mitad de los individuos gastan lo que gana y recurren a los préstamos para afrontar el fin de mes. Los españoles han cesado de aumentar en todo caso el nivel de endeudamiento con los bancos, no aumentando la solicitud de créditos y gastando menos que hace un año. Los créditos ya dejaron de abaratarse y el endeudamiento familiar es tan elevado que resulta complicado que dicho indicador pueda aumentar más en el futuro.

Cuadro 3.2.1.

Situación Financiera del Hogar

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Me prestan dinero	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	2
Gasto mis ahorros	6	5	4	6	3	4	4	5	4	5	3	4
Gasto lo que gano	56	58	58	59	58	60	63	59	60	59	58	63
Ahorro algo	31	30	31	28	32	29	28	32	30	30	32	28
Ahorro bastante	2	2	2	1	3	2	1	1	1	1	2	2
NS/NC	2	3	1	3	1	2	1	1	2	1	1	1
IPA	122	124	125	121	129	124	124	126	125	124	128	124

Cuadro 3.2.2.

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

	IV-03	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total IPA	122	124	125	121	129	124	124	126	125			

3.3. SATISFACCION CON LA VIDA

El Índice de Satisfacción con la calidad de la vida expresa un sentimiento que trasciende la propia situación económica del entrevistado, al intervenir sensaciones más subjetivas como la propia felicidad y las relaciones personales. Por esta misma razón también, el ISCV suele estar sujeto a variaciones insignificantes entre un mes y otro. Así se explica el índice 179 de este mes, un punto menos que el mes anterior y dos 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=148).

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

	IV-03	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Muy Satisfechos	8	9	7	7	6	7	6	6	5	6	8	6
Satisfechos	79	78	80	80	80	78	80	79	81	78	78	77
Indiferentes	7	6	8	7	6	8	8	8	9	10	8	11
Insatisfechos	6	6	5	6	6	5	5	5	5	6	6	4
Muy Insatisfechos	*	*	*	1	1	1	*	1	1	*	*	*
NS/NC	*	*	*	*	*	*	*	1	*	*	*	1
ISCV	181	181	181	180	180	179	181	179	180	177	180	179
Valoración Media	3,9	3,9	3,9	3,8	3,8	3,8	3,9	3,8	3,8	3,8	3,9	3,8
% Discrepancia	18	18	17	18	18	18	17	18	18	17	17	17

Cuadro 3.3.2.
Índice de Satisfacción con la Calidad de Vida, por Características Socioeconómicas de los Entrevistados
(Valor medio de 1 a 5 puntos indicado entre paréntesis)

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total ISCV	181 (3,9)	181 (3,9)	181 (3,9)	180 (3,8)	180 (3,8)	179 (3,8)	181 (3,9)	179 (3,8)	180 (3,8)	177 (3,8)	180 (3,9)	179 (3,8)
Edad:												
Menos de 30 años	185 (4,0)	188 (4,0)	187 (4,0)	187 (3,9)	193 (4,0)	187 (3,9)	190 (4,0)	192 (4,0)	185 (3,9)	184 (3,9)	188 (4,0)	189 (4,0)
30 a 49 años	184 (3,9)	185 (3,9)	180 (3,9)	182 (3,9)	180 (3,8)	185 (3,9)	180 (3,8)	178 (3,8)	184 (3,9)	181 (3,8)	180 (3,9)	181 (3,9)
50 a 64 años	179 (3,8)	182 (3,9)	182 (3,8)	176 (3,8)	179 (3,8)	177 (3,8)	182 (3,8)	176 (3,8)	178 (3,8)	176 (3,8)	181 (3,8)	173 (3,7)
65 y más años	174 (3,8)	168 (3,7)	178 (3,8)	171 (3,7)	167 (3,7)	164 (3,6)	171 (3,7)	168 (3,7)	170 (3,7)	165 (3,7)	172 (3	

3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

Durante los últimos meses se ha insistido en subrayar cómo la clientela declarada de bancos tendía a disminuir, mientras que a de cajas aumentaba de un modo imparable. La Caixa sería el prototipo de Caja motriz en el segundo caso, mientras que la creciente “infidelidad” de la clientela en los principales bancos explicarían el progresivo retroceso del primero.

Si hace un año se detectaba un 27% de personas clientes de bancos, un año después dicha cifra apenas alcanza el 25%. Por el contrario, el porcentaje de clientes declarados de cajas se ha elevado desde un 84% en abril de 2004 hasta el actual 82%, mereciendo una mención especial el 17,0% de individuos que dicen ser clientes de La Caixa, 0,4 puntos más que hace un año.

BBVA mantiene pese a ello la mayor clientela de bancos declarada, un 12,3% de los entrevistados, 6 puntos más que el SCH (6,3%) pero alejándose 4,7 puntos de la cifra de La Caixa (17,0%) en permanente ascenso.

La diferencia entre la clientela de BBVA y la del SCH ha aumentado desde los 4,1 puntos porcentuales de hace un año a los 6 puntos actuales. Por el contrario, La Caixa ha abierto una brecha notable con respecto al BBVA.

Clientela comparada abril 2004- 2005

	abr 2004	Abr 2005	Diferencia
SCH	7,8	6,3	-1,5
BBVA	11,9	12,3	+0,4
Popular	1,6	2,1	+0,5
Banesto	2,3	2,7	+0,4
Caja de Madrid	9,9	9,9	=
La Caixa	16,6	17,0	+0,4

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 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)

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total Clientes	92	89	91	92	93	90	89	89	92	92	90	90
Edad:												
Menos de 30 años	90	86	88	89	88	86	88	86	90	89	86	87
30 a 49 años	92	92	92	93	94	93	92	89	91	93	92	91
50 a 64 años	94	88	90	94	93	92	89	91	95	94	93	89
65 y más años	92	88	93	93	96	88	85	90	92	91	86	92
Posición Social:												
Baja	89	85	90	91	93	86	86	87	89	89	85	87
Media	93	91	90	92	92	92	90	90	93	94	91	91
Alta	9											

Cuadro 3.4.2.

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

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total I.B.	27	28	28	24	26	29	25	26	29	26	26	25
Edad:												
Menos de 30 años	23	26	26	22	22	25	21	25	26	22	25	25
30 a 49 años	31	28	31	29	29	32	29	30	33	30	28	28
50 a 64 años	27	30	30	25	31	34	25	29	30	32	28	25
65 y más años	23	26	27	18	22	23	21	18	25	18	23	21
Posición Social:												
Baja	20	22	26	16	19	24	20	21	24	18	23	19
Media	28	28	28	26	27	30	24	27	30	27	25	26
Alta	37	38	39	36	39	38	37	35	37	38	35	37
Status Socioeconómico Familiar:												

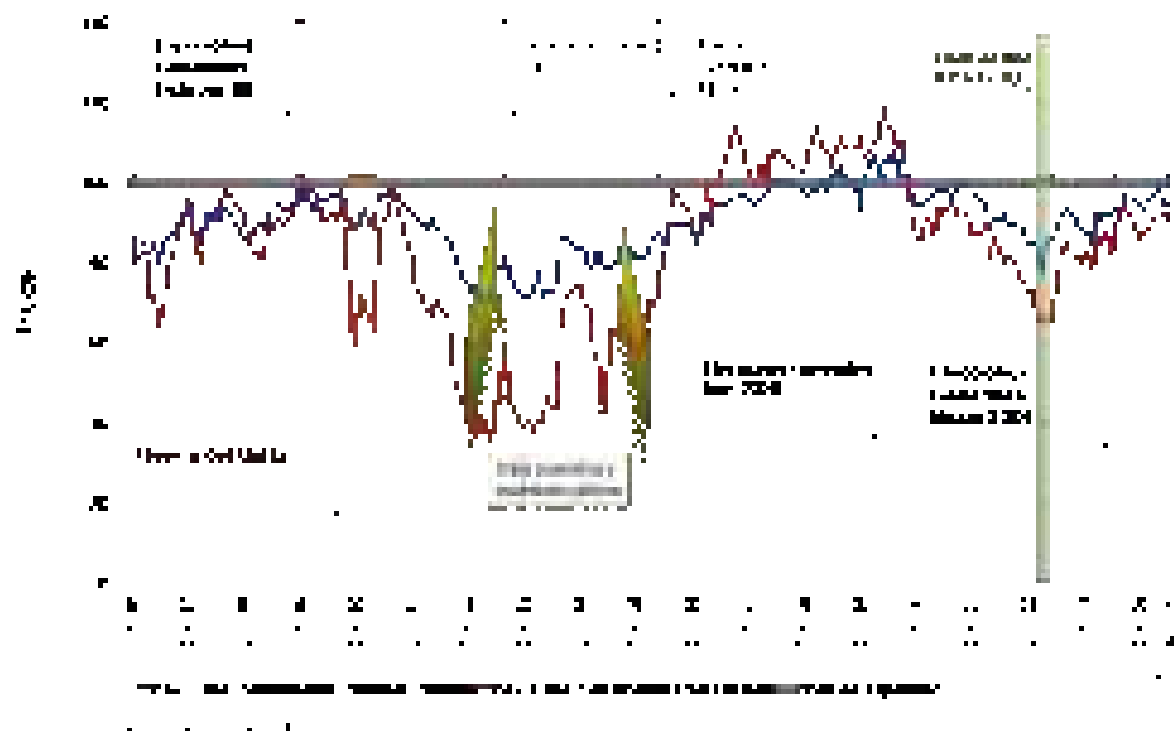
Cuadro 3.4.4.

Clientela de Instituciones Financieras por Institución (*)

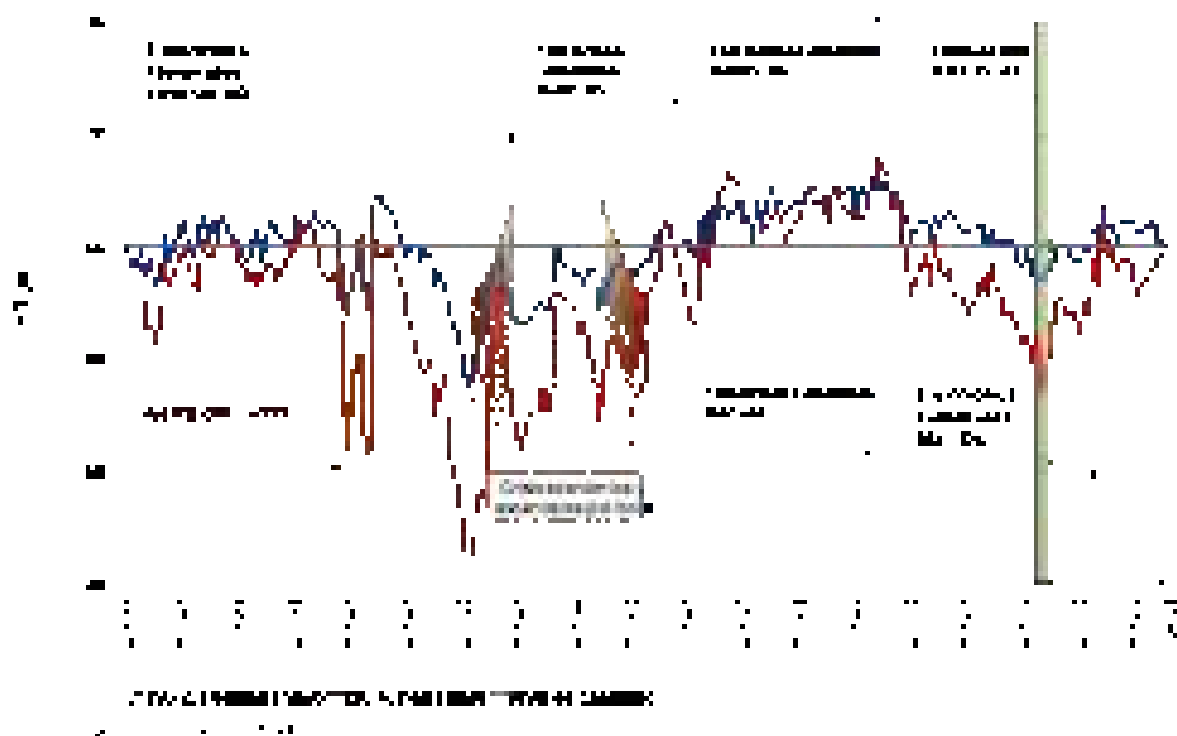
% que tienen C/c o Libreta en Bancos y Cajas de Ahorro

INSTITUCION FINANCIERA	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Base: Tiene C/C o Libreta	(1.115)	(1.073)	(1.098)	(1.113)	(1.119)	(1.087)	(1.074)	(1.081)	(1.106)	(1.106)	(1.078)	(1.090)
SCH	7,8	8,0	7,3	5,5	7,9	8,5	6,2	7,5	7,5	6,4	7,0	6,3
BBVA	11,9	10,8	13,8	11,0	11,6	13,5	12,5	11,2	15,6	11,1	12,4	12,3
Popular	1,6	2,3	1,3	1,5	1,9	2,9	2,1	1,7	1,3	2,1	1,7	2,1
Banesto	2,3	4,3	2,0	2,7	2,5	1,9	1,6	1,9	2,8	2,9	2,2	2,7
Otros Bancos	5,2	3,1	5,5	5,3	3,8	4,8	3,9	5,8	4,1	4,6	4,4	3,5
Caja de Madrid	9,9	9,3	10,1	9,1	9,1	9,6	11,1	12,2	9,4	9,5	10,4	9,9
La Caixa	16,6	17,7	17,5	18,2								

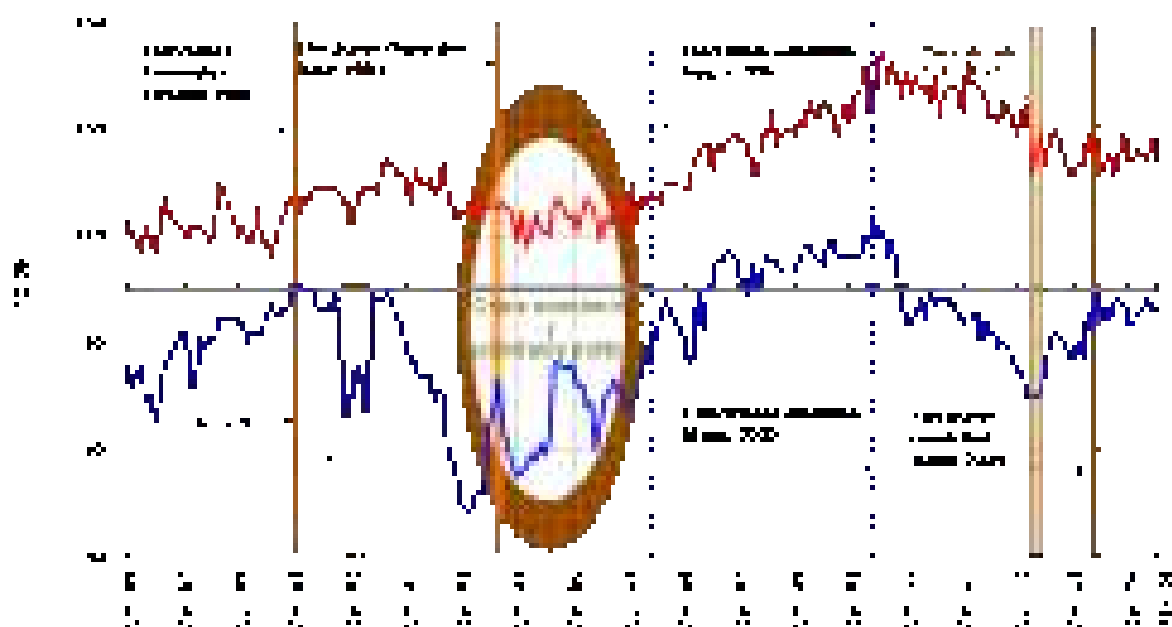
EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR PRESENTE (PERSONAL Y DEL PAÍS)



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



EVOLUCION DEL INDICE GLOBAL DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR Y DEL INDICE DE PROPENSION AL AHORRO



4. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLITICOS

4. Actitudes y Comportamientos Políticos

4.1. DIMENSIONES IDEOLÓGICAS BÁSICAS

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

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

La distribución global entre izquierda, centro y derecha habitualmente ha mostrado que la izquierda tiene un peso generalmente doble que la derecha, pero similar al de la suma del centro y la derecha, pero desde 1996 hasta marzo de 2004, ha disminuido el peso de la izquierda, hasta el punto de que el centro y la derecha solía mostrar, conjuntamente, un peso mayor que la izquierda. Pero desde marzo de 2004 la izquierda ha recuperado posiciones y tiene un peso superior al doble que la derecha. Este mes la proporción de personas que se declaran de derecha es del 16, algo más de un tercio de la proporción que se declara de izquierda (43%), y la proporción que se declara de centro es del 23%, de manera que la suma de centro y derecha es este mes cuatro puntos inferior 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 entrevistados de práctica religiosa media, los que no saben o no contestan lo que votaron en las últimas elecciones, los que no votaron en marzo de 2004 y los que votan a partidos nacionalistas de centro y derecha y “otros” partidos (que se posicionan principalmente en el centro), y los de práctica religiosa alta y los votantes del PP (que se posicionan mayoritariamente en

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 en todos los grupos sociales excepto entre los mayores de 50 años, los posición social baja, los de status socioeconómico familiar bajo, los que se sienten más españoles que nacionalistas, los de práctica religiosa alta y media, los votantes del PP, de partidos nacionalistas de centro y derecha y “otros” partidos, los que no votaron y los que no saben y no contestan lo que votaron en las elecciones de marzo de 2004.

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 (20% 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 16% 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, excepto entre los votantes a partidos nacionalistas.

Sin embargo, alrededor de la mitad de los españoles mayores de 18 años (un 60% 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 2004, 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

Este mes se observa un recuerdo de voto inferior a los resultados obtenidos en las elecciones del pasado 14 de marzo de 2004 con respecto a todos los partidos excepto el PSOE y “otros” partidos, ya que el recuerdo de voto hacia PSOE y “otros” partidos supera los resultados obtenidos. En el Cuadro 4.1.8. se ofrece, para cada partido, la diferencia (en puntos porcentuales y en porcentajes) entre los resultados reales de marzo de 2004 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 10% 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, dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas y en tercer lugar mantener el orden en la nación (uno de los objetivos es materialistas) y,

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.

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

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

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, excepto los que no saben lo que votaron en las elecciones de marzo de 2004 que dicen que la pertenencia a la Unión Europea es perjudicial para ellos mismos.

Cuadro 4.1.1.

Autoposicionamiento Ideológico

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Extrema Izquierda	*	*	*	1	*	*	*	1	1	*	1	1
Izquierda	23	27	27	27	25	28	27	22	27	24	22	24
Centro Izquierda												

Cuadro 4.1.3.

Práctica Religiosa

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Alta	19	18	17	14	15	15	16	14	15	16	18	20
Media	18	18	15	16	16	17	14	16				

Cuadro 4.1.5.

Sentimiento Nacionalista-Español.

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
	%											
Sólo Nacionalista	4	3	4	5	5	5	5	7	6	7	5	4
Más Nac. que español	14	12	13	13	13	14	14	13	13			

Cuadro 4.1.7.

Partido Votado en las Elecciones Generales de 2004.

	Resultados Reales de												
	III-04	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total Electores	(33.475.376)	(1.211)	(1.203)	(1.206)	(1.208)	(1.207)	(1.206)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.203)	(1.212)
PP	28,8	22,4</											

Cuadro 4.1.9.

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

1ª LISTA DE OBJETIVOS			
ABRIL 2005	1ª Mención	1ª y 2ª Mención	Última Mención
Total	(1.212)	(1.212)	(1.212)
	%		
- Mantener el orden en la nación.....	25	47	14
* - Dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas.....	27	51	18
- Luchar contra la subida de los precios.....	36	71	15
* - Proteger la libertad de expresión.	9	24	19
- Ninguno.....	*	*	19
- NS/NC.....	3	2	1

Cuadro 4.1.10.

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

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
Total PM	40	40	41	39	36	33	36	40	35	35	38	32
Edad												
18 a 29 años	54	50	47	47	45	42	41	48	41	41	47	36
30 a 49 años	43	42	48	42	39</							

Cuadro 4.1.12.

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

ABRIL 2005	Total	Muy Satisfecho	Algo Satisfecho	Nada Satisfecho	Ns/Nc	INDICE
TOTAL	(1212)	21%	65	8	6	113
Edad:						
18 a 29 años	(280)	23%	62	9	5	114
30 a 49 años	(445)	25%	63	8	3	117
50 a 64 años	(235)	12%	72	9	7	103
65 y más años	(252)	19%	65	7	9	112

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

	IV-03	V-03	VI-03	VII-03	IX-03	XI-03	II-04	VII-04	X-04	XII-04	I-05	II-05	IV-05
Total	(1.205)	(1.210)	(1.215)	(1.212)	(1.213)	(1.205)	(1.202)	(1.208)	(1.206)	(1.211)	(1.204)	(1.203)	(1.212)

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.**

ABRIL 2005	Total	ESPAÑA	CCAA	ENTREVISTADO
TOTAL	(1212)	171	168	161
Edad:				
18 a 29 años	(280)	173	166	163
30 a 49 años	(445)	175	171	168
50 a 64 años	(235)	166	165	153
65 y más años	(252)</			

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.

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 once instituciones o grupos sociales, cuatro de ellas fijas (Fuerzas Armadas, Bancos, Gobierno de la Nación y Corona) y otras siete que son el Tribunal Constitucional, el Tribunal Supremo, la Iglesia Católica, los Tribunales de Justicia, la Administración Pública del Estado, la Administración Autonómica y la Administración Local. En los Cuadros 4.2.2. a 4.2.4. se ofrecen los datos para estas once 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, más del 90% en casi 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.
-

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:

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

general de satisfacción o insatisfacción con el Gobierno, se pregunta también específicamente a los entrevistados su grado de satisfacción general con éste.

El ISG, este mes, se sitúa por encima del nivel de equilibrio, lo que equivale a una proporción superior de satisfechos que de insatisfechos. El índice de Satisfacción con el Gobierno de este mes es inferior que el mes pasado y es el tercer valor más bajo de los últimos doce meses.

Este mes el 54% de los españoles están satisfechos (en mayor o menor medida) con la labor que realiza el Gobierno, y el 24% están insatisfechos.

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

Aparte de esas relaciones, cabe resaltar que sólo los entrevistados de derecha y los votantes del PP y partidos nacionalistas de izquierda se muestran este mes algo insatisfechos con el Gobierno.

Cuadro 4.2.1.

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

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
- Las Fuerzas Armadas	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
- Los Bancos	100	99	100	100	99	100	100	100	100	100		

Cuadro 4.2.2.

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

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
- Las Fuerzas Armadas	93	93	94	93	95	96	97	96	94	95	93	93
- Los Bancos	94	93										

Cuadro 4.2.3.

Imagen de Instituciones y Grupos Sociales (Valoración media)

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05	III-05	IV-05
- Las Fuerzas Armadas	5,1	5,4	5,4	5,3	5,5	5,6	5,4	5,6	5,6	5,5	5,3	5,5
- Los Bancos	4,6											

Cuadro 4.2.4.

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

	IV-04	V-04	VI-04	VII-04	IX-04	X-04	XI-04	XII-04	I-05	II-05
--	-------	------	-------	--------	-------	------	-------	--------	------	-------

Cuadro 4.2.5.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales.

ABRIL 2004 – ABRIL 2005

CONOCIMIENTO	VALORACIÓN	
--------------	------------	--

Cuadro 4.2.6.

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

Cuadro 4.2.7.

