



INFORME A.S.E.P.
sobre
LA OPINION PÚBLICA DE LOS ESPAÑOLES
MARZO - 2006

FICHA TECNICA

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

Diseño Muestral: 1.200 personas de uno y otro sexo, de 18 y más años, residentes en España. Muestra aleatoria estratificada por Comunidades Autónomas y 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 6 al 12 de Marzo de 2.006, 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 23 de Marzo 2.006.

**DIRECCION:
JUAN DIEZ NICOLAS**

COPYRIGHT ASEP S.A., 2006. PROHIBIDA LA REPRODUCCION TOTAL O PARCIAL, INCLUSO CITANDO LA FUENTE.

INDICE

	<u>Págs.</u>
1. EL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	4
1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	7
1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	11
2. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LA POBLACION ESPAÑOLA	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	42
3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA	43
3.2. PAUTAS DE AHORRO	59
3.3. SATISFACCION CON LA VIDA	62
3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS	65
4. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLÍTICOS	74
4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS	75
4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES	87
4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS	107
4.4. INTENCIONES DE VOTO	120
5. UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	144
5.1. INDICE DE EXPOSICION A LA INFORMACIÓN	146
5.2. PRENSA DIARIA	149
5.3. RADIO	153
5.4. TELEVISION	159
5.5. NIVEL DE OBJETIVIDAD INFORMATIVA DE LOS MEDIOS EN RELACION AL PP Y AL PSOE	166
6. LA ACTUALIDAD	174
6.1. EL ESTATUTO CATALÁN	176
6.2. LUCHA CONTRA EL TERRORISMO DE ETA	181
6.3. LA LABOR DEL GOBIERNO	185
6.4. DIMISIÓN DEL PRESIDENTE DEL REAL MADRID	188
6.5. LOS VALORES DE LOS ESPAÑOLES	192

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 quince 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:

- Se observan pocas variaciones en el sistema de indicadores este mes. Todos los indicadores económicos continúan por debajo del nivel de equilibrio, indicando insatisfacción y pesimismo, y fluctúan en más o menos 1 o 2 puntos (en una escala de 0 a 200) respecto a sus valores de febrero. Concretamente, el Sentimiento del Consumidor disminuye un punto y se encuentra doce puntos por debajo del nivel de equilibrio. Y la evaluación de la situación económica nacional gana un punto pero sigue veinte puntos por debajo del nivel de equilibrio.
- Los dos indicadores de ahorro (Propensión al Ahorro y Proporción de Ahorradores), muestran este mes un descenso, mientras la propensión al ahorro disminuye cinco puntos respecto a febrero la proporción de ahorradores (los que dicen ahorrar aunque solo sea un poco) se reduce en cuatro puntos porcentuales, hasta un 32%. La sociedad española parece estar dividida en tres tercios, un tercio que vive bien, otro tercio que se mantiene con grandes esfuerzos, y otro tercio que está al margen de todo, marginado.
- Los indicadores sociales son menos susceptibles de variación, si bien de un mes a otro pueden producirse ligeras oscilaciones. El Optimismo Personal también ha disminuido en dos puntos este mes, y se sitúa cuatro puntos por debajo del nivel de equilibrio. Como siempre, al menos como ha sido habitual excepto en el período 1996-2000, la insatisfacción y el pesimismo son mayores en relación con la economía española que en relación con la propia economía personal. Debe resaltarse una vez más que la orientación hacia nuevos valores post-materialistas no han vuelto a alcanzar el 40% de años atrás, lo que sugiere que la preocupación de los españoles por su seguridad personal (frente al terrorismo y la delincuencia) y económica (preocupación por el paro, las pensiones, la vivienda, etc.) sigue siendo mayoritaria, y creciente, en la población española.

- De los dos indicadores políticos principales, la Satisfacción con el Funcionamiento de la Democracia se mantiene alta e incluso aumenta un poco este mes, y la Satisfacción con el Gobierno aumenta también levemente respecto a febrero (dos puntos) pero sigue siendo inferior a la de enero, de manera que obtiene su segundo valor más bajo desde las elecciones de 2004, aunque todavía son algo más numerosos los satisfechos que los insatisfechos.
- La mayoría de los otros indicadores (centro de gravedad ideológico, sentimiento nacionalista-español y satisfacción con la pertenencia de España a la Unión Europea) se mantienen en valores similares a los de meses anteriores. En cuanto a la Exposición a la Información, vuelve a caer por debajo del nivel de equilibrio, logrando su nivel más bajo de los últimos doce meses, igual que en marzo del 2005. Debe también resaltarse que la Satisfacción por pertenecer a la Unión Europea ha aumentado este mes en cinco puntos, siendo el valor más alto de los últimos 12 meses.
- 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 PP, partidos nacionalistas de izquierda y abstención estimada, (que incluye también a los indecisos o a los que ocultan sus intenciones),
 - Ligera disminución para PSOE y partidos nacionalistas de centro y derecha,
 - Estabilidad de voto para IU y “otros” partidos.

Cuadro 1.1.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
ECONOMICOS Y DE CONSUMO												
1 –ISC	96	96	96	92	97	94	91	89	87	91	89	88
2 –IESE	96	94	93	88	92	88	84	82	77	84	79	80
3 –IPA	128	124	129	125	130	127	121	124	127	126	130	125
4 –IA	34	30	35	31	36	34	31	33	34	33	36	32
SOCIALES												
5 –ISCV	180	179	181	179	182	173	175	174	175	173	179	180
6 –IO	99	101	103	98	103	100	97	94	97	100	98	96
7 –IPR	2,2	2,2	2,1	2,0	2,1	2,1	2,0	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1
8 –IPM	38	32	36	34	34	36	39	37	37	33	37	36
POLITICOS												
9 –ISD	165	161	166	162	162	158	161	159	157	154	157	164
10 –ISG	138	130	134	129	130	129	118	127	121	116	113	115
11 –IAP	27	31	24	26	29	31	33	32	30	31	32	32
12 –IPI	3,5	3,5	3,4	3,4	3,5	3,4	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5
13 –ISN	3,1	3,2	3,2	3,2	3,1	3,2	3,1	3,2	3,2	3,1	3,2	3,2
14 -ISUE	122	113	115	111	114	123	111	113	109	111	120	125
EXPOSICION A INFORMACION												
15 –IEI	95	99	100	102	103	100	100	102	98	104	101	95
INTENCION DIRECTA DE VOTO												
- PP	22,6	21,1	22,7	21,4	22,8	20,9	20,7	21,6	23,5	24,0	24,1	22,2
- PSOE	40,8	38,6	43,4	41,4	37,9	37,6	35,3	34,8	36,3	34,3	32,8	34,4
- IU	2,6	3,6	3,1	3,7	3,6	3,4	3,2	4,7	3,6	3,4	3,3	3,2
- Otros	9,1	8,3	8,4	9,1	10,5	9,7	11,0	9,9	10,4	9,4	11,3	10,2
- No Votará	10,7	12,5	9,2	10,6	9,9	12,8	12,1	11,2	12,7	12,4	11,7	11,7
- NS/NC	14,2	15,9	13,2	13,8	15,3	15,6	17,7	17,8	13,5	16,5	16,8	18,3
INTENCION DE VOTO ESTIMADA												
- PP	27,8	28,7	28,2	28,9	28,8	28,5	29,1	29,7	30,9	30,3	30,1	29,4
- PSOE	35,0	32,2	33,6	32,5	31,9	31,5	30,7	32,1	30,7	30,4	28,1	31,4
- IU	3,8	4,2	3,5	3,9	4,2	4,4	4,2	4,2	4,2	4,1	4,1	3,9
- Nacional. Derecha	4,9	4,4	5,1	5,0	6,0	4,2	5,2	5,0	4,3	4,8	5,0	5,0
- Nacional. Izquierda	2,9	4,2	4,0	3,8	3,6	3,8	3,3	3,7	3,0	3,3	4,1	3,9
- Otros	2,2	3,0	3,2	3,2	3,7	4,1	4,1	3,4	3,5	3,6	3,2	3,3
- Abstención	23,4	23,3	22,4	22,7	21,8	23,5	23,4	21,9	23,4	23,5	25,4	23,1

1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Aunque cada uno de los quince 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:	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Evaluación Situación Económica												
Optimistas	19	17	18	15	15	16	12	14	12	13	14	11
Pesimistas	24	23	25	27	23	28	28	32	36	30	35	32
Propensión al Ahorro												
Ahorran	34	30	35	31	36	34	31	33	34	33	36	32
Se Endeudan	6	6	5	6	6	7	10	8	7	7	6	7
Satisfacción con Calidad de Vida												
Satisfechos	86	83	86	85	86	80	82	81	82	81	84	85
Insatisfechos	6	5	5	6	5	7	7	8	7	8	5	6
Optimismo Personal												
Optimistas	21	19	22	18	20	18	17	17	19	18	19	15
Pesimistas	21	18	19	21	17	17	21	23	22	19	21	19
Práctica Religiosa												
Alta	18	20	16	16	16	16	13	14	18	17	17	18
Baja	61	61	63	65	62	61	64	64	62	65	63	61
Postmaterialismo												
Materialistas	62	68	64	66	66	64	61	63	63	67	63	64
Post-materialistas	38	32	36	34	34	36	39	37	37	33	37	36
Satisfacción con Democracia												
Satisfechos	76	71	76	74	73	72	73	72	70	67	71	76
Insatisfechos	10	10	10	12	12	14	12	12	13	13	14	12
Satisfacción con Gobierno												
Satisfechos	58	53	57	56	56	54	48	53	50	48	46	46
Insatisfechos	21	23	23	27	26	25	30	26	29	32	33	31
Posicionamiento Ideológico												
Izquierda	42	43	45	46	44	42	39	42	40	42	41	43
Centro	27	23	23	23	26	24	28	28	28	24	25	24
Derecha	15	16	16	15	16	14	14	14	16	17	17	15
Sentimiento Nacionalista												
Más nacionalistas	20	16	16	18	20	17	20	16	17	22	16	19
Más españoles	22	22	25	24	24	23	23	23	29	25	24	26
Satisfacción con Pertenencia a UE												
Satisfechos	27	21	20	21	22	30	18	19	16	18	26	29
Insatisfechos	5	8	5	10	8	8	6	6	7	7	6	4
Exposición a Información												
Alta	47	50	50	51	52	50	50	51	49	52	51	48
Ninguna	9	11	8	11	8	8	8	10	10	5	10	9
Posición Social												
Alta	18	15	16	14	16	16	16	17	14	17	17	15
Baja	36	35	34	36	33	35	33	35	32	32	34	34
Intención de Voto												
Directa												
PP	23	21	23	21	23	21	21	30	24	24	24	22
PSOE	41	39	43	41	38	38	35	32	36	34	33	34
IU	3	4	3	4	4	3	3	5	4	3	3	3

Cuadro 1.2.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP.

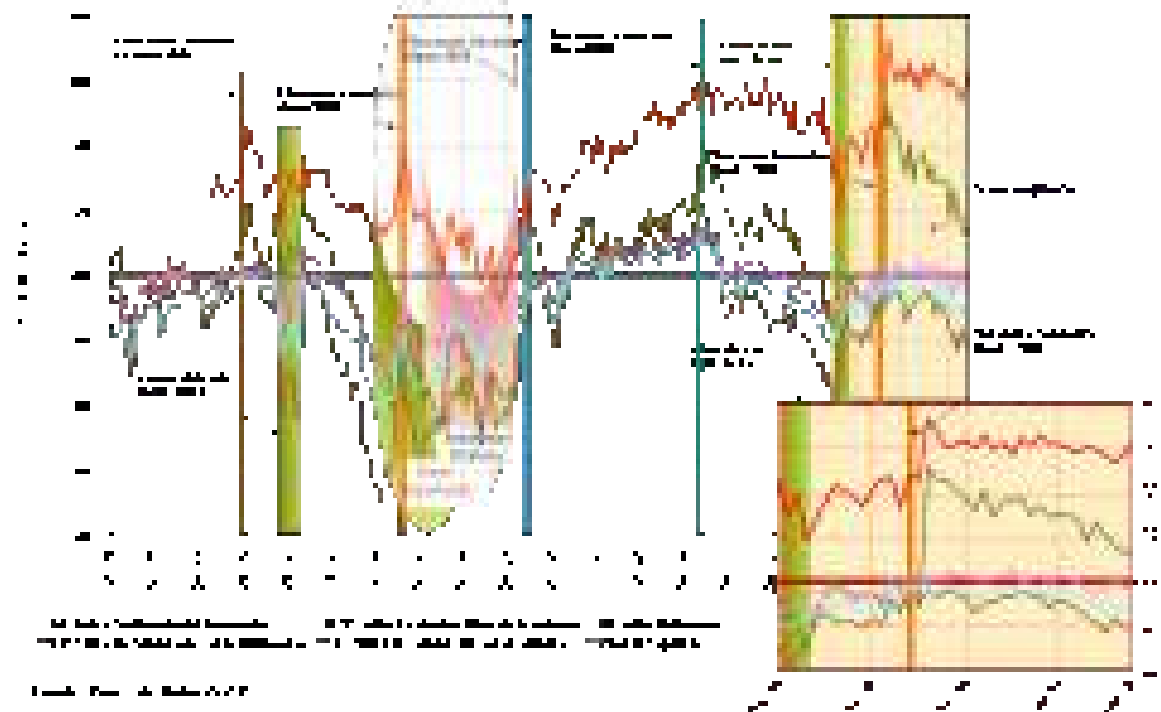
MARZO 2006	Total	Económicos y de Consumo				Sociales			
		ISC	IESE	IPA	IA	ISCV	IO	IPR	IPM
TOTAL	(1200)	88	80	125	32	180	96	2,1	36%
Evaluación de la Situación Económica:									
Optimistas	(134)	152	200	132	44	180	138	2,1	39%
Pesimistas	(379)	43	-	117	27	168	67	2,3	32%
Propensión al Ahorro:									
Ahorro algo	(377)	99	89	200	100	190	112	2,1	39%
Prestan dinero	(82)	80	75	-	-	152	90	2,4	33%
Satisfacción con la Calidad de Vida:									
Satisfecho	(1020)	92	82	129	34	200	101	2,1	36%
Insatisfecho	(66)	60	55	93	14	-	64	2,3	44%
Optimismo Personal:									
Optimista	(185)	135	107	131	43	186	200	2,1	37%
Pesimista	(227)	28	29	101	14	157	-	2,2	31%
Práctica Religiosa:									
Alta	(213)	81	66	120	29	166	90	4,4	30%
Media	(178)	90	84	122	32	183	98	3,0	30%
Baja	(730)	90	82	127	33	183	97	1,3	38%
Postmaterialismo:									
Materialistas	(768)	87	77	123	30	181	95	2,2	-%
Post-materialistas	(432)	92	85	128	34	178	100	2,0	100%
Satisfacción con Democracia:									
Satisfechos	(911)	92	85	126	32	186	98	2,0	35%
Insatisfechos	(147)	69	50	122	34	161	88	2,3	36%
Satisfacción con Gobierno:									
Satisfechos	(546)	97	96	128	35	184	102	1,9	41%
Insatisfechos	(370)	71	52	123	32	175	84	2,4	28%
Posicionamiento Ideológico:									
Izquierda	(506)	97	95	131	37	182	102	1,7	43%
Centro	(290)	88	79	119	27	181	96	2,2	31%
Derecha	(184)	73	47	123	32	181	93	2,9	23%
Sentimiento Nacionalista:									
Más nacionalistas	(226)	99	94	125	30	183	107	1,8	45%
Igual	(631)	87	78	126	32	179	92	2,1	33%
Más españoles	(313)	82	71	122	32	181	95	2,4	35%
Satisfacción con pertenencia a UE:									
Satisfechos	(345)	86	76	129	38	184	93	2,1	38%
Insatisfechos	(47)	71	55	106	17	168	86	1,9	38%
Exposición a la Información:									
Alta, Media	(571)	90	81	130	37	181	99	2,1	37%
Baja, Ninguna	(629)	87	79	120	26	178	94	2,2	35%
Posición Social:									
Baja	(402)	85	76	115	23	176	91	2,7	33%
Media	(616)	89	81	128	34	180	99	1,9	37%
Alta	(182)	93	83	135	40	185	102	1,8	39%
Intención de Voto:									
PP	(266)	72	51	119	29	180	87	2,7	22%
PSOE	(413)	96	94	125	32	178	101	1,9	42%
IU	(39)	105	113	131	39	179	106	1,4	54%

Cuadro 1.2.1. (Continuación)

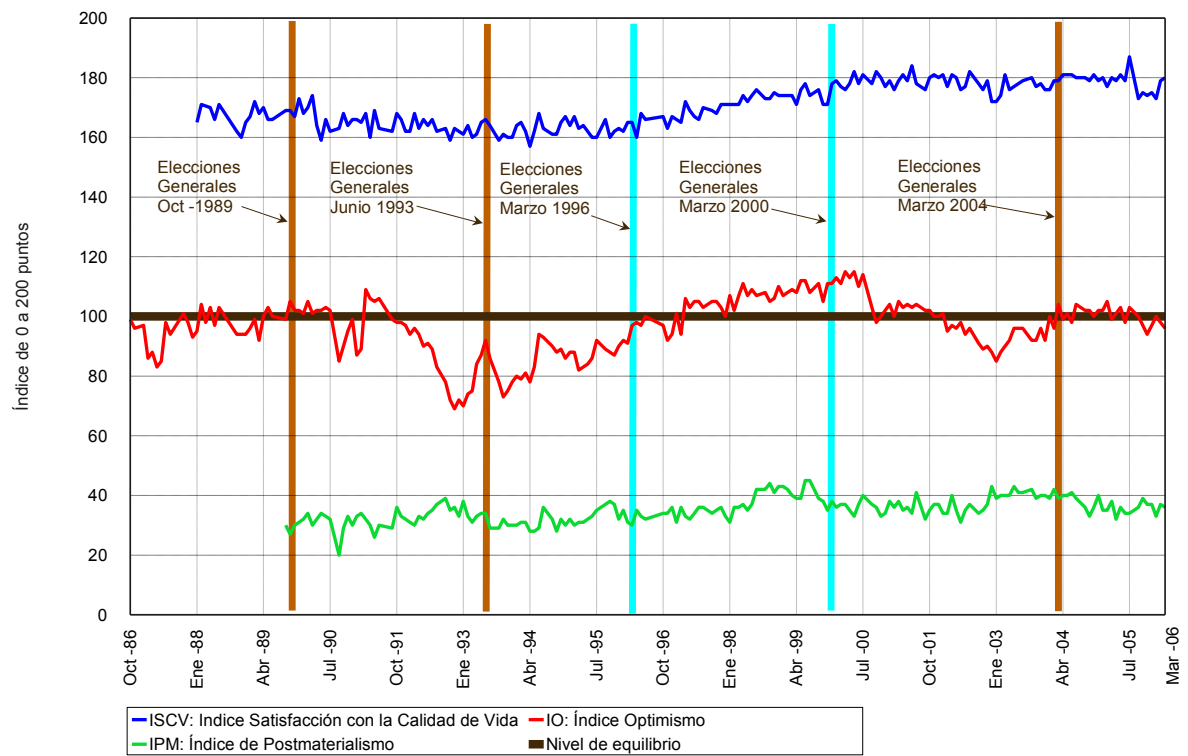
Sistema de Indicadores Sociales ASEP

		Políticos							Intención de Voto		
MARZO 2006	Total	ISD	ISG	IAP	IPI	ISN	ISUE	IEI	PP	PSOE	IU
TOTAL	(1200)	164	115	32%	3,5	3,2	125	95	22	34	3
Evaluación de la Situación Económica:											
Optimistas	(134)	162	152	22%	3,0	3,3	132	119	12	51	8
Pesimistas	(379)	139	77	30%	4,0	3,5	127	101	39	25	2
Propensión al Ahorro:											
Ahorro algo	(377)	164	120	31%	3,4	3,2	132	112	20	35	4
Prestan dinero	(82)	143	105	23%	3,6	3,6	130	105	31	34	4
Satisfacción con la Calidad de Vida:											
Satisfecho	(1020)	169	117	32%	3,5	3,2	127	97	22	34	3
Insatisfecho	(66)	119	92	30%	3,2	3,2	121	92	19	41	5
Optimismo Personal:											
Optimista	(185)	151	123	27%	3,4	3,3	125	106	22	40	6
Pesimista	(227)	143	89	28%	3,7	3,5	127	89	34	31	4
Práctica Religiosa:											
Alta	(213)	150	89	34%	4,1	3,4	127	92	39	22	1
Media	(178)	167	110	32%	3,8	3,4	124	86	29	32	1
Baja	(730)	168	122	33%	3,3	3,1	124	97	17	37	4
Postmaterialismo:											
Materialistas	(768)	165	107	33%	3,6	3,3	124	94	27	31	2
Post-materialistas	(432)	162	128	30%	3,2	3,2	126	97	13	41	5
Satisfacción con Democracia:											
Satisfechos	(911)	200	131	30%	3,4	3,2	128	95	19	39	3
Insatisfechos	(147)	-	36	30%	3,8	3,3	115	97	39	16	7
Satisfacción con Gobierno:											
Satisfechos	(546)	189	200	20%	2,9	3,1	128	95	7	61	5
Insatisfechos	(370)	130	-	31%	4,3	3,4	127	109	52	7	1
Posicionamiento Ideológico:											
Izquierda	(506)	172	154	17%	2,5	3,0	125	103	2	63	7
Centro	(290)	171	105	44%	4,0	3,3	120	90	27	20	*
Derecha	(184)	143	35	9%	5,4	3,6	130	116	85	1	1
Sentimiento Nacionalista:											
Más nacionalistas	(226)	167	127	35%	3,1	1,8	120	103	6	33	3
Igual	(631)	163	118	31%	3,4	3,0	124	87	23	37	3
Más españoles	(313)	163	97	32%	3,9	4,8	130	107	32	30	4
Satisfacción con pertenencia a UE:											
Satisfechos	(345)	167	110	26%	3,5	3,3	200	101	25	41	2
Insatisfechos	(47)	96	62	32%	3,4	2,9	-	115	25	17	2
Exposición a la Información:											
Alta, Media	(571)	163	110	28%	3,5	3,3	126	200	24	32	4
Baja, Ninguna	(629)	164	119	36%	3,4	3,2	124	-	20	37	3
Posición Social:											
Baja	(402)	165	114	35%	3,6	3,2	121	64	22	35	2
Media	(616)	162	114	31%	3,4	3,2	125	104	23	33	4
Alta	(182)	167	120	31%	3,3	3,5	132	134	20	37	4
Intención de Voto:											
PP	(266)	145	41	-%	4,9	3,6	128	104	100	-	-
PSOE	(413)	180	174	-%	2,7	3,2	132	89	-	100	-
IU	(39)	145	154	-%	2,4	3,4	115	118	-	-	100

EVOLUCION DE LOS INDICADORES MAS SIGNIFICATIVOS

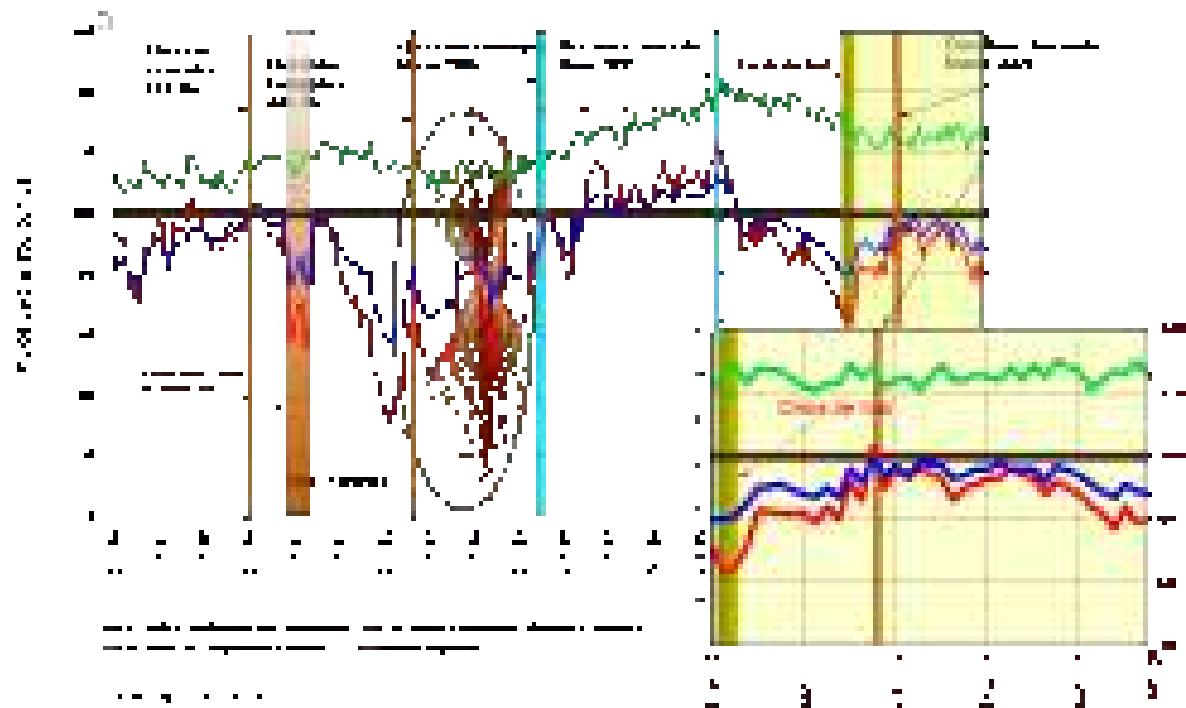


EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOCIALES

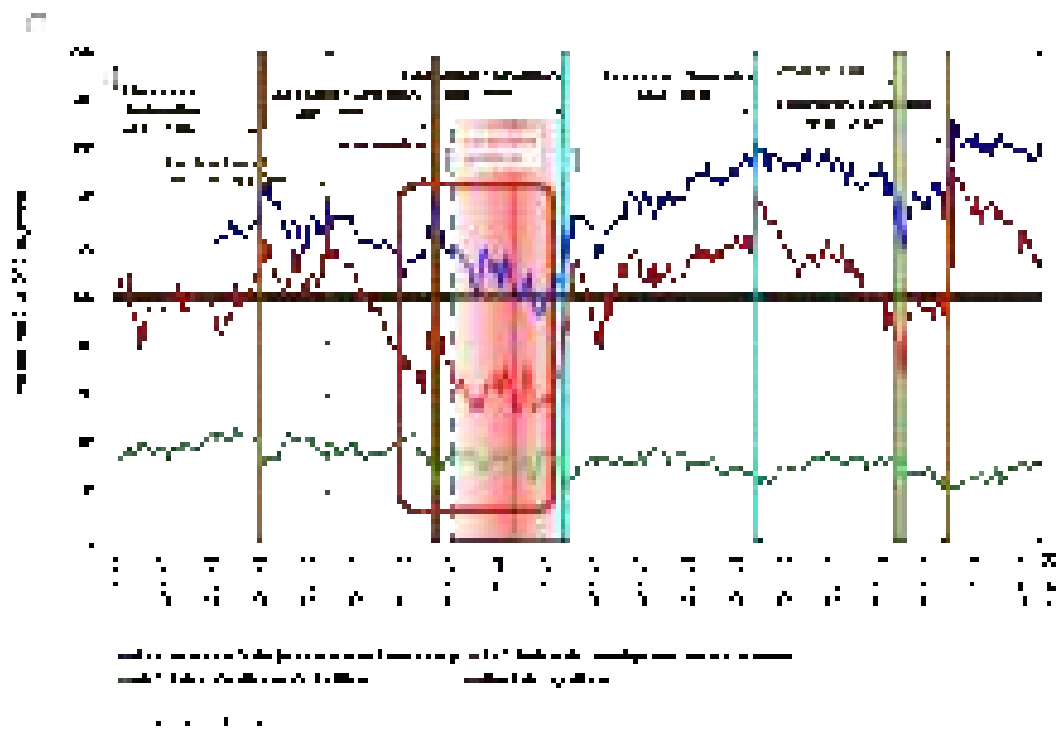


Fuente: Banco de Datos ASEP

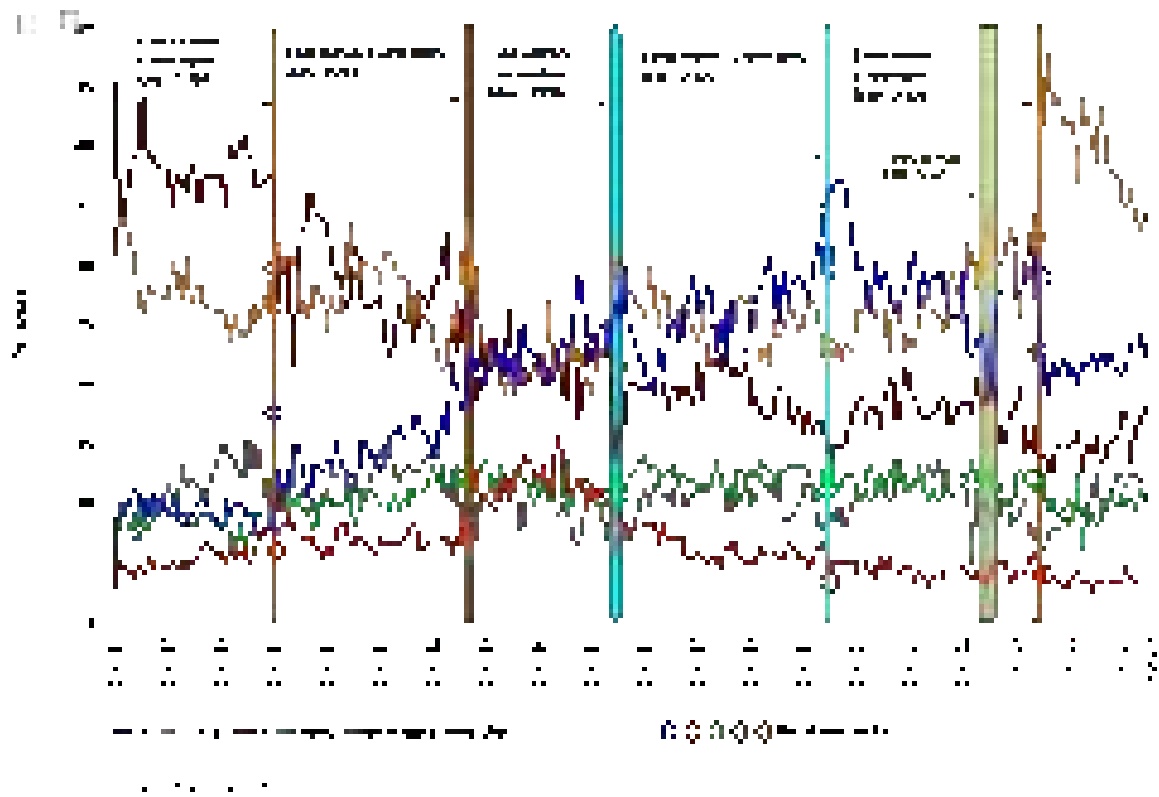
EVOLUCION DE LOS INDICADORES ECONOMICOS Y DE CONSUMO



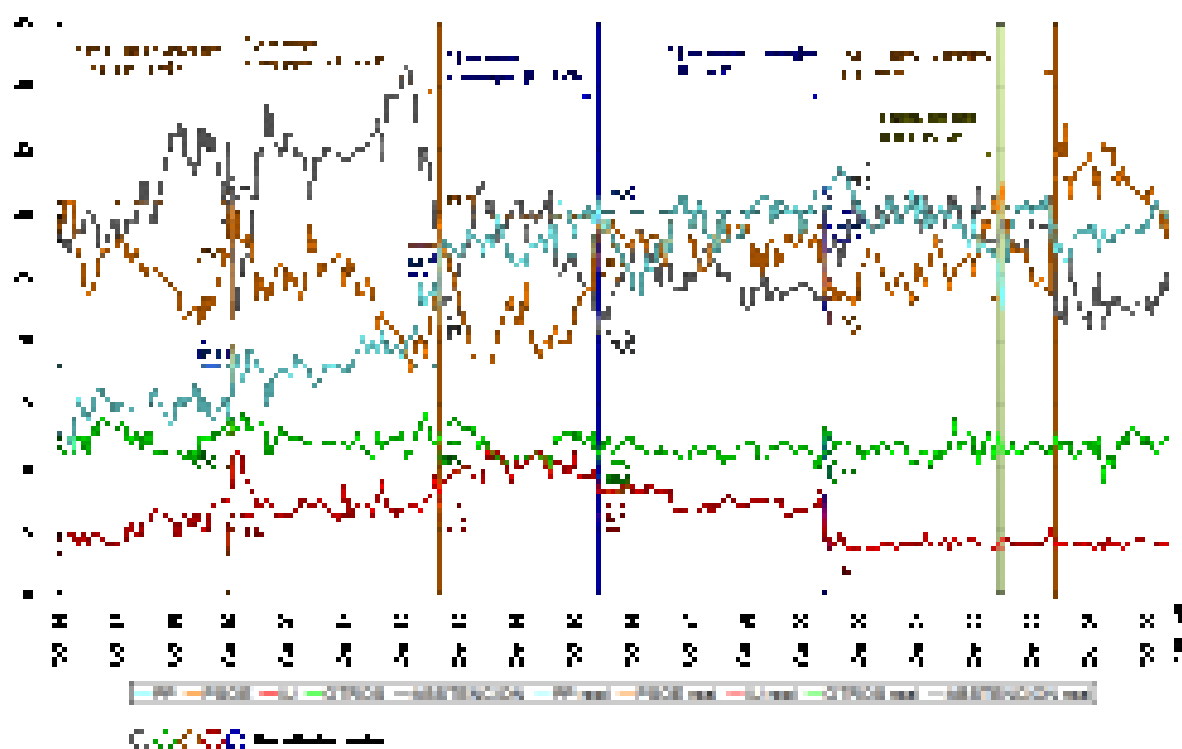
EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLITICOS



INTENCION DE VOTO DIRECTA

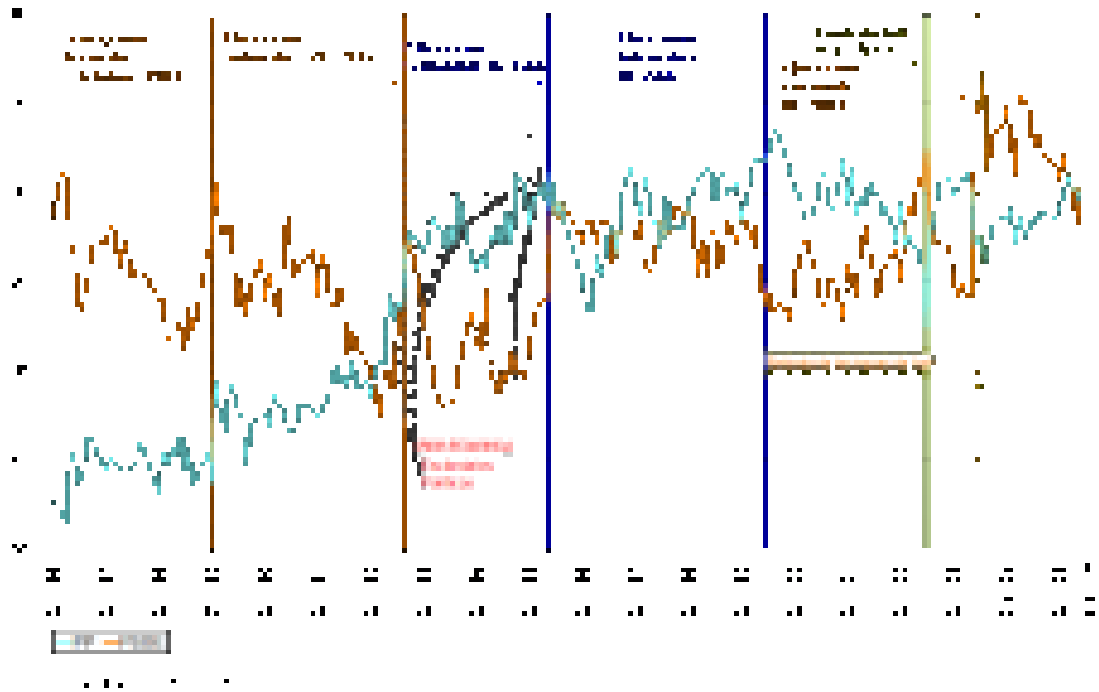


INTENCION DE VOTO ESTIMADA

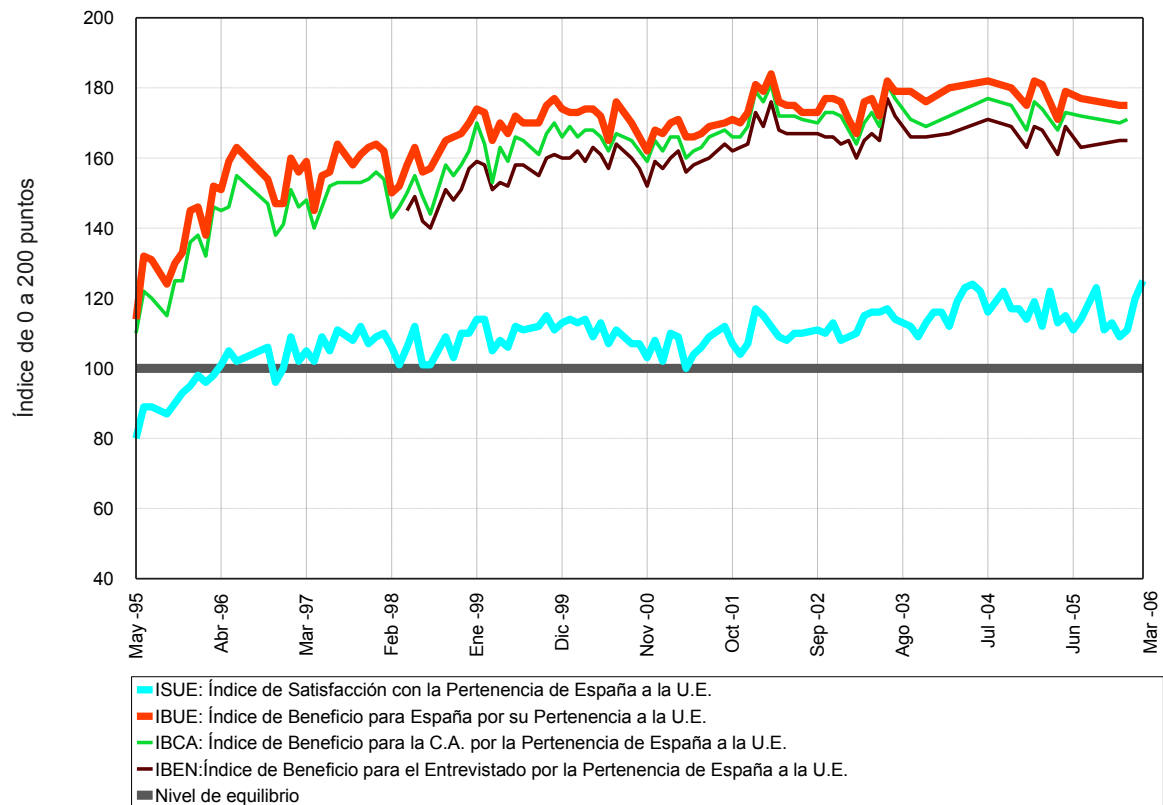


Fuente: ASEP, 2006

INTENCION DE VOTO ESTIMADA PARA EL PSOE Y EL PP



EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOBRE LA UNION EUROPEA



Fuente: Banco de Datos ASEP

2. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LA POBLACION ESPAÑOLA

2. Estructura Socioeconómica de la Población Española

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

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

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

2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES

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

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

- La ocupación del cabeza de familia suele ser la variable más explicativa de la situación económica de un hogar, hasta el punto de que el status de los restantes miembros del hogar suele estar basado más en el status ocupacional del cabeza de familia que en el suyo propio. Dada la gran diversidad de criterios que se adoptan habitualmente para clasificar las numerosas ocupaciones, se han resumido en seis las categorías ocupacionales.
- Como puede comprobarse, alrededor de la tercera parte de los hogares tienen a un jubilado como cabeza de familia, proporción que comienza a ser importante en la sociedad española, al igual que en la mayor parte de Europa, y que incluye no sólo a los jubilados por edad, sino a los jubilados anticipadamente por razones del mercado laboral.
- La proporción de parados entre los cabezas de familia había fluctuado durante años entre 5-9%, pero desde hace ya cuatro años fluctúa entre el 3-5%, lo que es coherente con las cifras oficiales del paro.
- En lo que respecta a los ingresos familiares mensuales, todas las investigaciones que se proponen averiguar los ingresos familiares coinciden en señalar las enormes dificultades de establecer éstos con precisión cuantitativa. Las razones son muy diversas: en primer lugar, la gente se resiste a contestar cuáles son sus ingresos (entre un 24-40% habitualmente), y en segundo lugar, con frecuencia se desconoce el volumen total de ingresos que entran en el hogar. Las proporciones en las diferentes categorías no suelen variar en ± 2 puntos porcentuales de un mes a otro y la distribución resultante este mes es muy similar a la de meses anteriores. En general se

puede afirmar que en la mayoría de los hogares españoles los ingresos mensuales no superan los 900 euros.

- De los nueve bienes o artículos incluidos 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.

Alrededor 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 menos de dos tercios tienen equipo de sonido, aunque sólo la mitad de los hogares tienen vídeo. En los últimos meses se observa una ligera disminución entre los que afirman tener vídeo, una de las razones puede ser por la sustitución del vídeo por el DVD.

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 tres cuartas partes 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 ha sido espectacular en cuanto al teléfono móvil en los últimos años.

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 5,7 por hogar, con un coeficiente de variación de alrededor del 41% (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.

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Alto	11	10	12	10	12	12	12	13	12	12	13	10
Medio	38	38	37	34	35	35	34	35	35	35	34	37
Bajo	17	17	16	19	18	18	20	18	18	18	18	20
En Paro	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Ama de Casa	1	1	*	1	1	1	*	1	1	*	*	*
Jubilado	27	30	30	30	29	29	28	27	30	26	28	27
NS/NC	1	1	2	2	1	1	3	3	2	2	2	3

Cuadro 2.1.2.

Sector Económico del Cabeza de Familia.

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
No Activos	29	31	31	33	32	32	30	31	32	31	32	30
En Paro	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Sector Público	10	7	9	8	10	7	10	9	7	9	9	7
Sector Privado												
Cuenta Ajena	42	44	42	43	41	43	45	41	42	42	42	46
Cuenta Propia	13	13	14	13	13	14	11	14	13	15	13	14
NS/NC	1	1	2	2	1	1	3	3	2	2	2	3

Cuadro 2.1.3.

Ingresos Mensuales en el Hogar en que reside el Entrevistado

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Menos de 300 euros	1	1	*	*	1	1	*	1	1	*	1	1
De 301 a 450 euros	4	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2
De 451 a 600 euros	6	8	8	8	8	6	7	7	8	7	7	8
De 601 a 900 euros	14	13	15	12	14	16	12	13	13	12	12	13
De 901 a 1.200 euros	15	15	18	17	16	15	14	14	16	14	15	14
De 1.201 a 1.650 euros	10	13	9	9	11	12	13	12	11	12	13	12
De 1.651 a 2.100 euros	4	6	5	6	5	6	9	6	7	6	6	5
De 2.101 a 3.000 euros	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2
Más de 3.000 euros	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1
Sin Respuesta	42	37	37	40	37	37	37	39	36	42	39	43

Cuadro 2.1.4.

Equipamiento de los Hogares

Porcentaje de Hogares con:	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Vivienda Propia	86	83	82	85	88	84	80	79	82	80	86	83
Teléfono	78	75	74	74	76	75	72	75	74	76	74	76
Teléfono Móvil (celular)	72	71	72	70	71	72	72	75	75	76	75	74
Automóvil	70	68	70	69	70	70	70	66	69	70	74	73
Equipo de Sonido	66	59	62	59	58	60	60	63	59	61	61	61
Vídeo	61	57	64	59	59	56	57	56	58	62	59	56
Lavavajillas	28	30	29	23	27	30	29	28	26	30	33	28
Ordenador Personal	43	37	40	37	38	39	39	39	39	42	40	42
DVD	57	59	60	62	58	62	64	60	63	66	64	65
Media (x) artículos por Hogar	5,6	5,4	5,5	5,4	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,7	5,6	5,7
Coeficiente de Variación (%)	42	45	43	43	43	43	45	44	44	42	42	41

Cuadro 2.1.5.

Equipamiento de los Hogares según Características Socioeconómicas de los Hogares.

Equipamiento:

MARZO 2006	Total Muestra	Vivienda Propia	Auto-Móvil	DVD	Vídeo	Teléfono Fono	Teléfono Móvil	Lavavajillas	Equipo Sonido	Ordenador personal	Media de Artículos	CV%
TOTAL	(1200)	83%	73	65	56	76	74	28	61	42	5,7	41
Edad												
18 a 29 años	(277)	73%	82	85	61	71	89	28	78	57	6,3	31
30 a 49 años	(441)	81%	85	78	61	77	88	36	72	54	6,4	32
50 a 64 años	(233)	92%	79	61	58	85	70	33	60	38	5,8	38
65 y más años	(249)	92%	38	24	39	74	40	11	25	8	3,5	57
Posición Social:												
Baja	(402)	86%	55	41	49	71	54	17	39	23	4,4	53
Media	(616)	81%	81	74	57	78	82	32	69	46	6,0	35
Alta	(182)	84%	88	86	69	85	95	41	83	71	7,0	25
Ideología:												
Izquierda	(506)	84%	76	67	53	75	81	26	61	47	5,8	40
Centro	(290)	80%	71	70	59	78	74	30	69	40	5,7	39
Derecha	(184)	86%	73	59	62	80	69	35	49	35	5,5	44
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	(433)	87%	92	84	68	84	92	44	76	59	6,8	26
Medio	(580)	84%	68	59	50	73	70	22	58	39	5,2	46
Medio Bajo/Bajo	(187)	74%	47	38	46	70	50	14	36	12	4,2	49
Clientes de:												
Bancos	(287)	85%	82	73	60	81	83	40	69	48	6,2	36
Cajas	(910)	85%	74	64	55	77	75	29	61	42	5,6	42

Cuadro 2.1.6.

Indice de Status Socioeconómico Familiar

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Alto, Medio Alto	36	38	37	38	37	38	39	38	39	38	40	36
Medio	44	42	45	42	44	43	43	42	45	44	42	48
Medio Bajo	19	18	16	19	16	17	16	17	15	16	16	14
Bajo	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2

2.2. STATUS SOCIOECONÓMICO DE LOS INDIVIDUOS

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

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

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

- En efecto, las distribuciones de los entrevistados por sexo, edad y estado civil corresponden a las del censo de 2.001 para la población española de 18 y más años. Debe advertirse, sin embargo, que el propio INE encuentra dificultad para que los entrevistados admitan estar viviendo en pareja sin estar casados, por lo que es probable que este dato esté asimismo algo sub-estimado en esta investigación.
- En cuanto a las características socioeconómicas se comprueba que la proporción de entrevistados que pueden ser considerados analfabetos es del 2-3%. Esta cifra parece congruente con la que proporcionan las estadísticas oficiales, ya que la muestra se refiere sólo a personas de 18 y más años. Pese a que esta cifra no es en absoluto alta, hay que señalar que alrededor de la mitad de los entrevistados no superan el nivel de estudios "primarios" y sólo entre el 5-8% habría logrado terminar los estudios universitarios o técnicos superiores.
- Respecto a la ocupación, la proporción de parados (como % sobre la población de 18 y más años o como % sobre el total de activos) es siempre muy similar a la que ofrece la EPA del INE, observándose una reducción durante los cuatro últimos años. Este mes es similar a la del mes pasado, concretamente un 5% sobre el total de la población de 18 y más años, y un 9% sobre el total de población activa, con una

tendencia a estabilizarse que se inició hace algunos años. La proporción de amas de casa es muy semejante a la procedente de fuentes estadísticas oficiales, alrededor de una quinta 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%, (6% 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**

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
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	5	4	4	4	4	4	4	6	4	4	4	5
20 a 29 años	18	19	19	19	19	20	19	17	20	20	19	18
30 a 39 años	20	20	21	20	19	20	20	20	20	19	20	19
40 a 49 años	16	17	16	17	18	17	17	17	16	17	16	17
50 a 59 años	13	12	12	12	12	12	13	12	13	12	11	12
60 a 64 años	6	8	8	7	8	8	7	7	7	8	9	7
65 y más años	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Estado Civil												
Soltero/a	27	27	26	27	26	26	24	28	25	27	26	26
Casado/a	57	57	58	56	58	58	60	53	56	56	58	60
En Pareja	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4
Viudo/a	8	9	8	9	8	8	6	9	9	8	8	7
Divorciado/a	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2
Separado/a	2	2	2	3	2	3	4	2	3	2	2	2
NS/NC	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	-	*

Cuadro 2.2.2.
Distribución de los Entrevistados por Características Socioeconómicas.

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Educación Entrevistado:												
No Sabe Leer	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2
Sabe Leer	8	12	12	12	8	10	12	8	11	10	9	10
Primarios con certificado escolar	17	18	17	17	18	18	14	16	17	14	19	18
Bachiller Elemental/EGB/EPO	29	29	29	30	28	30	26	28	32	31	26	28
Formación Profesional /Módulos	12	10	10	11	11	12	13	11	11	10	11	10
Bachiller Superior/BUP/ESO	9	10	11	10	13	9	11	10	10	10	11	8
PREU / COU / Bachiller actual	8	7	6	7	6	7	8	9	5	7	9	9
Titulado Grado Medio	6	6	6	5	6	6	6	7	6	8	6	8
Universitarios	9	6	7	7	9	8	8	9	6	7	7	6
NC	*	*	1	1	*	1	1	*	1	*	*	1
Status Ocupacional del Entrevistado:												
Alto	7	6	7	6	7	7	7	8	7	8	8	6
Medio	28	24	26	22	26	26	24	27	26	28	25	26
Bajo	14	15	14	16	14	14	16	13	16	15	13	18
En Paro	7	6	7	6	6	7	8	6	5	6	6	5
Ama de Casa	21	22	19	22	21	21	18	21	19	19	21	19
Jubilado	16	17	19	18	18	18	18	18	20	17	19	19
Estudiantes	6	8	6	8	7	6	7	7	6	7	8	6
NS/NC	*	1	*	1	*	1	1	1	*	1	*	1
Sector Económico:												
No Activos	44	48	45	49	46	46	44	47	45	44	49	45
En Paro	7	6	7	6	6	7	8	6	5	6	6	5
Sector Público	8	5	6	6	7	6	7	7	7	7	7	6
Privado C. Ajena	32	33	32	31	32	32	33	31	33	34	29	35
Privado C. Propia	8	7	9	7	8	9	7	9	8	9	9	8
NS/NC	*	1	*	1	*	1	1	1	*	1	*	1

Cuadro 2.2.3.

Distribución de los Entrevistados por Características Ecológicas

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Comunidad Autónoma												
Andalucía	18	18	18	17	17	18	17	17	18	18	17	18
Aragón	3	3	1	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	4	4	4	4	5
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	7	7	7	7
La Rioja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Madrid	13	13	13	14	14	13	13	13	13	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	5	5	6	5	5	5	6	6	6	5	5	5
C. Valenciana	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Hábitat												
Rural	24	24	24	24	24	22	24	24	25	23	23	24
Urbano	50	51	52	51	51	55	50	51	50	52	50	50
Metropolitano	26	25	24	25	25	23	26	25	25	25	27	25
Movilidad Geográfica												
No Móviles	79	77	74	74	77	76	74	73	75	76	77	76
Móviles	21	23	26	26	23	24	26	27	25	24	23	24

Cuadro 2.2.4.
Indice de Posición Social

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Muy Baja	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
Baja	32	32	30	32	29	32	30	31	28	28	30	30
Media	47	50	50	50	51	49	51	48	54	51	49	51
Alta	17	14	16	13	15	15	15	16	13	16	15	14
Muy Alta	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Alta	*	-	*	*	1	*	*	1	*	1	1	*
Media Alta	3	2	4	3	4	4	8	5	3	4	4	3
Media Media	63	68	64	61	66	64	81	67	66	66	66	64
Media Baja	27	24	27	27	23	25	9	22	25	23	24	26
Baja	5	4	3	5	4	4	*	3	5	4	4	4
NS/NC	2	2	2	3	2	3	2	2	1	3	2	3

Cuadro 2.2.6.

Relación entre algunas Variables Explicativas ASEP.

(En porcentaje)

MARZO 2006	Total Muestra	EDAD				POSICIÓN SOCIAL			IDEOLOGÍA			STATUS SOCIOECONÓMICO FAMILIAR		
		Menos de 30 años	30 a 49	50 a 64	Más de 65	Baja	Media	Alta	Izquierda	Centro	Derecha	Alto	Medio	Bajo/Bajo
TOTAL	(1200)	23%	36	19	21	34	51	15	43	24	15	36	48	16
Edad:														
18 a 29 años	(277)	100%	-	-	-	29	65	5	47	24	9	43	50	7
30 a 49 años	(441)	-%	100	-	-	14	56	29	45	26	13	49	45	6
50 a 64 años	(233)	-%	-	100	-	27	57	16	39	26	19	34	47	19
65 y más años	(249)	-%	-	-	100	78	22	-	35	19	23	7	54	39
Posición Social:														
Baja	(402)	20%	16	16	49	100	-	-	37	24	17	11	60	29
Media	(616)	29%	40	22	9	-	100	-	43	24	15	43	46	11
Alta	(182)	8%	71	21	-	-	-	100	51	25	13	67	30	3
Ideología:														
Izquierda	(506)	25%	39	18	17	30	52	18	100	-	-	37	49	14
Centro	(290)	23%	40	21	17	34	51	16	-	100	-	38	49	13
Derecha	(184)	13%	31	24	32	36	51	13	-	-	100	39	46	15
Status Socioeconómico Familiar:														
Alto, Medio alto	(433)	28%	50	18	4	11	61	28	43	26	16	100	-	-
Medio	(580)	24%	34	19	23	41	49	9	43	24	15	-	100	-
Medio Bajo/Bajo	(187)	10%	14	24	52	62	35	3	38	20	15	-	-	100
Clientes de:														
Bancos	(287)	19%	39	26	16	26	49	24	41	24	18	45	42	13
Cajas	(910)	23%	37	18	22	34	52	14	44	24	15	37	49	14

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 28% 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 dos tercios 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 pueblo o ciudad y casi la mitad se identifica con su Comunidad Autónoma.

Cuadro 2.3.1.

Espacio Geográfico con el que se Siente más Identificado.

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
TOTAL	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Su pueblo o ciudad	37	35	33	34	31	33	30	37	31	28	31	28
Su provincia	5	4	6	8	7	6	6	5	5	5	5	5
Su Comunidad Autónoma	20	18	18	13	14	14	15	15	17	20	16	21
España	30	36	35	38	41	38	39	35	40	39	42	38
Europa (UE)	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Occidente	*	-	*	-	-	-	*	*	*	*	*	*
El Mundo	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
Ninguno	*	*	*	1	*	2	1	*	*	1	*	1
NS/NC	1	*	1	1	1	1	2	1	1	2	1	*

Cuadro 2.3.2.

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

MARZO 2006	TOTAL	Pueblo o Ciudad	Provincia	Comunidad Autónoma	España	Otros	Ninguno NS/NC
TOTAL	(1200)	28%	5	21	38	7	1
Edad:							
18 a 29 años	(277)	30%	6	20	31	10	2
30 a 49 años	(441)	27%	5	20	39	8	1
50 a 64 años	(233)	26%	4	21	45	5	-
65 y más años	(249)	32%	6	22	37	3	*
Posición Social:							
Baja	(402)	38%	7	20	30	3	1
Media	(616)	26%	5	21	41	7	*
Alta	(182)	13%	2	21	44	17	3
Nacionalismo:							
Más nacionalista	(226)	34%	8	47	6	4	*
Tan nac. como esp.	(631)	32%	4	19	38	7	1
Más españoles	(313)	18%	5	5	62	8	1
Clientes de:							
Bancos	(287)	26%	6	20	39	9	*
Cajas	(910)	27%	5	22	38	7	1

3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONÓMICOS

3. Actitudes y Comportamientos Económicos

3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONÓMICA

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 la situación de los últimos años apunta que la situación futura de uno mismo es percibida como mejor que la situación presente y futura del país y la situación presente de uno mismo.
- 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 Marzo 2006.

El índice de optimismo (IO) y el índice de evaluación de la situación económica (IESE) continúan en caída libre. El primero está en el nivel 96 (de una escala de 0 a 200) mientras que el IESE no pasa del nivel 80. El IO es tres puntos menor que hace un año y dos por debajo que en febrero, mientras que el IESE es 16 puntos inferior al de marzo de 2005. ¿ Qué está pasando para llegar a esta situación? Una breve lectura de estos dos indicadores pone de manifiesto que la tendencia negativa obedece a comportamientos distintos. Así, si se analiza el Índice de Optimismo, se observa que el porcentaje de optimistas ha disminuido 6 puntos porcentuales, pero no es menos cierto que el porcentaje de pesimistas también ha caído dos puntos. Por el contrario, se advierte un

incremento importante de los indiferentes, cuya proporción aumenta 8 puntos porcentuales. El aumento del sentimiento de indiferencia en lo relativo a la economía particular de uno mismo sería un reflejo equivalente al de aquellos individuos que optan por abstenerse en unas elecciones, ante la asunción de que las cosas no pueden mejorar ni tener solución aparente.

Sin embargo, cuando se analiza el IESE, que mide el sentimiento hacia la economía del país, el retroceso no es de 3 puntos sino de 16 puntos porcentuales en el último año y, al contrario que en el IO, el retroceso no viene del incremento de la indiferencia, cuyo porcentaje no ha variado en un año (57%) sino que es fruto de la disminución significativa de 8 puntos porcentuales en la proporción de optimistas, equivalente a los 8 puntos porcentuales de individuos que elevan el grupo de pesimistas. Por lo tanto, en este caso, lo que la sociedad estaría expresando no es indiferencia o resignación ante una situación sin aparente solución, sino ira, enfado o rechazo hacia la evolución de una situación económica que, en otras circunstancias quizás podría haber evolucionado mejor. Dicho de otro modo, el IESE estaría reflejando una constatación que tantos analistas han subrayado durante los últimos años, en el sentido de que los españoles en su conjunto siempre han confiado más en la política económica del gobierno de Aznar que en la del ejecutivo socialista actual y que, si Zapatero ganó las elecciones de 2004, no fue porque los españoles penalizaran la política económica de Aznar, sino por causas extra económicas (Irak, Prestige, etc). Transcurridos dos años de gobierno socialista, los españoles, sin distinción de ideología, expresan abiertamente su inquietud y rechazo hacia el giro que está tomando la economía española en general. Así se deduciría por otra parte del ISC específico de los entrevistados de izquierdas, que cae doce puntos en un solo año cuando son consultados sobre la economía actual de España, retrocediendo 11 puntos cuando se les pregunta sobre el futuro de la economía española, para colocar el ISC3 (93) y el ISC4 (96) por debajo del nivel de equilibrio en ambos casos.

El futuro del apoyo del electorado a PP y PSOE dependería en muy buena parte del valor que concedan a la política económica de ambas opciones políticas. Cuando la economía iba bien hace dos años, el electorado primó el castigo por los errores cometidos en política internacional sobre los aciertos en política económica. La cuestión está en averiguar si, dos años después, cuando la economía va mal, el electorado castigará al PSOE por su política económica, ahora que la economía no va

bien (Créditos más caros, inflación desbocada, persistencia del incremento del precio de la vivienda, consolidación de la precariedad laboral e incertidumbre sobre las pensiones de quienes cotizan por los años trabajados), sin olvidar el temor que genera el asilamiento de Zapatero por sus colegas europeos, especialmente tras el modo de intentar frenar la OPA de la alemana EON sobre Endesa.

	III-05	II-06	III-06	Var anual
ISC-1				
Econ. Person. Presente	94	92	92	-2
ISC-2				
Econ. Person. Futura	100	100	98	-2
ISC-3				
Econ. País Presente	93	78	80	-13
ISC-4				
Econ. País Futura	98	87	85	-13
ISC-5	96	89	88	-12

Los españoles exteriorizan estos temores en los índices de sentimiento de ASEP, los ISC`s y los resultados indican que, tomando como referencia los dos últimos años, los españoles son más pesimistas, tanto cuando son consultados sobre su economía particular previsible dentro de seis meses (ISC2= 98), como cuando se le pregunta sobre el sentimiento hacia la economía presente de España (ISC3= 80), el futuro de la economía española (ISC4= 85) o la personal en la actualidad (ISC1= 92). Son la consecuencia de la política de un gobierno que se desgasta, como sucede a la mayoría de los gobiernos, pero a un ritmo inusual y preocupantemente rápido.

Así se explica que el ISC5 = 88 que resume todos los ISC`s habituales haya caído 8 puntos con respecto a marzo 2005. Este índice es el segundo peor resultado registrado por el gobierno de Zapatero desde que gobierna.

Los españoles han vuelto a poner de manifiesto un sentimiento mayoritariamente pesimista que afecta tanto a su economía particular como a la del país, tanto del presente con respecto al pasado como del futuro con respecto al presente, resultando especialmente negativo en lo relativo el presente de la economía nacional.

Una vez más conviene recalcar que es un pesimismo que no entiende de capas sociales ni de ideologías pues, aunque es cierto que los grupos más afines al gobierno y los más pudientes son los menos pesimistas, no es menos cierto que ello no les impide expresar su pesimismo cuando se pregunta sobre el presente y el futuro de la economía española o por su propia situación presente en relación con la de hace seis meses.

La situación de España se percibe incluso con un pesimismo más pronunciado, de modo que no existe ya un solo segmento de la muestra que alcance el nivel de equilibrio cuando se consulta sobre el sentimiento hacia la economía presente del país (ISC3= 80).

Por citar un ejemplo, el segmento más optimista de la población española al concluir 2005 vuelve a ser el de los individuos de ideología de izquierda, cuyos índices son ISC1= 96, ISC2= 101, ISC3= 93 e ISC4= 96. En otras palabras, el segmento más optimista presenta índices que apenas sobrepasan el nivel de equilibrio en un solo supuesto.

Una vez más, los que ahorran, los de alta posición social y con alto status socio económico familiar escapan al pesimismo dominante, debiendo añadir a los jóvenes menores de 30 años cuando se pregunta sobre su situación económica particular presente y futura.

Aunque en informes anteriores se ha insistido en que los españoles son reacios a criticar al gobierno si éste coincide con su ideología política, como si criticarlo equivaliera a admitir errores en la forma política de pensar, lo cierto es que ahora son los propios simpatizantes de izquierda quienes muestran su escepticismo hacia la economía presente y futura, con independencia de la satisfacción que puedan encontrar en otras medidas de carácter social. En la actualidad, menores de 30 años (es decir los que mayoritariamente no están emancipados), los de alta posición social y alto status socioeconómico y los que ahorran son los únicos en manifestar menos pesimismo en determinados supuestos.

Cuadro 3.1.1.

Indices del Sentimiento del Consumidor.

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
ISC-1												
Econ. Person. Presente	94	94	98	93	98	96	93	92	92	93	92	92
ISC-2												
Econ. Person. Futura	100	102	103	99	104	102	99	98	99	101	100	98
ISC-3												
Econ. País Presente	93	91	89	88	90	86	84	80	77	80	78	80
ISC-4												
Econ. País Futura	98	99	95	90	96	92	89	88	82	90	87	85
ISC-5	96	96	96	92	97	94	91	89	87	91	89	88

Cuadro 3.1.2.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total ISC-5	96	96	96	92	97	94	91	89	87	91	89	88
Edad:												
Menos de 30 años	106	107	110	102	105	100	101	98	96	98	100	99
30 a 49 años	97	98	94	95	99	98	93	92	90	92	89	89
50 a 64 años	88	87	90	87	91	87	88	82	80	82	84	82
65 y más años	91	89	90	82	90	85	80	81	80	91	82	81
Posición Social:												
Baja	94	93	92	85	91	86	85	83	84	89	85	85
Media	95	96	97	95	97	95	94	91	87	90	89	89
Alta	105	104	102	103	107	106	95	97	98	98	96	93
Ideología:												
Izquierda	107	104	104	97	105	102	98	96	94	100	98	97
Centro	99	95	96	94	93	92	90	89	88	88	89	88
Derecha	73	87	82	85	82	82	82	77	72	81	77	73
Propensión al ahorro:												
Endeudados	102	85	92	87	80	75	80	70	83	76	81	80
Vive al día	94	92	88	86	91	90	87	83	82	87	84	84
Ahorran	104	107	110	107	109	105	103	105	98	102	98	98
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	99	103	102	104	102	101	95	95	88	91	92	92
Medio	97	95	94	90	98	91	91	88	89	92	87	86
Medio bajo	98	85	91	77	83	89	84	85	81	91	87	85
Bajo	109	90	84	65	85	68	92	68	79	81	81	94
Clientes de:												
Bancos	93	96	98	94	100	97	91	92	89	92	86	88
Cajas	100	98	96	93	96	94	92	90	87	93	89	87

Cuadro 3.1.3.

Situación Económica Actual

Situación Personal Respecto a hace seis meses:

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Mejor	15	13	16	13	14	12	13	13	14	12	14	10
Igual	64	67	66	66	70	72	67	65	64	70	65	71
Peor	21	19	18	21	16	16	20	21	22	19	21	19
NS/NC	*	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ISC-1 (Econ. Personal Presente)	94	94	98	93	98	96	93	92	92	93	92	92

Situación del País respecto a hace seis meses:

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Mejor	14	12	13	12	12	12	9	11	10	9	11	8
Igual	61	64	61	61	64	60	63	56	54	59	52	59
Peor	21	21	24	24	22	26	25	31	33	28	34	29
NS/NC	4	3	2	4	2	2	3	2	3	4	3	4
ISC-3 (Econ. del País Presente)	93	91	89	88	90	86	84	80	77	80	78	80

Cuadro 3.1.4.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total ISC-1	94	94	98	93	98	96	93	92	92	93	92	92
Edad:												
Menos de 30 años	106	107	115	107	111	104	101	102	102	105	103	105
30 a 49 años	96	98	97	96	100	101	98	97	96	97	93	92
50 a 64 años	86	83	90	86	90	90	87	85	83	79	88	86
65 y más años	85	85	87	78	86	84	79	77	80	86	84	83
Posición Social:												
Baja	87	89	91	82	90	87	84	80	82	89	88	87
Media	95	95	98	96	98	98	96	96	94	92	92	94
Alta	108	105	111	106	110	108	99	104	102	103	103	95
Ideología:												
Izquierda	97	101	102	96	102	100	97	98	95	98	97	96
Centro	96	94	103	95	96	97	94	90	93	90	91	91
Derecha	94	91	89	88	89	92	89	87	81	93	94	86
Propensión al ahorro:												
Endeudados	86	74	97	74	76	68	71	63	73	70	82	76
Viven al día	84	88	88	84	90	90	88	83	83	86	86	86
Ahorran	112	111	115	113	113	111	110	114	109	111	104	106
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	103	105	108	108	106	105	98	103	94	96	96	96
Medio	94	91	92	90	98	92	92	87	92	94	91	90
Medio bajo	78	82	91	72	79	87	82	84	84	88	89	87
Bajo	109	86	80	55	71	72	95	66	79	65	88	85
Clientes:												
Bancos	96	92	98	98	101	100	97	99	97	96	92	93
Cajas	95	96	98	92	96	95	93	92	91	94	91	90

Cuadro 3.1.5.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total ISC-3	93	91	89	88	90	86	84	80	77	80	78	80
Edad:												
Menos de 30 años	97	99	99	94	91	91	94	90	86	83	88	87
30 a 49 años	93	92	86	89	92	89	83	82	79	79	76	81
50 a 64 años	88	84	85	85	88	79	86	76	69	72	72	75
65 y más años	94	87	89	80	87	79	76	70	72	88	74	74
Posición Social:												
Baja	98	90	89	81	87	81	81	74	76	82	74	77
Media	88	90	89	90	89	84	86	81	75	78	78	81
Alta	98	97	92	96	98	99	86	90	88	84	83	83
Ideología:												
Izquierda	105	102	101	97	105	99	94	91	86	96	91	93
Centro	91	88	84	88	84	83	82	78	77	76	78	78
Derecha	68	69	67	71	63	62	66	58	56	59	51	51
Propensión al ahorro:												
Endeudados	86	76	77	86	67	68	76	61	73	72	72	69
Viven al día	89	88	83	82	86	82	80	74	74	78	73	77
Ahorran	101	99	103	99	99	95	94	95	84	88	85	86
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	93	97	90	97	92	91	86	84	78	78	81	82
Medio	94	91	88	85	92	83	85	80	80	82	75	79
Medio bajo	87	78	90	75	78	83	79	76	68	85	78	75
Bajo	109	79	80	66	93	60	86	53	74	76	70	96
Cientes de:												
Bancos	83	89	89	86	90	87	81	82	76	83	72	79
Cajas	96	93	90	88	89	85	85	80	77	82	78	79

Cuadro 3.1.6.

Perspectivas Económicas

Situación Personal dentro de seis meses:

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Mejor	15	14	17	14	15	15	13	12	14	14	13	12
Igual	63	68	65	66	68	68	66	66	65	66	66	69
Peor	16	12	14	15	11	13	14	15	15	13	14	14
NS/NC	7	6	5	5	5	5	7	6	6	6	6	5
ISC-2 (Economía Personal Futura)	100	102	103	99	104	102	99	98	99	101	100	98

Situación de España dentro de seis meses:

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Mejor	15	13	14	11	12	13	9	10	8	11	11	8
Igual	57	63	59	58	61	58	59	58	54	59	53	57
Peor	17	14	19	21	17	21	20	23	27	21	25	24
NS/NC	11	9	8	10	9	8	12	9	11	9	11	11
ISC-4 (Economía del País Futura)	98	99	95	90	96	92	89	88	82	90	87	85

Cuadro 3.1.7.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total ISC-2	100	102	103	99	104	102	99	98	99	101	100	98
Edad:												
Menos de 30 años	116	118	124	113	117	111	111	105	109	112	111	110
30 a 49 años	102	104	100	104	107	109	105	102	103	105	103	100
50 a 64 años	87	91	92	91	95	92	92	88	92	90	93	88
65 y más años	87	91	92	83	93	90	82	91	86	92	87	89
Posición Social:												
Baja	89	96	96	90	95	92	90	93	95	94	94	93
Media	102	104	105	103	106	106	103	100	99	103	101	98
Alta	113	111	107	111	117	112	104	102	109	111	107	105
Ideología:												
Izquierda	99	107	106	102	107	104	104	100	103	105	105	101
Centro	105	99	105	101	101	101	97	100	99	98	99	98
Derecha	96	102	97	100	101	98	96	92	86	99	96	95
Propensión al Ahorro:												
Endeudado	114	97	108	100	100	85	88	76	100	77	93	91
Vive al día	90	97	94	92	97	97	94	92	92	97	94	92
Ahorran	112	114	116	114	116	114	112	114	110	114	108	110
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	107	109	110	111	111	110	105	102	100	102	102	103
Medio	100	101	100	98	105	98	98	97	100	102	98	95
Medio bajo	82	87	92	80	92	98	91	92	95	100	96	93
Bajo	100	107	95	77	77	76	95	80	84	94	96	95
Clientes de:												
Bancos	100	105	106	101	110	106	98	99	100	100	100	96
Cajas	100	101	102	100	102	101	100	98	100	102	98	98

Cuadro 3.1.8.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total ISC-4	98	99	95	90	96	92	89	88	82	90	87	85
Edad:												
Menos de 30 años	105	107	103	93	100	95	98	94	87	90	96	92
30 a 49 años	96	100	94	92	96	95	87	88	84	88	86	85
50 a 64 años	92	91	91	86	92	88	88	81	74	85	82	81
65 y más años	99	94	92	86	92	86	82	86	80	97	81	78
Posición Social:												
Baja	101	98	92	85	92	86	85	85	82	92	83	82
Media	94	99	95	91	95	92	90	87	78	86	87	85
Alta	102	104	99	98	104	105	92	95	94	95	93	90
Ideología:												
Izquierda	107	107	106	95	105	105	96	95	91	101	99	96
Centro	99	97	91	94	93	88	87	88	81	87	88	86
Derecha	73	87	74	79	75	75	74	72	63	74	65	59
Propensión al ahorro												
Endeudados	102	93	88	89	79	80	85	80	87	83	77	82
Vive al día	94	96	88	84	90	88	85	82	78	87	83	81
Ahorran	104	105	107	101	106	100	97	98	88	97	94	92
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio alto	99	102	98	99	98	98	92	91	81	89	90	88
Medio	97	98	93	87	97	89	89	86	84	90	85	82
Medio Bajo	98	94	92	81	85	90	82	87	79	93	86	84
Bajo	109	86	80	60	100	64	91	73	79	88	70	100
Clientes de												
Bancos	93	97	100	90	100	95	88	88	82	88	81	84
Cajas	100	100	94	91	94	93	89	88	82	92	88	83

Cuadro 3.1.9.

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

Indice de Optimismo												
	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Optimista	21	19	22	18	20	18	17	17	19	18	19	15
Indiferente	58	62	60	61	64	65	62	60	59	63	60	66
Pesimista	21	18	19	21	17	17	21	23	22	19	21	19
IO	99	101	103	98	103	100	97	94	97	100	98	96

Indice de Evaluación de la Situación Económica

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Optimistas	19	17	18	15	15	16	12	14	12	13	14	11
Indiferentes	57	60	57	59	61	56	60	54	52	57	51	57
Pesimistas	24	23	25	27	23	28	28	32	36	30	35	32
IESE	96	94	93	88	92	88	84	82	77	84	79	80

Cuadro 3.1.10.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total IO	99	101	103	98	103	100	97	94	97	100	98	96
Edad:												
Menos de 30 años	119	120	128	116	121	111	111	109	114	115	115	114
30 a 49 años	102	105	101	103	106	108	104	100	103	104	99	98
50 a 64 años	85	87	94	87	92	89	85	83	87	85	90	85
65 y más años	86	85	88	77	87	85	78	79	79	88	85	84
Posición Social:												
Baja	88	92	95	86	91	88	87	83	86	92	92	91
Media	102	103	105	102	105	105	100	99	101	100	99	98
Alta	114	114	114	112	120	112	105	105	110	111	109	102
Ideología:												
Izquierda	101	108	109	102	108	105	102	101	102	105	105	102
Centro	105	100	108	99	100	101	99	94	99	95	95	96
Derecha	95	98	96	94	96	93	92	85	83	99	97	93
Propensión Ahorro:												
Endeudado	108	84	108	89	86	76	80	60	89	74	93	90
Vive al Día	87	94	92	88	94	94	90	85	89	93	91	89
Ahorra	118	118	121	119	120	115	113	118	113	116	110	112
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	110	113	112	114	113	111	104	104	102	102	103	102
Medio	97	98	99	95	103	96	95	90	98	101	96	94
Medio bajo	82	84	92	71	85	93	85	88	88	94	93	89
Bajo	110	100	90	77	68	64	95	56	79	77	92	90
Cientes de:												
Bancos	100	103	106	102	106	104	98	101	101	102	97	97
Cajas	100	101	103	98	102	100	97	94	98	100	97	96

Cuadro 3.1.11.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total IESE	96	94	93	88	92	88	84	82	77	84	79	80
Edad:												
Menos de 30 años	103	104	104	92	96	92	95	91	86	84	93	87
30 a 49 años	94	95	90	90	93	92	84	85	79	83	76	82
50 a 64 años	89	87	89	86	87	82	83	75	67	75	74	74
65 y más años	97	89	89	82	90	80	75	72	71	92	72	72
Posición Social:												
Baja	100	92	91	82	88	81	81	76	76	86	76	76
Media	92	92	93	90	90	88	86	83	73	80	79	81
Alta	99	105	97	97	104	102	88	90	93	90	85	83
Ideología:												
Izquierda	110	107	108	97	107	104	95	93	89	99	94	95
Centro	93	94	86	90	86	83	82	80	75	78	81	79
Derecha	64	73	66	73	63	65	64	58	52	58	50	47
Actitud ante el ahorro:												
Endeudado	94	80	82	85	65	73	75	64	76	79	69	75
Vive al día	91	91	86	81	87	84	80	75	73	80	73	75
Ahorran	104	103	107	101	104	98	95	96	83	92	89	89
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	96	101	96	99	96	93	88	87	76	83	83	83
Medio	95	94	92	86	94	86	85	80	80	83	76	77
Medio bajo	95	82	90	75	78	86	76	78	69	88	77	77
Bajo	114	76	75	55	93	52	86	53	74	76	66	100
Clientes de:												
Bancos	88	93	96	87	93	88	84	83	77	85	73	76
Cajas	98	97	93	90	91	89	85	82	77	85	79	79

3.2. PAUTAS DE AHORRO

Recordatorio Previo

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

Pautas Estables de Ahorro

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

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

En marzo de 2006, el IPOA ha alcanzado un escaso IPA= 125, tres puntos menos que hace un año y cinco menos que en febrero, lo que significa que los españoles vuelven a manifestar dificultades para ahorrar, sin duda padeciendo las consecuencias de las dos últimas subidas de tipos de interés, cuyos efectos son trasladados a las hipotecas y préstamos adquiridos por la mayoría de los hogares. Aumenta en un punto la proporción de españoles que gasta lo ahorrado y en 3 la proporción de quienes gastan lo que ganan, disminuyendo la proporción de quienes ahorran algo a final de mes. Es frecuente oír a los españoles quejarse por las constantes subidas de precios en alimentos básicos, así como en los carburantes, de modo que la inflación está alterando los hábitos de muchos españoles en estos dos aspectos del consumo doméstico.

El nivel de endeudamiento familiar sigue siendo muy elevado, hasta el punto de que más de la mitad de los individuos gastan lo que gana (60%) o recurren a los préstamos para afrontar el fin de mes. Los españoles regresan a una situación de mayor nivel de endeudamiento con los bancos, aumentando la solicitud de créditos y gastando más como hace un año. Los créditos ya dejaron de abaratare y el endeudamiento familiar es tan elevado que resulta complicado que dicho indicador pueda aumentar más en el futuro, sobre todo si se consideran las enormes facilidades para obtener un crédito en la actualidad

Como es habitual, los segmentos de la población que muestran una mayor facilidad para ahorrar algo a final de mes son los de 30-49 años (128), de posición social alta (135) y con un status socioeconómico familiar alto y medio alto (131).

Cuadro 3.2.1.
Situación Financiera del Hogar

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Me prestan dinero	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
Gasto mis ahorros	3	4	4	4	4	5	8	7	5	4	4	5
Gasto lo que gano	58	63	58	61	57	57	58	57	58	57	57	60
Ahorro algo	32	28	32	30	33	32	28	31	32	31	34	31
Ahorro bastante	2	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	1
NS/NC	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2
IPA	128	124	129	125	130	127	121	124	127	126	130	125

Cuadro 3.2.2.
Indice de Propensión al Ahorro (IPA), por Características Socioeconómicas de los Hogares

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total IPA	128	124	129	125	130	127	121	124	127	126	130	125
Edad:												
18-29 años	129	127	132	131	138	132	119	123	134	125	132	126
30-49 años	135	130	135	129	133	133	132	132	131	134	135	128
50-64 años	127	122	128	121	132	121	116	124	127	122	130	125
65 y más años	114	112	116	114	116	114	107	110	112	115	120	117
Posición Social:												
Baja	114	117	123	115	120	117	108	111	115	115	117	115
Media	129	124	129	128	132	128	122	127	129	128	134	128
Alta	153	142	144	139	145	142	141	144	146	140	148	135
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	141	133	136	138	139	138	135	137	136	132	140	131
Medio	124	123	126	120	130	123	115	120	125	125	127	124
Medio Bajo	114	114	125	114	114	114	107	113	113	117	120	116
Bajo	114	86	90	89	119	100	79	77	105	93	92	100
Clientes de:												
Bancos	133	130	139	128	137	140	128	134	136	134	137	131
Cajas	130	125	131	126	132	128	122	126	127	126	130	126

3.3. SATISFACCION CON LA VIDA

El ISCV suele estar sujeto a variaciones insignificantes entre un mes y otro. Sin embargo, se recordará que en los tres sondeos anteriores se subrayaba que éste había caído hasta el nivel entre 173 y 175, un nivel sin precedentes en los últimos años. El dato de marzo es de 180, igual que hace un año y confirma el retorno a los niveles habituales, quizás porque ha disminuido la fase de crispación que caracterizó la política española durante el pasado invierno.

El ISCV permanece 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 medio bajo lo manifiesten en menor medida (ISCV=170).

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Muy Satisfechos	8	6	6	8	5	7	5	6	7	5	6	6
Satisfechos	78	77	80	77	81	73	77	75	75	75	78	79
Indiferentes	8	11	9	9	9	12	10	11	10	11	10	9
Insatisfechos	6	4	4	5	4	6	6	7	6	7	5	5
Muy Insatisfechos	*	*	*	1	1	1	1	1	1	1	*	1
NS/NC	*	1	1	1	*	1	1	*	1	1	*	*
ISCV	180	179	181	179	182	173	175	174	175	173	179	180
Valoración Media	3,9	3,8	3,9	3,9	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8
% Discrepancia	17	17	17	18	17	20	19	20	20	19	17	18

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total ISCV	180 (3,9)	179 (3,8)	181 (3,9)	179 (3,9)	182 (3,8)	173 (3,8)	175 (3,8)	174 (3,8)	175 (3,8)	173 (3,8)	179 (3,8)	180 (3,8)
Edad:												
Menos de 30 años	188 (4,0)	189 (4,0)	189 (4,0)	187 (4,0)	189 (3,9)	180 (3,9)	180 (3,9)	179 (3,9)	188 (4,0)	178 (3,9)	190 (4,0)	190 (4,0)
30 a 49 años	180 (3,9)	181 (3,9)	186 (3,9)	184 (3,9)	183 (3,9)	176 (3,8)	178 (3,8)	175 (3,8)	175 (3,8)	175 (3,8)	180 (3,9)	179 (3,8)
50 a 64 años	181 (3,8)	173 (3,7)	175 (3,8)	174 (3,8)	182 (3,8)	167 (3,7)	172 (3,7)	170 (3,7)	176 (3,8)	176 (3,8)	178 (3,8)	175 (3,8)
65 y más años	172 (3,8)	168 (3,7)	170 (3,7)	168 (3,7)	170 (3,7)	164 (3,6)	165 (3,7)	169 (3,7)	159 (3,6)	160 (3,6)	167 (3,7)	172 (3,7)
Posición social:												
Baja	175 (3,8)	173 (3,8)	172 (3,8)	175 (3,8)	176 (3,8)	165 (3,7)	174 (3,8)	168 (3,7)	168 (3,7)	163 (3,7)	171 (3,7)	176 (3,8)
Media	183 (3,9)	180 (3,8)	185 (3,9)	181 (3,9)	183 (3,9)	175 (3,8)	175 (3,8)	176 (3,8)	177 (3,8)	176 (3,8)	182 (3,9)	180 (3,8)
Alta	183 (3,9)	188 (3,9)	187 (3,9)	186 (3,9)	187 (3,9)	182 (3,9)	177 (3,8)	180 (3,8)	182 (3,9)	184 (3,9)	186 (3,9)	185 (3,9)
Ideología:												
Izquierda	181 (3,9)	186 (3,9)	185 (3,9)	180 (3,9)	187 (3,9)	177 (3,8)	180 (3,8)	173 (3,8)	179 (3,8)	178 (3,8)	186 (3,9)	182 (3,9)
Centro	183 (3,9)	180 (3,8)	182 (3,9)	186 (3,9)	183 (3,8)	171 (3,7)	176 (3,8)	178 (3,8)	175 (3,8)	174 (3,8)	180 (3,8)	181 (3,8)
Derecha	182 (3,8)	174 (3,8)	179 (3,8)	181 (3,9)	177 (3,8)	172 (3,7)	172 (3,8)	175 (3,8)	165 (3,7)	169 (3,7)	174 (3,8)	181 (3,9)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	186 (3,9)	188 (3,9)	187 (3,9)	191 (4,0)	188 (3,9)	181 (3,9)	179 (3,8)	180 (3,9)	181 (3,9)	179 (3,8)	186 (3,9)	184 (3,9)
Medio	180 (3,8)	177 (3,8)	180 (3,8)	177 (3,8)	181 (3,8)	169 (3,7)	175 (3,8)	171 (3,7)	174 (3,8)	171 (3,7)	174 (3,8)	179 (3,8)
Medio bajo	171 (3,8)	168 (3,7)	177 (3,8)	164 (3,7)	172 (3,7)	166 (3,7)	166 (3,7)	167 (3,7)	167 (3,7)	167 (3,7)	181 (3,8)	170 (3,7)
Bajo	148 (3,7)	148 (3,6)	135 (3,4)	144 (3,3)	165 (3,7)	144 (3,5)	169 (3,8)	166 (3,6)	116 (3,1)	146 (3,4)	150 (3,5)	172 (3,7)
Clientes de:												
Bancos	186 (3,9)	184 (3,9)	186 (3,9)	184 (3,9)	188 (3,9)	174 (3,8)	179 (3,8)	178 (3,8)	176 (3,8)	175 (3,8)	184 (3,9)	180 (3,9)
Cajas	181 (3,9)	179 (3,8)	180 (3,8)	179 (3,8)	181 (3,8)	174 (3,8)	174 (3,8)	175 (3,8)	175 (3,8)	173 (3,8)	179 (3,8)	179 (3,8)

3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

En el ámbito estadístico suele ser cierta la afirmación según la cuál los porcentajes se incrementan con mayor facilidad cuanto menores son las cifras absolutas que se manejan. Por eso, al analizar la evolución de la clientela declarada de las grandes instituciones financieras, suele ser frecuente que las variaciones que experimentan BBVA y La Caixa sean más moderadas que las observadas en SCH, Caja Madrid, Banesto y Popular, ya que La Caixa y BBVA presentan siempre las cifras más altas d clientela declarada. Siendo esta una constante, ello no significa que los últimos meses no estén permitiendo comprobar un cierto estancamiento en la clientela de BBVA y una consolidación en la de Santander, Caja Madrid y La Caixa. De hecho, La Caixa ya alcanza a la quinta parte de los entrevistados, duplicando la cifra de Caja Madrid, mientras que Santander se mueve cada vez más en cifras próximas al 8% de clientes, cuando hace un año mostraba dificultades para consolidarse en un 7%. Por el contrario, era frecuente que los porcentajes de clientela de BBVA se movieran entre un 13 y un 14%, mientras que ahora se mantienen a duras penas alrededor de un 12%. La Caixa ha despegado, pero BBVA se ha quedado inmóvil, rompiéndose una situación de igualdad que caracterizó los porcentajes de clientela de estas entidades durante varios años.

BBVA (12,2%) es, pese a todo, el segundo más importante por detrás del cosechado por La Caixa (20,1%), cuyo porcentaje progresa favorablemente en línea con el resto de entidades (excepto BBVA). Efectivamente, la clientela declarada de Banco Popular, Caja Madrid, Santander y Banesto, aún sin alcanzar su mínimo, como sucede en BBVA, avanza también. En todo caso, todos los datos registrados por estas entidades financieras son mejores que los conocidos en marzo de 2005.

La cifra de clientes de bancos alcanza el 26%, elevándose la cifra hasta el 40% entre los de posición social alta. Por el contrario, el porcentaje de clientes declarados de cajas se ha reducido considerablemente hasta situarse en el 82%, mereciendo una mención especial el 20,1% de individuos que dicen ser clientes de La Caixa y el 12,2% que cita BBVA. BBVA se aleja pues de La Caixa hasta los 7,9 puntos porcentuales actuales. BBVA mantiene la mayor clientela de bancos declarada, un 10,3% de los entrevistados, 4,6 puntos porcentuales más que el SCH.

Clientela comparada Marzo 2005- 2006

INSTITUCION FINANCIERA	III-05	III-06	Diferencia
SCH	7,0	7,6	+0,6
BBVA	12,4	12,2	-0,2
Popular	1,7	1,9	+0,2
Banesto	2,2	2,5	+0,3
Caja de Madrid	10,4	10,7	+0,3
La Caixa	19,4	20,1	+0,7

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. Al tratarse de sub muestras 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 es bastante estable, pues los datos 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)

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total Clientes	90	90	90	87	89	89	90	89	93	90	92	92
Edad:												
Menos de 30 años	86	87	88	85	85	88	88	85	91	85	88	89
30 a 49 años	92	91	92	86	90	90	92	90	91	92	95	93
50 a 64 años	93	89	91	85	92	87	90	94	97	90	94	93
65 y más años	86	92	90	94	88	90	91	87	94	90	91	93
Posición Social:												
Baja	85	87	88	88	88	87	88	86	91	86	88	90
Media	91	91	91	87	89	89	91	90	92	91	94	92
Alta	95	92	92	85	91	91	91	95	99	94	95	97
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	95	93	97	92	93	94	94	94	96	94	95	96
Medio	88	90	88	86	88	88	90	86	91	90	93	92
Medio bajo	84	87	85	83	84	84	84	87	90	82	84	86
Bajo	76	69	75	55	80	56	70	74	79	68	70	57

Cuadro 3.4.2.

Clientela de Instituciones Bancarias
(En Porcentajes)

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total I.B.	26	25	25	24	27	26	25	29	24	27	23	26
Edad:												
Menos de 30 años	25	25	25	20	25	22	24	25	25	26	21	22
30 a 49 años	28	28	29	30	30	32	28	35	26	35	29	27
50 a 64 años	28	25	25	22	30	26	24	32	23	26	23	35
65 y más años	23	21	19	20	20	20	21	22	21	16	14	20
Posición Social:												
Baja	23	19	17	17	18	20	16	21	20	20	15	21
Media	25	26	26	25	30	26	25	29	24	29	25	25
Alta	35	37	38	36	34	39	42	45	33	35	31	40
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	31	32	34	28	32	34	30	37	29	28	28	31
Medio	24	21	20	21	25	21	23	24	21	27	20	22
Medio bajo	24	20	16	21	20	22	19	25	19	25	19	25
Bajo	6	30	7	10	20	7	7	9	27	19	6	8
Clientes de:												
Bancos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Cajas	11	9	12	8	11	10	8	13	9	11	9	10

Cuadro 3.4.3.

**Clientela de Cajas de Ahorro
(En Porcentajes)**

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total C.A.	83	82	85	82	82	82	82	81	84	81	85	82
Edad:												
Menos de 30 años	83	81	84	84	84	84	83	80	84	84	84	84
30 a 49 años	84	81	82	81	80	80	80	80	83	76	82	83
50 a 64 años	78	84	86	83	80	83	81	80	84	82	86	75
65 y más años	86	85	89	83	85	83	84	85	84	89	90	86
Posición Social:												
Baja	85	85	91	86	88	85	88	84	84	88	88	86
Media	83	84	84	81	80	82	81	82	84	79	84	84
Alta	78	73	78	76	76	76	72	74	81	79	80	72
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	79	79	80	80	80	78	80	78	82	82	82	82
Medio	86	85	87	84	82	85	82	84	86	82	86	84
Medio bajo	83	84	89	85	86	83	84	81	84	81	87	78
Bajo	94	75	93	90	84	100	93	91	73	81	94	92
Clientes de:												
Bancos	35	30	40	26	33	32	27	36	33	32	33	32
Cajas	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Cuadro 3.4.4.

Clientela de Instituciones Financieras por Institución (*)

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

INSTITUCION FINANCIERA	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Base: Tiene C/C o Libreta	(1.078)	(1.090)	(1.084)	(1.064)	(1.081)	(1.081)	(1.086)	(1.075)	(1.119)	(1.083)	(1.113)	(1.104)
SCH	7,0	6,3	5,5	6,1	7,0	7,0	6,3	7,3	5,0	6,6	6,2	7,6
BBVA	12,4	12,3	12,0	12,0	11,0	11,6	12,5	14,3	11,5	13,7	10,3	12,2
Popular	1,7	2,1	3,0	1,1	1,5	1,7	1,6	2,2	2,4	2,2	1,5	1,9
Banesto	2,2	2,7	2,1	1,7	2,8	3,3	2,6	2,7	3,6	1,9	2,6	2,5
Otros Bancos	4,4	3,5	3,6	4,0	6,3	4,2	3,2	4,1	3,7	3,7	3,5	3,5
Caja de Madrid	10,4	9,9	11,3	10,1	11,1	11,6	9,8	9,1	10,5	10,0	9,6	10,7
La Caixa	19,4	17,0	17,6	17,1	17,5	17,4	15,0	17,6	15,6	17,3	17,7	20,1
Caja de Cataluña	2,4	2,8	2,2	2,2	2,1	2,1	2,9	2,3	2,8	2,7	2,3	2,8
Caja de Galicia	5,3	4,6	4,2	4,6	5,5	5,0	5,3	4,6	5,4	4,4	5,1	3,5
Ibercaja	2,9	2,1	0,8	2,0	3,1	1,8	2,9	3,7	4,1	2,4	2,3	2,5
Bancaja	3,0	3,9	4,2	4,1	3,2	3,2	4,5	2,9	3,7	3,1	4,3	2,4
BBK	3,4	3,8	3,5	3,6	3,4	3,1	3,0	3,6	2,0	3,7	3,2	3,2
Caixa Orense	0,7	-	0,1	0,1	-	-	0,1	1,0	0,1	0,1	0,2	0,1
Unicaja	4,2	3,0	4,7	3,6	5,1	3,5	4,5	3,2	2,9	4,5	4,6	2,7
Caja Rural	5,6	5,6	5,5	7,0	5,6	5,2	5,9	6,9	5,9	5,0	5,1	6,5
CAM	4,8	3,3	3,2	3,9	4,4	4,9	4,2	5,3	3,5	3,4	2,6	4,1
Caja San Fernando	0,9	2,0	3,1	1,9	0,8	1,2	1,0	1,6	2,3	1,1	1,2	1,0
Caja España	1,5	2,6	1,9	3,7	2,5	2,9	2,9	2,7	2,0	2,1	3,4	0,7
Cajas de Ahorros (Otras)	23,2	25,1	28,7	24,1	24,1	27,1	26,9	24,0	29,8	28,3	28,9	29,3

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

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

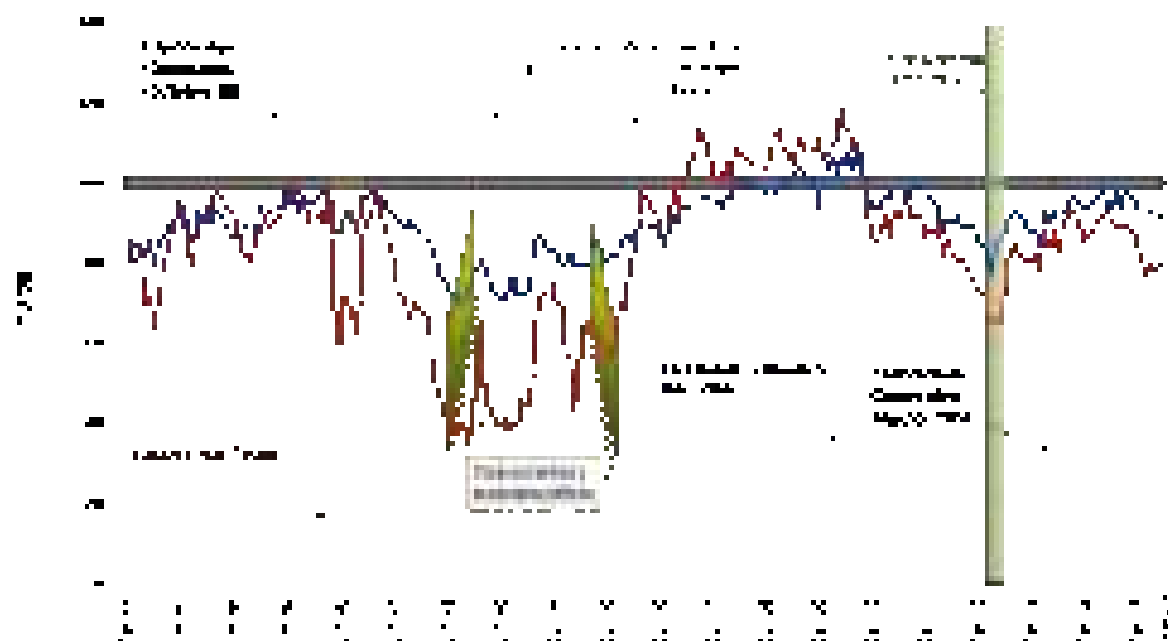
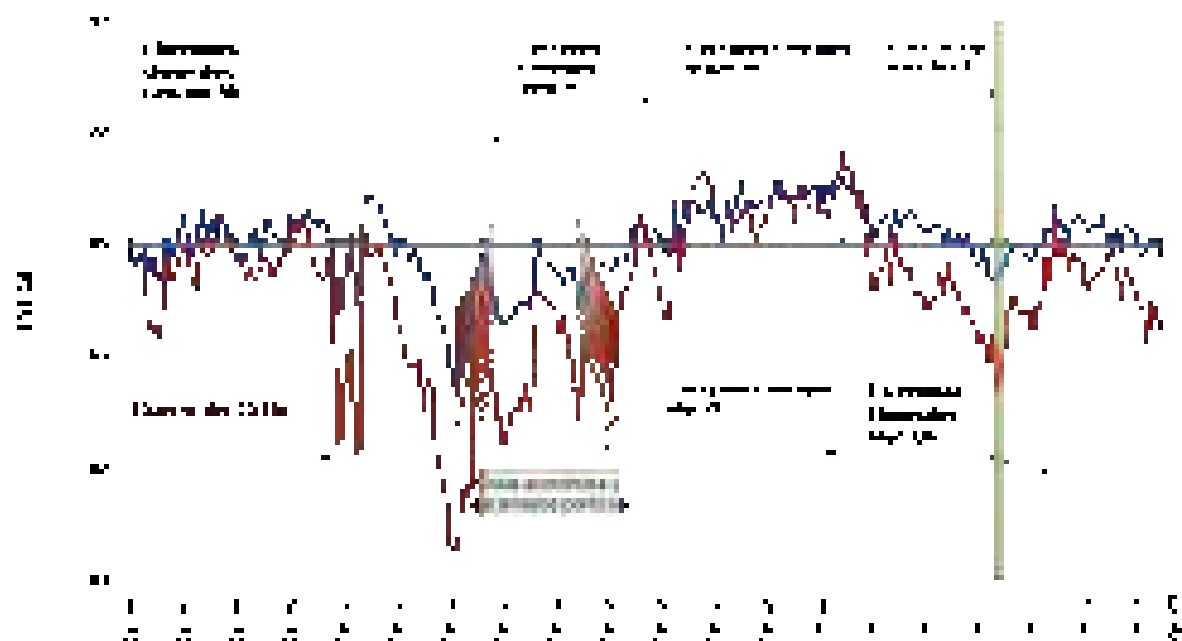


Fig. 1. Evolución del Índice de Sentimiento del Consumidor (Personal y País) (Índice de Sentimiento del Consumidor)

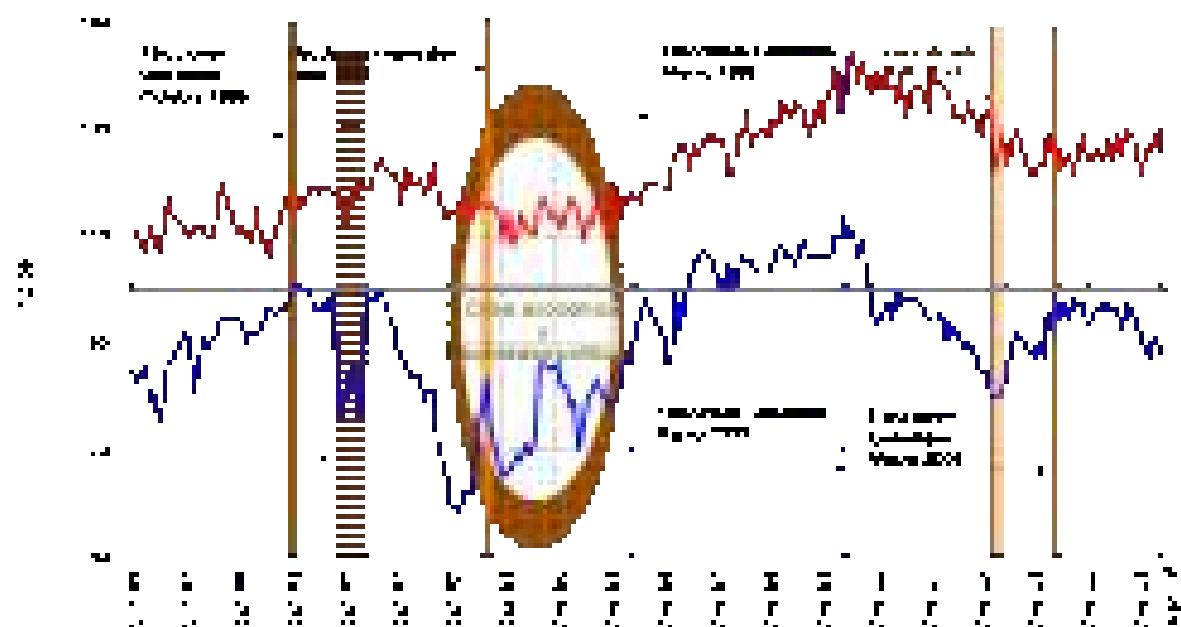
Nota: Fuente: ASER, 2006.

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



El índice de sentimiento del consumidor futuro (personal y del país) se calcula a partir de las respuestas a las siguientes preguntas:

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



El índice global de propensión al ahorro refleja la intención personal de incrementar o disminuir el ahorro en el hogar.

ASER - 73 - mar - 06

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. Sin embargo 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 15%, menos de la mitad de la proporción que se declara de izquierda (43%), y la proporción que se declara de centro es del 24%, de manera que la suma de centro y derecha es este cuatro puntos porcentuales 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 que no contestan lo que votaron en las últimas elecciones, los que votan a partidos nacionalistas de centro y derecha y los que no

votaron en las últimas elecciones generales (que se posicionan principalmente en el centro), y los de práctica religiosa alta y los votantes del PP (que se posicionan mayoritariamente en la derecha).

Además, la proporción de los que se posicionan en la izquierda supera a la proporción de la suma de los que se posicionan en el centro y la derecha entre los menores de 50 años, los de posición social media y alta, los de status socioeconómico medio y bajo, los que se sienten más nacionalistas o igual nacionalistas que españoles, los de práctica religiosa baja y los votantes de PSOE, IU y partidos nacionalistas de izquierda.

El "izquierdismo" suele estar positivamente relacionado con la posición social, lo que sugiere que las minorías del "centro social" suelen seguir identificándose con la izquierda, y también con el sentimiento nacionalista. Por el contrario, el "derechismo" está positivamente relacionado con la edad, el sentimiento español y la religiosidad. Además, los votantes del PP se posicionan fundamentalmente en la derecha y el centro; los votantes de los partidos nacionalistas de centro y derecha en el centro; los del PSOE, IU y los votantes de los partidos nacionalistas de izquierda se autoposicionan en la izquierda, y los que dicen que no votaron, no saben o no contestan, muestran pautas menos definidas, entre otras cosas porque una proporción importante tampoco contesta su ubicación ideológica, pero parecen situarse preferentemente en el centro.

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

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

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

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

Se comprueba así que, mientras un 4-7% de los entrevistados se sienten generalmente sólo identificados con su Comunidad Autónoma (se sienten sólo vascos, o andaluces, o gallegos, etc.), entre un 17-26% se sienten sólo españoles (un 20% 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 de izquierda, los votantes a IU y a partidos nacionalistas y los que no contestan lo que votaron en las elecciones de marzo de 2004.

Sin embargo, alrededor de la mitad de los españoles mayores de 18 años (un 53% 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 de status socioeconómico bajo y los votantes de IU y de partidos nacionalistas.

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 contestar. La experiencia ha demostrado, además, que cuando un partido pierde imagen social, su recuerdo de voto suele ser inferior al real, y viceversa.

Este mes se observa un recuerdo de voto inferior a los resultados obtenidos en las elecciones del pasado 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 12% este mes) no suelen contestar lo que votaron en las últimas elecciones, lo que hace suponer que entre ellos están los que faltan como votantes de los diferentes partidos y de los no votantes.

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

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

Como puede comprobarse, de la primera lista, los dos objetivos más mencionados en primer lugar, son los de luchar contra la subida de precios, dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas y en tercer lugar mantener el orden en la nación (uno de los objetivos es materialistas) y, si se toman en cuenta las dos menciones que podía dar cada

entrevistado, los más citados volverían a ser "la lucha contra la subida de precios", "dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas" y "mantener el orden en la nación". Así pues, entre los dos objetivos más citados como prioritarios este mes parecen predominar los materialistas, por utilizar la terminología de Inglehart.

En la segunda lista, los ítems más mencionados como deseables (en las tres menciones) son los de mantener una economía estable, luchar contra la delincuencia y 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 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 superior 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.

Cuadro 4.1.1.

Autoposicionamiento Ideológico

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Extrema Izquierda	1	1	1	1	1	1	*	*	1	1	1	1
Izquierda	22	24	24	25	21	23	20	20	20	23	21	21
Centro Izquierda	19	18	20	20	22	18	19	21	20	19	20	21
Centro	27	23	23	23	26	24	28	28	28	24	25	24
Centro Derecha	8	9	8	7	9	9	8	8	9	9	9	8
Derecha	8	7	8	8	7	5	6	6	7	8	8	7
Extrema Derecha	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NS/NC	16	18	16	16	14	20	18	16	15	17	17	18
Posicionamiento Medio (IPI)	3,5	3,5	3,4	3,4	3,5	3,4	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5

Cuadro 4.1.2.

Autoposicionamiento Ideológico, por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	TOTAL	Izquierda	Centro	Derecha
TOTAL	(1200)	43%	24	15
Edad:				
18 a 29 años	(277)	47%	24	9
30 a 49 años	(441)	45%	26	13
50 a 64 años	(233)	39%	26	19
65 y más años	(249)	35%	19	23
Posición Social:				
Baja	(402)	37%	24	17
Media	(616)	43%	24	15
Alta	(182)	51%	25	13
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(433)	43%	26	16
Medio	(580)	43%	24	15
Medio Bajo/Bajo	(187)	38%	20	15
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(226)	51%	23	7
Tan nacionalista como español	(631)	45%	24	15
Más español	(313)	30%	27	24
Práctica Religiosa:				
Alta	(213)	21%	24	30
Media	(178)	33%	28	23
Baja	(730)	49%	25	10
Recuerdo de Voto:				
PP	(233)	3%	28	63
PSOE	(436)	75%	16	1
IU	(32)	97%	3	-
Nacionalista derecha	(52)	39%	44	11
Nacionalista izquierda	(11)	100%	-	-
Otros, en blanco	(48)	37%	27	11
No votó	(244)	27%	27	6
No sabe	(11)	17%	46	-
No contesta	(133)	17%	34	5
Cientes de:				
Bancos	(287)	41%	24	18
Cajas	(910)	44%	24	15

Cuadro 4.1.3.

Práctica Religiosa

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Alta	18	20	16	16	16	16	13	14	18	17	17	18
Media	15	13	16	14	16	16	16	14	14	14	15	15
Baja	61	61	63	65	62	61	64	64	62	65	63	61
NS/NC	7	6	5	6	5	7	6	8	6	4	5	7
Media de Práctica Religiosa (IPR)	2,2	2,2	2,1	2,0	2,1	2,1	2,0	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1

Cuadro 4.1.4.

Práctica Religiosa, por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	TOTAL	Alta	Media	Baja
TOTAL	(1200)	18%	15	61
Edad:				
18 a 29 años	(277)	6%	6	77
30 a 49 años	(441)	10%	12	70
50 a 64 años	(233)	25%	20	51
65 y más años	(249)	38%	24	35
Posición Social:				
Baja	(402)	31%	19	46
Media	(616)	11%	14	69
Alta	(182)	9%	9	66
Ideología:				
Izquierda	(506)	9%	12	70
Centro	(290)	17%	17	63
Derecha	(184)	35%	23	40
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(433)	13%	15	62
Medio	(580)	20%	12	63
Medio Bajo/Bajo	(187)	23%	23	51
Recuerdo de Voto:				
PP	(233)	35%	21	43
PSOE	(436)	11%	15	64
IU	(32)	6%	6	79
Nacionalista derecha	(52)	11%	21	66
Nacionalista izquierda	(11)	-%	-	90
Otros, en blanco	(48)	19%	14	61
No votó	(244)	15%	9	67
No sabe	(11)	27%	9	64
No contesta	(133)	19%	16	61
Cientes de:				
Bancos	(287)	18%	10	62
Cajas	(910)	17%	15	62

Cuadro 4.1.5.

Sentimiento Nacionalista-Español.

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Sólo Nacionalista	5	4	5	4	5	5	6	6	6	4	4	4
Más Nac. que español	15	12	12	14	15	12	13	11	11	18	12	15
Tan Nac. como español	57	60	56	55	54	58	55	56	52	50	57	53
Más español que Nac.	7	6	8	7	8	5	9	6	9	8	6	6
Sólo se siente español	14	16	17	16	16	17	14	17	20	17	18	20
NS/NC	2	2	2	3	2	2	2	5	2	3	2	2
Media Nacionalismo (ISN)	3,1	3,2	3,2	3,2	3,1	3,2	3,1	3,2	3,2	3,1	3,2	3,2

Cuadro 4.1.6.

Sentimiento Nacionalista-Español, por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	TOTAL	Más Nacionalista	Igual	Más Español
TOTAL	(1200)	19%	53	26
Edad:				
18 a 29 años	(277)	24%	52	22
30 a 49 años	(441)	18%	51	27
50 a 64 años	(233)	13%	56	29
65 y más años	(249)	19%	52	27
Posición Social:				
Baja	(402)	22%	50	25
Media	(616)	19%	54	25
Alta	(182)	12%	51	33
Ideología:				
Izquierda	(506)	23%	57	18
Centro	(290)	18%	52	29
Derecha	(184)	9%	51	40
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(433)	18%	51	28
Medio	(580)	17%	55	25
Medio Bajo/Bajo	(187)	26%	47	26
Recuerdo de Voto:				
PP	(233)	6%	54	39
PSOE	(436)	17%	57	23
IU	(32)	29%	47	18
Nacionalista derecha	(52)	66%	30	4
Nacionalista izquierda	(11)	73%	18	9
Otros, en blanco	(48)	13%	44	44
No votó	(244)	18%	52	25
No sabe	(11)	19%	45	36
No contesta	(133)	24%	54	21
Cientes de:				
Bancos	(287)	18%	51	28
Cajas	(910)	18%	54	26

Cuadro 4.1.7.

Partido Votado en las Elecciones Generales de 2004.

	Resultados												
	Reales de												
	III-04	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total Electores	(33.475.376)	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
PP	28,8	21,0	19,6	20,9	19,5	21,7	20,0	18,7	19,3	20,8	21,1	21,9	19,5
PSOE	32,6	38,2	40,5	41,8	43,2	41,6	39,6	39,1	35,9	40,3	38,3	39,0	36,3
IU	3,8	2,3	2,5	2,7	3,0	3,0	3,0	2,5	3,7	2,8	2,5	2,6	2,7
Nacionalistas Derecha	5,2	4,5	3,3	3,8	3,3	2,8	4,3	3,9	3,1	4,0	3,3	3,6	4,4
Nacionalistas Izquierda	3,6	2,8	1,2	0,9	1,2	1,0	0,7	1,4	1,7	1,1	1,7	1,2	0,9
Otros	3,2	2,5	3,8	2,9	3,3	4,0	3,7	4,1	2,5	4,2	4,0	3,9	4,0
No (Votó) Votará	22,8	16,4	18,7	16,7	17,3	16,5	18,7	19,0	20,2	18,2	20,1	18,1	20,2
NS/NC	-	12,3	10,4	10,3	9,2	9,4	10,0	11,3	13,6	8,6	9,0	9,7	12,0

*** A partir de marzo de 2004 los partidos nacionalistas se han agrupado en función de su representación parlamentaria tras las elecciones de marzo de 2004. Así, los Partidos Nacionalistas de Centro y Derecha son CiU, EAJ-PNV, EA, CG, PA, UV y CC (el UPN en estas elecciones concurrió conjuntamente con el PP). Los Partidos Nacionalistas de Izquierda son ERC, BNG, Nai-Bai y CHA (estos dos últimos partidos se han incluido por haber obtenido en estas elecciones del 2004 representación parlamentaria).**

Cuadro 4.1.8.

Diferencias entre el Recuerdo de Voto y los Resultados Electorales de 2004.

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Diferencias en puntos Porcentuales:												
PP	-7,8	-9,2	-7,9	-9,3	-7,1	-8,8	-10,1	-9,5	-8,0	-7,7	-6,9	-9,3
PSOE	+5,6	+7,9	+9,2	+10,6	+9,0	+7,0	+6,5	+3,3	+7,7	+5,7	+6,4	+3,7
IU	-1,5	-1,3	-1,1	-0,8	-0,8	-0,8	-1,3	-0,1	-1,0	-1,3	-1,2	-1,1
Nacionalistas Derecha	-0,7	-1,9	-1,4	-1,9	-2,4	-0,9	-1,3	-2,1	-1,2	-1,9	-1,6	-0,8
Nacionalistas Izquierda	-0,8	-2,4	-2,7	-2,4	-2,6	-2,9	-2,2	-1,9	-2,5	-1,9	-2,4	-2,7
Otros	-0,7	+0,6	-0,3	+0,1	+0,8	+0,5	+0,9	-0,7	+1,0	+0,8	+0,7	+0,8
No Votó	-6,4	-4,1	-6,1	-5,5	-6,3	-4,1	-3,8	-2,6	-4,6	-2,7	-4,7	-2,6
NS/NC	+12,3	+10,4	+10,3	+9,2	+9,4	+10,0	+11,3	+13,6	+8,6	+9,0	+9,7	+12,0
Indice de Discrepancia	17,9	18,9	19,5	19,9	19,2	17,5	18,7	16,9	17,3	15,5	16,8	16,5
Diferencias en porcentajes respecto a 2000 y a 2004:												
PP	-27	-32	-27	-32	-25	-31	-36	-33	-28	-27	-24	-32
PSOE	+17	+24	+28	+32	+28	+22	+20	+10	+24	+18	+20	+11
IU	-40	-34	-29	-21	-21	-21	-34	-3	-26	-34	-32	-29
Nacionalistas Derecha	-14	-36	-27	-36	-46	-17	-25	-40	-23	-36	-31	-15
Nacionalistas Izquierda	-22	-67	-75	-67	-72	-81	-61	-53	-69	-53	-67	-75
Otros	-22	+19	-9	+3	+25	+16	+28	-22	+31	+25	+22	+25
No Votó	-28	-18	-27	-24	-28	-18	-17	-11	-20	-12	-21	-11

Cuadro 4.1.9.

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

1ª LISTA DE OBJETIVOS			
MARZO 2006	1ª Mención	1ª y 2ª Mención	Última Mención
Total	(1.200)	(1.200)	(1.200)
%			
- Mantener el orden en la nación.....	24	44	20
* - Dar a la gente más posibilidades para que participe en las decisiones importantes gubernamentales o políticas.....	27	52	14
- Luchar contra la subida de los precios.....	37	69	10
* - Proteger la libertad de expresión.	11	30	20
- Ninguno.....	*	*	20
- NS/NC.....	2	1	16

2ª LISTA DE OBJETIVOS			
MARZO 2006	1ª Mención	1ª, 2ª y 3ª Mención	Penúltima o Última Mención
Total	(1.200)	(1.200)	(1.200)
%			
- Mantener un alto nivel de crecimiento económico.....	15	32	16
- Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España.....	4	14	32
* - Dar a la gente mayores facilidades para que participe en las decisiones importantes que tengan que ver con su trabajo o la comunidad en la que viven.....	19	44	11
* - Proteger el medio ambiente.....	12	49	10
- Mantener una economía estable.....	24	58	8
- Luchar contra la delincuencia.....	16	56	11
* - Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana.....	5	28	24
* - Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero.....	2	12	23
- Ninguno.....	*	*	15
- NS/NC.....	1	1	14

*** Items de carácter postmaterialista.**

Cuadro 4.1.10.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total PM	38	32	36	34	34	36	39	37	37	33	37	36
Edad												
18 a 29 años	47	36	44	41	40	41	44	43	42	38	46	43
30 a 49 años	42	34	37	35	39	41	44	40	42	37	40	37
50 a 64 años	33	27	30	31	30	32	34	34	36	27	31	32
65 y más años	27	27	30	24	22	24	30	27	23	29	27	29
Posición Social												
Baja	29	30	36	28	29	27	34	32	29	32	29	33
Media	45	32	36	37	37	38	42	38	40	34	39	37
Alta	40	35	34	34	36	47	39	44	43	34	46	39
Ideología												
Izquierda	48	38	41	39	40	42	42	43	42	43	42	43
Centro	35	33	32	29	36	35	46	35	41	34	40	31
Derecha	24	20	26	22	14	20	27	30	21	20	20	23
Status Socioeconómico												
Familiar												
Alto, Medio alto	41	30	31	31	34	40	42	42	39	32	39	34
Medio	38	34	40	36	37	33	39	37	36	36	36	40
Medio bajo	36	30	34	34	27	34	33	28	36	31	32	31
Bajo	28	11	50	28	26	16	41	23	5	32	29	28
Clientes de												
Bancos	32	30	34	30	32	38	40	36	33	37	34	37
Cajas	40	32	36	33	33	35	38	37	36	34	37	34

Cuadro 4.1.11.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Muy Satisfecho	27	21	20	21	22	30	18	19	16	18	26	29
Algo Satisfecho	59	65	69	62	64	58	70	68	71	69	64	62
Nada Satisfecho	5	8	5	10	8	8	6	6	7	7	6	4
NS/NC	9	6	5	8	6	4	6	6	7	6	4	5
ISUE	122	113	115	111	114	123	111	113	109	111	120	125

Cuadro 4.1.12.

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

MARZO 2006	Total	Muy Satisfecho	Algo Satisfecho	Nada Satisfecho	Ns/Nc	INDICE
TOTAL	(1200)	29%	62	4	5	125
Edad:						
18 a 29 años	(277)	32%	58	5	5	127
30 a 49 años	(441)	29%	63	4	4	126
50 a 64 años	(233)	31%	63	2	4	129
65 y más años	(249)	22%	64	5	8	117
Posición Social:						
Baja	(402)	24%	66	3	6	121
Media	(616)	30%	60	5	5	125
Alta	(182)	34%	60	2	3	132
Ideología:						
Izquierda	(506)	29%	62	4	5	125
Centro	(290)	22%	70	2	5	120
Derecha	(184)	35%	59	5	2	130
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(433)	35%	57	5	3	131
Medio	(580)	27%	64	3	5	124
Medio Bajo/Bajo	(187)	19%	69	4	9	115
Nacionalismo:						
Más nacionalista	(226)	27%	61	7	5	120
Tan nacionalista como español	(631)	28%	63	3	6	124
Más español	(313)	32%	61	3	3	130
Práctica Religiosa:						
Alta	(213)	31%	62	4	4	127
Media	(178)	26%	68	2	5	124
Baja	(730)	28%	62	5	6	124
Recuerdo de Voto:						
PP	(233)	34%	62	3	1	131
PSOE	(436)	32%	61	3	4	129
IU	(32)	16%	62	3	19	113
Nacionalista derecha	(52)	18%	72	2	8	116
Nacionalista izquierda	(11)	46%	54	-	-	146
Otros, en blanco	(48)	21%	64	13	2	109
No votó	(244)	24%	64	4	8	120
No sabe	(11)	18%	45	9	28	109
No contesta	(133)	25%	60	7	8	119
Cientes de:						
Bancos	(287)	38%	54	4	4	135
Cajas	(910)	28%	63	4	5	123

4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES

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

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

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

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

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

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

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

Este mes se ha preguntado por la imagen de cuatro instituciones o grupos sociales, las cuatro son fijas (Fuerzas Armadas, Bancos, Gobierno de la Nación y Corona). En los Cuadros 4.2.2. a 4.2.4. se ofrecen los datos para estas cuatro 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 todos los casos este mes, lo cual es un buen indicador de integración política e identificación con el sistema, ya que significa que casi la totalidad de la población española se siente suficientemente capacitada e interesada como para opinar sobre las instituciones y grupos políticos y sociales fundamentales.
- La valoración de las instituciones citadas es también, en general, bastante aceptable, puesto que, si se utiliza 6,0 puntos como límite para diferenciar entre una valoración alta o media, y 4,5 como límite entre una valoración media y baja, se comprueba que este mes ningún grupo social ha sido valorado por debajo de los 4,5.
- La valoración de las cuatro instituciones fijas este mes es similar a la del mes anterior, de manera que el ranking de este mes es el siguiente: La Corona (6,6 en una escala de 0 a 10 puntos), las Fuerzas Armadas (5,9), el Gobierno de la Nación (5,6) y los Bancos (5,1 puntos en una escala de 0 a 10 puntos). Por comparación con las valoraciones que estas instituciones recibieron en meses pasados, se observa unas puntuaciones similares en la valoración de todas ellas, lo que sugiere una fuerte estabilidad de la opinión pública en lo que respecta a su actitud hacia estas instituciones.

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

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

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

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

- La edad tiene cierta relación con la valoración de instituciones y grupos, aunque esa relación no es siempre igual, dependiendo en gran medida de la institución valorada. En efecto, se observa que, en líneas generales, cuanto más alta es la edad, más alta es la valoración promedio asignada a casi todas las instituciones fijas.
- La posición social sí parece constituir un buen instrumento explicativo predictivo. En efecto, se observa una pauta bastante regular en el sentido de que la valoración suele ser más baja cuanto más alta es la posición social. En general, por tanto, el "centro social" es más crítico que la "periferia" respecto a la valoración de instituciones y grupos sociales.
- La ideología ofrece pautas muy dispares para las diferentes instituciones, lo que significa que esta variable lleva a los entrevistados a discriminar más minuciosamente entre institución e institución. Aunque este mes, se observa que la valoración de todas las instituciones es más alta entre los de derecha y más baja entre los de izquierda, para todas las instituciones, excepto para el Gobierno de la Nación.

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

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

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

Se observa que la mayoría de los entrevistados se sienten satisfechos o muy satisfechos con el funcionamiento de la democracia en España, y sólo un 12% se consideran este mes insatisfechos o muy insatisfechos. El índice se calcula mediante la diferencia entre los satisfechos y los insatisfechos (sumando 100 para estandarizar), por lo que 100 se considera el nivel de equilibrio. El nivel de satisfacción de este mes es ligeramente superior al del mes pasado. Además, la satisfacción con el funcionamiento de la democracia parece ser una cuestión poco controvertida.

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

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

El ISG, este mes, se sitúa por 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 ligeramente superior al del mes pasado, y es el segundo valor más bajo de los últimos doce meses.

Este mes el 46% de los españoles están satisfechos (en mayor o menor medida) con la labor que realiza el Gobierno, y el 31% 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 de “otros” partidos se muestran este mes algo insatisfechos con el Gobierno.

Cuadro 4.2.1.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
- Las Fuerzas Armadas	100	100	99	100	100	100	100	99	100	100	100	100
- Los Bancos	100	100	99	99	100	100	100	100	100	100	100	100
- El Gobierno de la Nación	100	100	99	99	100	100	100	100	100	100	100	100
- La Corona	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100
- El Tribunal Constitucional	-	95	-	94	-	-	-	-	-	-	96	-
- El Tribunal Supremo	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-	96	-
- La CEOE	81	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- CCOO	94	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- UGT	97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Partidos Políticos	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Defensor del Pueblo	-	-	-	97	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Senado	-	-	-	96	-	-	-	-	-	-	98	-
- El Congreso de los Diputados	-	-	-	96	-	-	-	-	-	-	98	-
- Los Sindicatos	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Iglesia Católica	-	100	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	-	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-
- Su Ayuntamiento	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-
- La Guardia Civil	-	-	-	-	-	100	100	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	96	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	100	-	-	-	100	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	-	-	99	99	-	-	-
- La Unión Europea	98	-	99	-	-	-	-	99	99	99	-	-
- La OTAN	-	-	97	-	-	-	-	-	-	96	-	-
- La ONU	-	-	97	-	-	-	-	-	-	97	-	-
- La Administración Pública del Estado	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Autonómica	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Comisión Europea	-	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-
- La Comisión Parlamentaria que investigó los atentados del 11-M	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Local	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Consejo de Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	94	-
- El Consejo Superior del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95	-

Cuadro 4.2.2.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
- Las Fuerzas Armadas	93	93	93	94	94	96	96	95	96	94	93	92
- Los Bancos	94	95	94	94	95	97	97	96	96	95	94	93
- El Gobierno de la Nación	94	95	95	96	95	97	96	96	96	96	96	94
- La Corona	95	96	96	97	97	97	97	96	98	96	96	95
- El Tribunal Constitucional	-	85	-	83	-	-	-	-	-	-	81	-
- El Tribunal Supremo	-	87	-	-	-	-	-	-	-	-	81	-
- La CEOE	66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- CCOO	81	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- UGT	84	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Partidos Políticos	-	-	-	94	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Defensor del Pueblo	-	-	-	88	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Senado	-	-	-	87	-	-	-	-	-	-	85	-
- El Congreso de Diputados	-	-	-	88	-	-	-	-	-	-	88	-
- Los Sindicatos	-	-	-	91	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Iglesia Católica	-	95	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	-	-	86	-	-	-	-	-	-	-	-
- Su Ayuntamiento	-	-	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	97	-	-	-	-	-
- La Guardia Civil	-	-	-	-	-	97	97	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	89	-	-	-	-	96	-	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	94	-	-	-	96	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	99	-	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	-	-	94	96	-	-	-
- La Unión Europea	92	-	93	-	-	-	-	94	94	92	-	-
- La OTAN	-	-	87	-	-	-	-	-	-	85	-	-
- La ONU	-	-	90	-	-	-	-	-	-	88	-	-
- La Administración Pública del Estado	-	90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Autonómica	-	90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Comisión Europea	-	-	-	-	87	-	-	-	-	-	-	-
- La Comisión Parlamentaria que investigó los atentados del 11-M	-	-	-	-	88	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Local	-	91	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Consejo de Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	76	-
- El Consejo Superior del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	79	-

Cuadro 4.2.3.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
- Las Fuerzas Armadas	5,3	5,5	5,4	5,4	5,2	5,9	5,8	5,8	5,8	5,7	5,7	5,9
- Los Bancos	4,7	4,8	4,9	4,7	4,5	4,7	4,7	5,0	4,7	4,8	4,8	5,1
- El Gobierno de la Nación	5,4	5,4	5,4	5,3	5,0	5,2	5,1	5,4	4,7	5,2	5,0	5,3
- La Corona	6,4	6,2	6,5	6,2	6,4	6,5	6,6	6,5	6,5	6,4	6,4	6,6
- El Tribunal Constitucional	-	5,4	-	5,5	-	-	-	-	-	-	5,5	-
- El Tribunal Supremo	-	5,4	-	-	-	-	-	-	-	-	5,4	-
- La CEOE	4,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- CCOO	5,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- UGT	4,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Partidos Políticos	-	-	-	4,5	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Defensor del Pueblo	-	-	-	5,6	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Senado	-	-	-	5,1	-	-	-	-	-	-	5,1	-
- El Congreso de los Diputados	-	-	-	5,1	-	-	-	-	-	-	5,3	-
- Los Sindicatos	-	-	-	4,6	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Iglesia Católica	-	5,4	-	4,6	-	-	-	-	-	-	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	-	-	4,7	-	-	-	-	-	-	-	-
- Su Ayuntamiento	-	-	-	5,3	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	6,0	-	-	-	-	-
- La Guardia Civil	-	-	-	-	-	6,0	5,8	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	5,0	-	-	-	-	5,0	-	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	4,1	-	-	-	3,9	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	6,8	-	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	-	-	6,7	6,6	-	-	-
- La Unión Europea	5,9	-	6,1	-	-	-	-	6,1	6,1	6,1	-	-
- La OTAN	-	-	4,9	-	-	-	-	-	-	5,1	-	-
- La ONU	-	-	5,6	-	-	-	-	-	-	5,8	-	-
- La Administración Pública del Estado	-	5,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Autonómica	-	5,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Comisión Europea	-	-	-	-	4,8	-	-	-	-	-	-	-
- La Comisión Parlamentaria que investigó los atentados del 11-M	-	-	-	-	4,5	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Local	-	5,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Consejo de Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,2	-
- El Consejo Superior del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,1	-

Cuadro 4.2.4.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
- Las Fuerzas Armadas	43	39	42	42	44	44	41	41	40	42	42	42
- Los Bancos	40	40	43	44	45	47	45	39	44	42	43	41
- El Gobierno de la Nación	42	42	43	46	47	48	46	44	54	47	51	47
- La Corona	40	45	41	47	42	45	43	41	42	42	42	41
- El Tribunal Constitucional	-	34	-	35	-	-	-	-	-	-	37	-
- El Tribunal Supremo	-	36	-	-	-	-	-	-	-	-	39	-
- La CEOE	39	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- CCOO	39	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- UGT	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Partidos Políticos	-	-	-	47	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Defensor del Pueblo	-	-	-	36	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Senado	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-	37	-
- El Congreso de los Diputados	-	-	-	40	-	-	-	-	-	-	37	-
- Los Sindicatos	-	-	-	49	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Iglesia Católica	-	52	-	65	-	-	-	-	-	-	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	-	-	44	-	-	-	-	-	-	-	-
- Su Ayuntamiento	-	-	-	45	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	39	-	-	-	-	-
- La Guardia Civil	-	-	-	-	-	44	44	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	41	-	-	-	-	43	-	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	52	-	-	-	58	-	-	-
- Los Médicos	-	-	-	-	-	-	-	-	30	-	-	-
- La Constitución	-	-	-	-	-	-	-	29	30	-	-	-
- La Unión Europea	33	-	31	-	-	-	-	30	31	32	-	-
- La OTAN	-	-	45	-	-	-	-	-	-	42	-	-
- La ONU	-	-	37	-	-	-	-	-	-	35	-	-
- La Administración Pública del Estado	-	35	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Autonómica	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Comisión Europea	-	-	-	-	41	-	-	-	-	-	-	-
- La Comisión Parlamentaria que investigó los atentados del 11-M	-	-	-	-	53	-	-	-	-	-	-	-
- La Administración Local	-	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Consejo de Estado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-
- El Consejo Superior del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-

Cuadro 4.2.5.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales.

MARZO 2005 – MARZO 2006

CONOCIMIENTO	VALORACIÓN		
	ALTA (+6,0)	MEDIA (4,5-6,0)	BAJA (-4,5)
Alto (+85%)	La Corona La ONCE La Constitución Cáritas Los Médicos La Cruz Roja La Unión Europea	El Gobierno de la Nación Los Bancos Las Fuerzas Armadas El Defensor del Pueblo Su Ayuntamiento La Administración Autonómica Los Sindicatos Los Partidos Políticos La OTAN El Senado El Congreso de los Diputados La ONU La Policía Nacional La Administración Local La Iglesia Católica Las Organizaciones Empresariales La Comisión Europea Los Tribunales de Justicia La Administración Pública del Estado La Comisión Parlamentaria que investigó los atentados del 11-M La Guardia Civil	Los Políticos
Medio (70-85%)		El Tribunal Supremo CCOO UGT El Tribunal Constitucional El Consejo de Estado El Consejo Superior del Poder Judicial	
Bajo (-70%)		La CEOE	

Cuadro 4.2.6.

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

MARZO 2005 - MARZO 2006

CONOCIMIENTO	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	ALTA (+65%)	MEDIA (50-65%)	BAJA (-50%)
Alto (+85%)		La Iglesia Católica Los Políticos La Comisión Parlamentaria que investigó los atentados del 11-M	La Corona La Policía Nacional La Guardia Civil La ONCE Cáritas Los Médicos Su Ayuntamiento Los Bancos La OTAN La Cruz Roja La Constitución La Unión Europea Las Fuerzas Armadas La Administración Pública del Estado El Defensor del Pueblo La ONU El Gobierno de la Nación Los Sindicatos La Administración Local El Senado El Congreso de los Diputados La Administración Autonómica Los Partidos Políticos Las Organizaciones Empresariales Los Tribunales de Justicia La Comisión Europea
Medio (70-85%)			El Consejo de Estado CCOO El Tribunal Supremo UGT El Tribunal Constitucional El Consejo Superior del Poder Judicial
Bajo (-70%)			La CEOE

Cuadro 4.2.7.

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

MARZO 2005 - MARZO 2006

VALORACION	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	ALTA (+65%)	MEDIA (50-65%)	BAJA (-50%)
Alta (+6,0)			La Corona La ONCE La OTAN Cáritas Los Médicos La Constitución La Cruz Roja La Unión Europea
Media (4,5-6,0)		La Iglesia Católica La Comisión Parlamentaria que investigó los atentados del 11-M	La Guardia Civil El Tribunal Constitucional El Tribunal Supremo La Administración Pública del Estado El Senado El Defensor del Pueblo El Gobierno de la Nación La Policía Nacional Su Ayuntamiento Los Bancos CCOO El Congreso de los Diputados Las Organizaciones Empresariales La CEOE Las Fuerzas Armadas La Administración Local Los Sindicatos UGT Los Tribunales de Justicia La ONU La Administración Autonómica Los Partidos Políticos La Comisión Europea El Consejo Superior del Poder Judicial El Consejo de Estado
Baja (-4,5)		Los Políticos	

Cuadro 4.2.8.

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

MARZO 2006	Total	Fuerzas Armadas	Los Bancos	El Gobierno de la Nación	La Corona
TOTAL	(1200)	5,9	5,1	5,3	6,6
Edad:					
18 a 29 años	(277)	5,3	5,1	5,1	5,7
30 a 49 años	(441)	5,7	5,0	5,2	6,3
50 a 64 años	(233)	6,5	5,3	5,5	7,2
65 y más años	(249)	6,5	5,4	5,7	7,3
Posición Social:					
Baja	(402)	6,4	5,3	5,6	7,2
Media	(616)	5,8	5,1	5,2	6,4
Alta	(182)	5,4	4,9	5,4	5,7
Ideología:					
Izquierda	(506)	5,4	5,0	6,2	6,1
Centro	(290)	6,3	5,3	5,0	6,8
Derecha	(184)	6,4	5,5	3,7	7,2
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	(433)	5,6	5,0	5,1	6,0
Medio	(580)	6,0	5,2	5,4	6,9
Medio Bajo/Bajo	(187)	6,4	5,4	5,7	6,9
Recuerdo de Voto:					
PP	(233)	6,6	5,5	3,8	7,5
PSOE	(436)	6,0	5,0	6,4	6,7
IU	(32)	4,0	4,3	6,1	3,8
Nacionalistas derecha	(52)	5,1	5,0	5,6	5,7
Nacionalistas izquierda	(11)	3,5	5,0	5,5	3,2
Otros, en blanco	(48)	5,5	5,1	4,6	5,4
No votó	(244)	5,6	5,0	4,9	6,1
No sabe	(11)	6,9	6,3	6,5	8,2
No contesta	(133)	6,3	5,3	5,1	6,4
Clientes de:					
Bancos	(287)	6,1	5,3	5,2	6,6
Cajas	(910)	5,8	5,1	5,3	6,5

Cuadro 4.2.9.

Ranking de Notoriedad

MARZO 2005 - MARZO 2006

	%Opinan
1. Los Médicos	99
2. La Policía Nacional	97
3. La Guardia Civil	97
4. La Cruz Roja	97
5. La ONCE	97
6. La Corona	96
7. La Iglesia Católica	96
8. Cáritas	96
9. Su Ayuntamiento	96
10. El Gobierno de la Nación	96
11. Los Políticos	95
12. Los Bancos	95
13. La Constitución	95
14. Las Fuerzas Armadas	94
15. Los Partidos Políticos	94
16. La Unión Europea	93
17. Los Tribunales de Justicia	92
18. La Administración Local	91
19. Los Sindicatos	91
20. La Administración Autonómica	90
21. La Administración Pública del Estado	90
22. La ONU	89
23. El Congreso de los Diputados	88
24. El Defensor del Pueblo	88
25. La Comisión Parlamentaria que investigó los atentados del 11-M	88
26. La Comisión Europea	87
27. La OTAN	86
28. El Senado	86
29. Las Organizaciones Empresariales	86
30. El Tribunal Supremo	84
31. UGT	84
32. El Tribunal Constitucional	83
33. CCOO	81
34. El Consejo Superior del Poder Judicial	79
35. El Consejo de Estado	76
36. La CEOE	66

Cuadro 4.2.10.

Ranking de Valoración

MARZO 2005 – MARZO 2006

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

Cuadro 4.2.11.

Ranking de Dispersión Opinática

MARZO 2005 - MARZO 2006

	% Dispersión Opinática (s/x) 100
1. La Cruz Roja	27
2. La ONCE	28
3. La Constitución	30
4. Los Médicos	30
5. La Unión Europea	31
6. Cáritas	32
7. El Tribunal Constitucional	35
8. La Administración Pública del Estado	35
9. El Defensor del Pueblo	36
10. La ONU	36
11. El Consejo de Estado	36
12. El Tribunal Supremo	38
13. El Congreso de los Diputados	38
14. El Senado	38
15. La Administración Autonómica	38
16. La Policía Nacional	39
17. La CEOE	39
18. CCOO	39
19. La Administración Local	40
20. UGT	40
21. El Consejo Superior del Poder Judicial	40
22. La Comisión Europea	41
23. Las Fuerzas Armadas	42
24. Los Tribunales de Justicia	42
25. Los Bancos	43
26. La Corona	43
27. La OTAN	44
28. La Guardia Civil	44
29. Las Organizaciones Empresariales	44
30. Su Ayuntamiento	45
31. El Gobierno de la Nación	46
32. Los Partidos Políticos	47
33. Los Sindicatos	49
34. La Comisión Parlamentaria que investigó los atentados del 11-M	53
35. Los Políticos	55
36. La Iglesia Católica	58

Cuadro 4.2.12.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Muy Satisfecho	7	3	5	6	3	7	3	3	2	4	5	5
Satisfecho	68	68	71	69	70	65	69	68	68	63	66	71
Indiferente	11	17	12	12	14	12	14	14	16	12	12	11
Insatisfecho	9	8	8	11	10	13	10	10	11	11	12	10
Muy Insatisfecho	1	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2
NS/NC	3	2	2	1	2	1	2	1	1	8	2	1
ISD	165	161	166	162	162	158	161	159	157	154	157	164
% Opinan	97	98	98	99	98	99	98	99	99	92	98	99
Valoración Media	3,7	3,6	3,7	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6
% Discrepancia	21	22	22	23	23	25	23	24	24	24	24	23

Cuadro 4.2.13.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total ISD	165	161	166	162	162	158	161	159	157	154	157	164
Edad												
18 a 29 años	156	162	164	162	159	156	161	159	157	151	155	166
30 a 49 años	166	163	170	162	163	158	161	159	160	158	160	163
50 a 64 años	171	160	165	164	166	152	157	162	159	152	158	163
65 y más años	170	158	163	159	159	166	164	158	153	151	153	164
Posición Social												
Baja	168	160	161	159	157	154	163	159	157	151	153	165
Media	162	160	168	164	162	160	159	158	151	152	158	162
Alta	169	168	171	163	171	161	162	164	181	164	162	167
Ideología												
Izquierda	174	173	178	174	176	171	170	168	168	164	170	172
Centro	168	168	168	160	163	162	162	167	166	161	159	171
Derecha	155	147	152	152	139	154	152	143	130	138	140	143
Status Socioeconómico												
Familiar												
Alto	163	166	171	172	168	164	163	158	153	157	159	164
Medio	167	158	166	159	162	156	161	161	161	154	153	165
Medio bajo	168	159	161	152	149	150	154	160	158	147	164	158
Bajo	167	162	110	123	136	156	170	156	153	132	143	172
Recuerdo de Voto												
PP	166	151	152	153	149	153	152	150	138	142	141	145
PSOE	179	174	183	174	179	173	174	176	175	166	176	181
IU	139	173	125	167	162	147	141	128	138	127	147	156
Nac. Derecha	162	165	163	168	165	175	160	163	155	170	169	177
Nac. Izquierda	170	168	155	160	150	138	154	181	162	162	153	146
Otro. en blanco	127	146	140	133	159	125	153	137	162	144	149	156
No votó	147	152	161	150	149	144	150	154	141	147	139	152
NS/NC	159	150	152	153	140	145	157	146	160	144	153	161
Clientes de												
Bancos	158	159	174	165	167	163	163	156	152	158	160	157
Cajas	168	162	166	164	162	160	162	162	160	154	157	164

Cuadro 4.2.14.

Indice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG)

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Muy Satisfecho	6	4	6	6	5	5	4	4	4	4	4	3
Algo Satisfecho	52	50	52	50	51	48	44	49	46	44	42	43
Indiferente	19	22	18	16	17	20	21	20	20	19	19	21
Algo Insatisfecho	16	18	14	18	18	18	21	19	18	22	23	24
Muy Insatisfecho	4	6	9	8	8	7	9	7	11	10	10	7
NS/NC	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	3
ISG	138	130	134	129	130	129	118	127	121	116	113	115
% Opinan	98	98	99	99	98	99	98	99	99	98	99	97
Valoración Media	3,4	3,3	3,3	3,3	3,3	3,2	3,1	3,2	3,1	3,1	3,1	3,1
% Discrepancia	30	31	34	34	34	33	35	33	36	36	37	35

Cuadro 4.2.15.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total ISG	138	130	134	129	130	129	118	127	121	116	113	115
Edad:												
- 30 años	141	135	138	127	133	126	127	128	123	116	121	122
30-49 años	135	133	127	133	133	130	113	125	123	113	107	112
50-64 años	139	120	136	133	129	128	114	128	112	113	113	111
65 y más años	139	129	138	122	124	130	119	127	123	123	115	115
Posición Social												
Baja	142	129	139	131	126	126	117	128	127	122	116	114
Media	137	129	136	129	132	129	121	126	113	111	113	114
Alta	132	136	116	126	133	134	108	124	137	118	107	120
Ideología												
Izquierda	166	164	176	167	174	169	153	161	162	155	153	154
Centro	131	124	113	113	120	112	110	124	114	105	107	105
Derecha	87	68	68	58	47	64	52	52	45	52	44	35
Status Socioeconómico												
Familiar												
Alto	133	137	128	133	133	133	116	126	116	108	107	109
Medio alto	140	126	140	128	135	126	120	128	127	121	118	119
Medio Bajo	144	129	131	124	113	128	117	124	112	117	117	112
Bajo	119	100	104	129	119	108	114	130	148	113	114	124
Recuerdo de Voto												
PP	88	65	57	58	53	62	42	59	45	45	40	42
PSOE	178	173	179	173	178	173	160	171	169	158	161	159
IU	119	157	141	151	152	114	96	124	123	133	135	159
Nac. Derecha	124	142	158	137	154	150	131	141	146	145	167	134
Nac. Izquierda	159	94	146	139	150	125	123	172	123	167	120	111
Otros. en blanco	93	107	102	95	117	93	99	86	92	100	81	87
No votó	117	111	124	110	113	115	107	121	108	107	95	108
NS/NC	136	122	120	112	117	121	118	113	113	100	107	101
Clientes de												
Bancos	127	128	124	125	120	129	111	120	114	109	104	106
Cajas	141	132	135	130	134	130	118	131	121	118	116	116

4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS

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

Los líderes de los dos principales partidos políticos son conocidos por una gran mayoría de los entrevistados. Más del 90% opinan este mes sobre José M^a Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero, Mariano Rajoy y el Rey Juan Carlos, más del 80% califican a Gaspar Llamazares y Felipe González y alrededor de la mitad de la muestra dan su valoración a Ángela Merkel. De los datos que se presentan en los Cuadros 4.3.2. a 4.3.4., en los cuales se incluyen todos los líderes por los que se ha preguntado durante el último año, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- a. El grado de conocimiento de los líderes es, en general, inferior al de las instituciones o grupos sociales.
- b. Entre los líderes fijos, más del 90% de los entrevistados suelen opinar sobre José M^a Aznar, Felipe González y José Luis Rodríguez Zapatero y alrededor del 80% califican a Gaspar Llamazares. El porcentaje de los que opinan sobre otros personajes públicos varía mucho de unos a otros.
- c. En cuanto a la imagen de personajes públicos, el ranking de valoración de este mes es el siguiente: El Rey Juan Carlos recibe la valoración más alta este mes (7,0 puntos en una escala de 0 a 10), y Felipe González (5,3) vuelve a superar por cuarto mes consecutivo a Rodríguez Zapatero (5,0) seguidos por Ángela Merkel (4,7), Gaspar Llamazares (3,8), Mariano Rajoy (3,7) y Aznar (3,5). Este mes Rajoy disminuye su valoración respecto al mes pasado, y Rodríguez Zapatero aumenta la diferencia con él, superándole en 1,3 puntos, pero José M^a Aznar se sitúa por debajo de Rajoy en 0,2 puntos también, manteniendo las diferencias de los últimos meses.
- d. En cuanto a la diversidad opinática, es decir, al grado en que las valoraciones de cada personaje están muy concentradas alrededor de la media, o por el contrario, muy dispersas (valoraciones muy altas y muy bajas), se comprueba que la

dispersión es en general más alta que la de las instituciones, y se observa que este mes los líderes políticos que tienen una imagen realmente controvertida son José M^a Aznar y Mariano Rajoy.

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

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

- a. Parece existir una relación entre la edad y la valoración de personajes públicos en general. Es frecuente que la valoración sea más alta en los grupos de más edad.
- b. La posición social y el status socioeconómico no presentan en general una pauta definida de valoración, (lo que indica que cada líder es más o menos preferido por los de uno u otro nivel social). No obstante, se suele observar una relación negativa entre las valoraciones y la posición social y el status socioeconómico familiar (aunque no es una pauta general).
- c. La ideología, sin embargo, es la variable que parece explicar mejor, y más coherentemente, las diferentes pautas de valoración. Las valoraciones de José M^a Aznar, Mariano Rajoy, el Rey Juan Carlos y Ángela Merkel son más altas cuanto más a la derecha se posiciona el entrevistado, mientras que las de González, Rodríguez Zapatero y Gaspar Llamazares son más altas cuanto más a la izquierda se posiciona el entrevistado.

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

Cuadro 4.3.1.

Porcentaje de Conocimiento de Personajes Públicos.

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Felipe González	100	100	100	100	99	99	99	99	99	100	100	100
José M ^a Aznar	99	100	98	100	100	99	100	99	100	100	100	100
José Luis Rodríguez Zapatero	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Gaspar Llamazares	91	93	89	90	93	92	91	86	93	93	93	94
Príncipe Felipe	-	-	-	100	-	-	-	100	-	-	-	-
Princesa Letizia	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-
El Rey Juan Carlos	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
El Papa Juan Pablo II	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Papa Benedicto XVI	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-
Esperanza Aguirre	-	-	-	-	-	-	-	-	91	-	-	-
Mariano Rajoy	99	99	98	99	99	99	99	98	99	100	99	99
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-
George W. Bush	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jacques Chirac	85	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tony Blair	86	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gerard Schröder	79	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Romano Prodi	71	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kofi Annan	73	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vladimir Putin	76	88	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fidel Castro	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hugo Chávez	-	89	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Bono	-	-	92	94	-	94	-	-	87	97	97	-
Juan Carlos Rodríguez Ibarra	-	-	-	-	-	86	-	83	-	-	89	-
Alberto Ruíz Gallardón	-	-	-	-	92	-	-	-	90	-	-	-
Eduardo Zaplana	-	-	-	-	-	-	-	-	90	-	-	-
Leopoldo Calvo Sotelo	-	91	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Antonio Alonso	-	-	59	-	-	62	-	-	61	-	-	-
M ^a Jesús San Segundo	-	-	56	-	-	-	-	-	53	-	-	-
Miguel Ángel Moratinos	-	-	76	-	-	-	-	-	77	-	-	-
Pedro Solbes	-	-	74	-	-	-	-	-	71	-	-	-
M ^a Teresa Fernández de la Vega	-	-	75	-	-	-	-	-	79	-	-	-
Carmen Calvo	-	-	59	-	-	-	-	-	54	-	-	-
Juan Fernando López Aguilar	-	-	57	-	-	-	-	-	55	-	-	-
María Antonia Trujillo	-	-	60	-	-	-	-	-	56	-	-	-
Ángel Acebes	-	-	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-
Josep Piqué	-	-	-	-	-	-	-	-	84	-	88	-
Juan José Ibarretxe	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91	-
Angela Merkel	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	70
Carod Rovira	-	-	-	88	-	-	-	86	-	-	-	-
Pascual Maragall	-	-	-	91	-	-	-	90	-	-	-	-
Arnaldo Otegui	-	-	-	86	-	-	-	-	-	-	87	-
Patxi López	-	-	-	-	71	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Fraga	-	-	-	-	99	98	-	-	-	-	-	-
Alfonso Guerra	-	-	-	-	98	-	-	-	-	-	95	-
Durao Barroso	-	-	-	-	60	-	-	-	-	-	-	-
Emilio Pérez Touriño	-	-	-	-	68	-	-	-	-	-	-	-
José Montilla	-	-	-	-	-	59	-	-	61	-	-	-
Jordi Sevilla	-	-	-	-	-	57	-	-	56	-	-	-
Jesús Caldera	-	-	-	-	-	-	-	-	69	-	-	-
Cristina Narbona	-	-	-	-	-	-	-	-	58	-	-	-
Magdalena Álvarez	-	-	-	-	-	-	-	-	51	-	-	-
Elena Salgado	-	-	-	-	-	-	-	-	52	-	-	-
Elena Espinosa	-	-	-	-	-	-	-	-	50	-	-	-
Javier Arenas	-	-	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-
Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	89	-	-
Manuel Chaves	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92	-
Artur Mas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-
Teniente Coronel Mena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77	-
Adolfo Suárez	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Cuadro 4.3.2.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
- Felipe González	93	92	91	95	92	92	93	92	93	94	91	89
- José M ^a Aznar	94	95	92	97	94	94	95	95	94	95	94	92
- José Luis Rodríguez Zapatero	96	95	94	97	95	95	96	96	95	97	95	93
- Gaspar Llamazares	83	84	79	83	84	82	83	77	84	84	82	80
- Príncipe Felipe	-	-	-	97	-	-	-	96	-	-	-	-
- Princesa Letizia	-	94	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95	-	-
- Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	91	-
- El Rey Juan Carlos	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	94
- El Papa Juan Pablo II	-	96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Papa Benedicto XVI	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90	-	-
- Esperanza Aguirre	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-	-	-
- Mariano Rajoy	94	94	92	96	94	94	94	93	94	95	93	92
- Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	96	-	-	-	-	-
- George W. Bush	92	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jacques Chirac	70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Tony Blair	71	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Gerard Schröder	62	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Romano Prodi	54	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Kofi Annan	58	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Vladimir Putin	60	74	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Fidel Castro	-	87	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Hugo Chávez	-	75	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- José Bono	-	-	81	87	-	86	-	-	77	92	90	-
- Juan Carlos Rodríguez Ibarra	-	-	-	-	-	75	-	73	-	-	76	-
- Alberto Ruíz Gallardón	-	-	-	-	82	-	-	-	80	-	-	-
- Eduardo Zaplana	-	-	-	-	-	-	-	-	78	-	-	-
- Leopoldo Calvo Sotelo	-	78	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- José Antonio Alonso	-	-	43	-	-	50	-	-	45	-	-	-
- M ^a Jesús San Segundo	-	-	40	-	-	-	-	-	36	-	-	-
- Miguel Ángel Moratinos	-	-	61	-	-	-	-	-	64	-	-	-
- Pedro Solbes	-	-	60	-	-	-	-	-	57	-	-	-
- M ^a Teresa Fernández de la Vega	-	-	61	-	-	-	-	-	67	-	-	-
- Carmen Calvo	-	-	43	-	-	-	-	-	38	-	-	-
- Juan Fernando López Aguilar	-	-	40	-	-	-	-	-	40	-	-	-
- María Antonia Trujillo	-	-	44	-	-	-	-	-	41	-	-	-
- Ángel Acebes	-	-	-	-	-	-	-	-	75	-	-	-
- Josep Piqué	-	-	-	-	-	-	-	-	74	-	75	-
- Juan José Ibarretxe	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	78	-
- Angela Merkel	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46
- Carod Rovira	-	-	-	78	-	-	-	78	-	-	-	-
- Pascual Maragall	-	-	-	82	-	-	-	81	-	-	-	-
- Arnaldo Otegui	-	-	-	78	-	-	-	-	-	-	75	-
- Patxi López	-	-	-	-	54	-	-	-	-	-	-	-
- Manuel Fraga	-	-	-	-	90	90	-	-	-	-	-	-
- Alfonso Guerra	-	-	-	-	87	-	-	-	-	-	81	-
- Durao Barroso	-	-	-	-	42	-	-	-	-	-	-	-
- Emilio Pérez Touriño	-	-	-	-	48	-	-	-	-	-	-	-
- José Montilla	-	-	-	-	-	46	-	-	46	-	-	-
- Jordi Sevilla	-	-	-	-	-	43	-	-	40	-	-	-
- Jesús Caldera	-	-	-	-	-	-	-	-	54	-	-	-
- Cristina Narbona	-	-	-	-	-	-	-	-	44	-	-	-
- Magdalena Álvarez	-	-	-	-	-	-	-	-	34	-	-	-
- Elena Salgado	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-
- Elena Espinosa	-	-	-	-	-	-	-	-	34	-	-	-
- Javier Arenas	-	-	-	-	-	-	-	-	75	-	-	-
- Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	78	-	-
- Manuel Chaves	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	78	-
- Artur Mas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	63	-
- Teniente Coronel Mena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60	-
- Adolfo Suárez	-	87	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Cuadro 4.3.3.

**Imagen de Personajes Públicos
(Valoración Media)**

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
- Felipe González	5,0	5,1	5,1	5,2	4,8	4,7	5,0	5,2	5,1	5,3	5,1	5,3
- José M ^a Aznar	3,0	3,5	3,6	3,3	3,5	3,3	3,4	3,3	3,2	3,6	3,5	3,5
- José Luis Rodríguez Zapatero	5,4	5,2	5,5	5,2	5,1	5,1	5,0	5,2	4,8	4,9	4,8	5,0
- Gaspar Llamazares	3,6	3,7	3,7	3,6	3,7	3,6	3,8	3,9	3,6	3,9	3,7	3,8
- Príncipe Felipe	-	-	-	6,6	-	-	-	6,7	-	-	-	-
- Princesa Letizia	-	6,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,5	-	-
- Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,2	-
- El Rey Juan Carlos	7,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,0
- El Papa Juan Pablo II	-	6,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Papa Benedicto XVI	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,2	-	-
- Esperanza Aguirre	-	-	-	-	-	-	-	-	3,6	-	-	-
- Mariano Rajoy	3,8	4,0	3,9	3,7	3,9	3,7	3,8	3,8	3,6	3,9	3,8	3,7
- Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	7,3	-	-	-	-	-
- George W. Bush	2,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Jacques Chirac	3,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Tony Blair	3,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Gerard Schröder	4,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Romano Prodi	3,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Kofi Annan	4,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Vladimir Putin	3,3	2,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Fidel Castro	-	2,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Hugo Chávez	-	2,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- José Bono	-	-	5,3	4,7	-	4,6	-	-	5,0	5,0	4,6	-
- Juan Carlos Rodríguez Ibarra	-	-	-	-	-	4,2	-	4,3	-	-	4,2	-
- Alberto Ruíz Gallardón	-	-	-	-	4,8	-	-	-	4,1	-	-	-
- Eduardo Zaplana	-	-	-	-	-	-	-	-	3,2	-	-	-
- Leopoldo Calvo Sotelo	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- José Antonio Alonso	-	-	4,5	-	-	4,3	-	-	4,6	-	-	-
- M ^a Jesús San Segundo	-	-	4,4	-	-	-	-	-	4,0	-	-	-
- Miguel Ángel Moratinos	-	-	4,5	-	-	-	-	-	4,2	-	-	-
- Pedro Solbes	-	-	4,8	-	-	-	-	-	4,7	-	-	-
- M ^a Teresa Fernández de la Vega	-	-	4,9	-	-	-	-	-	4,6	-	-	-
- Carmen Calvo	-	-	4,4	-	-	-	-	-	4,1	-	-	-
- Juan Fernando López Aguilar	-	-	4,6	-	-	-	-	-	4,3	-	-	-
- María Antonia Trujillo	-	-	4,2	-	-	-	-	-	4,0	-	-	-
- Ángel Acebes	-	-	-	-	-	-	-	-	3,2	-	-	-
- Josep Piqué	-	-	-	-	-	-	-	-	3,4	-	3,5	-
- Juan José Ibarretxe	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,4	-
- Angela Merkel	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,7
- Carod Rovira	-	-	-	2,2	-	-	-	2,8	-	-	-	-
- Pascual Maragall	-	-	-	3,2	-	-	-	3,5	-	-	-	-
- Arnaldo Otegui	-	-	-	1,3	-	-	-	-	-	-	1,5	-
- Patxi López	-	-	-	-	3,8	-	-	-	-	-	-	-
- Manuel Fraga	-	-	-	-	3,5	3,3	-	-	-	-	-	-
- Alfonso Guerra	-	-	-	-	4,2	-	-	-	-	-	4,2	-
- Durao Barroso	-	-	-	-	3,9	-	-	-	-	-	-	-
- Emilio Pérez Touriño	-	-	-	-	4,0	-	-	-	-	-	-	-
- José Montilla	-	-	-	-	-	4,0	-	-	4,2	-	-	-
- Jordi Sevilla	-	-	-	-	-	4,0	-	-	4,3	-	-	-
- Jesús Caldera	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3	-	-	-
- Cristina Narbona	-	-	-	-	-	-	-	-	4,2	-	-	-
- Magdalena Álvarez	-	-	-	-	-	-	-	-	4,1	-	-	-
- Elena Salgado	-	-	-	-	-	-	-	-	4,1	-	-	-
- Elena Espinosa	-	-	-	-	-	-	-	-	4,1	-	-	-
- Javier Arenas	-	-	-	-	-	-	-	-	3,3	-	-	-
- Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,9	-	-
- Manuel Chaves	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,0	-
- Artur Mas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,6	-
- Teniente Coronel Mena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,5	-
- Adolfo Suárez	-	5,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Cuadro 4.3.4.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Felipe González	52	52	53	52	54	58	53	50	55	48	51	50
José María Aznar	94	85	88	93	88	90	90	88	93	84	87	89
José Luis Rodríguez Zapatero	47	48	49	53	52	53	51	52	57	53	56	53
Gaspar Llamazares	57	58	58	63	59	59	58	61	65	58	59	61
Príncipe Felipe	-	-	-	40	-	-	-	38	-	-	-	-
Princesa Letizia	-	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	38	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-
El Rey Juan Carlos	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35
El Papa Juan Pablo II	-	41	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Papa Benedicto XVI	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54	-	-
Esperanza Aguirre	-	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-	-
Mariano Rajoy	67	64	70	73	70	72	74	71	76	70	74	76
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	34	-	-	-	-	-
George W. Bush	116	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jacques Chirac	53	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tony Blair	71	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gerard Schröder	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Romano Prodi	54	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kofi Annan	52	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vladimir Putin	63	78	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fidel Castro	-	89	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hugo Chávez	-	85	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Bono	-	-	43	53	-	53	-	-	49	48	50	-
Juan Carlos Rodríguez Ibarra	-	-	-	-	-	56	-	55	-	-	52	-
Alberto Ruíz Gallardón	-	-	-	-	50	-	-	-	66	-	-	-
Eduardo Zaplana	-	-	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-
Leopoldo Calvo Sotelo	-	48	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Antonio Alonso	-	-	45	-	-	53	-	-	52	-	-	-
Mª Jesús San Segundo	-	-	46	-	-	-	-	-	56	-	-	-
Miguel Ángel Moratinos	-	-	49	-	-	-	-	-	57	-	-	-
Pedro Solbes	-	-	44	-	-	-	-	-	51	-	-	-
Mª Teresa Fernández de la Vega	-	-	48	-	-	-	-	-	57	-	-	-
Carmen Calvo	-	-	49	-	-	-	-	-	56	-	-	-
Juan Fernando López Aguilar	-	-	47	-	-	-	-	-	53	-	-	-
María Antonia Trujillo	-	-	55	-	-	-	-	-	60	-	-	-
Ángel Acebes	-	-	-	-	-	-	-	-	84	-	-	-
Josep Piqué	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-	68	-
Juan José Ibarretxe	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98	-
Ángela Merkel	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	43
Carod Rovira	-	-	-	105	-	-	-	87	-	-	-	-
Pascual Maragall	-	-	-	77	-	-	-	70	-	-	-	-
Arnaldo Otegui	-	-	-	160	-	-	-	-	-	-	142	-
Patxi López	-	-	-	-	61	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Fraga	-	-	-	-	83	84	-	-	-	-	-	-
Alfonso Guerra	-	-	-	-	57	-	-	-	-	-	58	-
Durao Barroso	-	-	-	-	54	-	-	-	-	-	-	-
Emilio Pérez Touriño	-	-	-	-	57	-	-	-	-	-	-	-
José Montilla	-	-	-	-	-	56	-	-	57	-	-	-
Jordi Sevilla	-	-	-	-	-	55	-	-	56	-	-	-
Jesús Caldera	-	-	-	-	-	-	-	-	55	-	-	-
Cristina Narbona	-	-	-	-	-	-	-	-	59	-	-	-
Magdalena Álvarez	-	-	-	-	-	-	-	-	57	-	-	-
Elena Salgado	-	-	-	-	-	-	-	-	57	-	-	-
Elena Espinosa	-	-	-	-	-	-	-	-	57	-	-	-
Javier Arenas	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-	-	-
Javier Solana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46	-	-
Manuel Chaves	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58	-
Artur Mas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64	-
Teniente Coronel Mena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	79	-
Adolfo Suárez	-	45	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Cuadro 4.3.5.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

MARZO 2005 – MARZO 2006

CONOCIMIENTO	VALORACION		
	ALTA (+5,5)	MEDIA (4,0-5,5)	BAJA (-4,0)
Alto (+70%)	Reina D ^a Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Princesa Letizia El Papa Juan Pablo II	Felipe González Juan Carlos Rodríguez Ibarra Alberto Ruíz Gallardón José Bono Leopoldo Calvo Sotelo José Luis Rodríguez Zapatero Adolfo Suárez Alfonso Guerra El Papa Benedicto XVI Javier Solana Manuel Chaves	Eduardo Zaplana George W. Bush Juan José Ibarretxe Esperanza Aguirre Javier Arenas Josep Piqué Tony Blair Gaspar Llamazares José M ^a Aznar Ángel Acebes Fidel Castro Hugo Chávez Mariano Rajoy Carod Rovira Manuel Fraga Pascual Maragall Arnaldo Otegui
Medio (50-70%)		Kofi Annan Miguel Ángel Moratinos Pedro Solbes M ^a Teresa Fernández de la Vega Jesús Caldera Gerard Schröder	Jacques Chirac Romano Prodi Vladimir Putin Artur Mas Teniente Coronel Mena Patxi López
Bajo (-50%)		Juan Fernando López Aguilar José Antonio Alonso María Antonia Trujillo Carmen Calvo M ^a Jesús San Segundo Ángela Merkel José Montilla Cristina Narbona Magdalena Álvarez Elena Salgado Elena Espinosa Jordi Sevilla Emilio Pérez Touriño	Durao Barroso

Cuadro 4.3.6.

**Conocimiento e Imagen Controvertida de
Personajes Públicos**

MARZO 2005 - MARZO 2006

CONOCIMIENTO	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	ALTA (+65%)	MEDIA (50-65%)	BAJA (-50%)
Alto (+70%)	Mariano Rajoy George W. Bush Tony Blair Eduardo Zaplana Manuel Fraga José M ^a Aznar Fidel Castro Carod Rovira Juan José Ibarretxe Hugo Chávez Josep Piqué Esperanza Aguirre Ángel Acebes Pascual Maragall Javier Arenas Arnaldo Otegui	Felipe González Juan Carlos Rodríguez Ibarra Alberto Ruíz Gallardón Gaspar Llamazares Alfonso Guerra José Luis Rodríguez Zapatero El Papa Benedicto XVI Manuel Chaves	Reina D ^a Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena José Bono Princesa Letizia Leopoldo Calvo Sotelo Adolfo Suárez El Papa Juan Pablo II Javier Solana
Medio (50-70%)	Vladimir Putin Teniente Coronel Mena	Kofi Annan Jacques Chirac Gerard Schröder Romano Prodi M ^a Teresa Fernández de la Vega Patxi López Jesús Caldera Artur Mas Miguel Ángel Moratinos	Pedro Solbes
Bajo (-50%)		M ^a Jesús San Segundo Carmen Calvo María Antonia Trujillo Duraó Barroso Juan Fernando López Aguilar José Montilla José Antonio Alonso Cristina Narbona Magdalena Álvarez Elena Salgado Elena Espinosa Jordi Sevilla Emilio Pérez Touriño	Ángela Merkel

Cuadro 4.3.7.

**Valoración e Imagen Controvertida de
Personajes Públicos**

MARZO 2005 - MARZO 2006

VALORACION	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	ALTA (+65%)	MEDIA (50-65%)	BAJA (-50%)
Alta (+5,5)			Reina D ^a Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Princesa Letizia El Papa Juan Pablo II Adolfo Suárez
Media (4,0-5,5)		Felipe González Kofi Annan Magdalena Álvarez Alberto Ruíz Gallardón María Antonia Trujillo Alfonso Guerra Juan Carlos Rodríguez Ibarra José Montilla Jordi Sevilla Jesús Caldera Cristina Narbona Elena Salgado Elena Espinosa Carmen Calvo Juan Fernando López Aguilar M ^a Teresa Fernández de la Vega El Papa Benedicto XVI Gerard Schröder José Luis Rodríguez Zapatero Miguel Ángel Moratinos Manuel Chaves M ^a Jesús San Segundo José Antonio Alonso	Pedro Solbes Leopoldo Calvo Sotelo José Bono Javier Solana Ángela Merkel
Baja (-4,0)	Tony Blair Manuel Fraga George W. Bush Josep Piqué Arnaldo Otegui Ángel Acebes Juan José Ibarretxe Esperanza Aguirre Vladimir Putin Fidel Castro Mariano Rajoy Hugo Chávez Eduardo Zaplana Carod Rovira Javier Arenas Pascual Maragall Teniente Coronel Mena José M ^a Aznar	Emilio Pérez Touriño Gaspar Llamazares Romano Prodi Jacques Chirac Patxi López Duraó Barroso Artur Mas	

Cuadro 4.3.8.

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

MARZO 2006	TOTAL	El Rey Juan Carlos	Felipe González	Mariano Rajoy	Gaspar Llamazares	J.L. Rodríguez Zapatero	Angela Merkel	José María Aznar
TOTAL	(1200)	7,0	5,3	3,7	3,8	5,0	4,7	3,5
Edad:								
18 a 29 años	(277)	6,2	4,7	3,1	3,9	5,0	4,3	2,7
30 a 49 años	(441)	7,0	5,2	3,6	3,8	4,8	4,5	3,3
50 a 64 años	(233)	7,5	5,7	4,1	3,8	5,3	5,2	4,0
65 y más años	(249)	7,5	5,5	4,1	3,5	5,3	5,5	4,1
Posición Social:								
Baja	(402)	7,6	5,5	3,9	3,8	5,2	5,0	3,8
Media	(616)	6,8	5,1	3,6	3,7	5,0	4,7	3,4
Alta	(182)	6,5	5,4	3,5	3,8	4,9	4,5	3,2
Ideología:								
Izquierda	(506)	6,6	6,1	2,4	4,5	6,3	4,6	1,9
Centro	(290)	7,2	5,0	4,3	3,7	4,7	5,0	4,0
Derecha	(184)	7,6	3,5	6,4	2,2	2,5	5,0	7,0
Status Socioeconómico Familiar:								
Alto, Medio alto	(433)	6,5	5,0	3,6	3,6	4,7	4,5	3,3
Medio	(580)	7,3	5,3	3,7	3,9	5,2	4,8	3,6
Medio Bajo/Bajo	(187)	7,2	5,8	3,8	3,8	5,4	5,5	3,7
Recuerdo de Voto:								
PP	(233)	7,8	3,5	6,6	2,3	2,6	5,2	7,1
PSOE	(436)	7,2	6,5	2,4	4,3	6,4	4,6	2,0
IU	(32)	5,4	5,5	2,0	6,1	5,5	4,7	1,4
Nacionalista derecha	(52)	5,9	5,2	2,9	4,6	5,7	5,0	2,2
Nacionalista izqda.	(11)	5,2	5,6	-	5,5	5,9	4,5	-
Otros, en blanco	(48)	6,2	4,3	3,3	3,4	4,4	4,9	2,9
No votó	(244)	6,5	4,7	3,4	3,9	4,8	4,5	3,1
No sabe	(11)	7,3	6,9	5,0	3,3	6,4	5,9	5,4
No contesta	(133)	6,9	5,4	4,1	3,5	4,6	4,4	3,9
Cientes de:								
Bancos	(287)	7,1	5,3	3,9	3,8	5,0	5,0	3,7
Cajas	(910)	6,9	5,3	3,6	3,8	5,0	4,6	3,4

Cuadro 4.3.9.

Ranking de Notoriedad de Personajes Públicos.

MARZO 2005 – MARZO 2006	% que Opinan
1. Príncipe Felipe	96
2. Reina Dña. Sofía	96
3. El Papa Juan Pablo II	96
4. El Rey Juan Carlos	95
5. José Luis Rodríguez Zapatero	95
6. Infanta Cristina	95
7. José M ^a Aznar	94
8. Princesa Letizia	94
9. Mariano Rajoy	94
10. Felipe González	92
11. George W. Bush	92
12. Infanta Elena	91
13. Manuel Fraga	90
14. El Papa Benedicto XVI	90
15. Fidel Castro	87
16. Adolfo Suárez	87
17. Xavier Arzallus	86
18. José Bono	86
19. Alfonso Guerra	84
20. Gaspar Llamazares	82
21. Pascual Maragall	82
22. Alberto Ruíz Gallardón	81
23. Esperanza Aguirre	80
24. Juan José Ibarretxe	78
25. Eduardo Zaplana	78
26. Leopoldo Calvo Sotelo	78
27. Carod Rovira	78
28. Manuel Chaves	78
29. Javier Solana	78
30. Arnaldo Otegui	76
31. Hugo Chávez	75
32. Javier Arenas	75
33. Angel Acebes	75
34. Juan Carlos Rodríguez Ibarra	75
35. Josep Piqué	74
36. Tony Blair	71
37. Jacques Chirac	70
38. Vladimir Putin	67
39. M ^a Teresa Fernández de la Vega	64
40. Artur Mas	63
41. Gerard Schröder	62
42. Miguel Ángel Moratinos	62
43. Teniente Coronel Mena	60
44. Pedro Solbes	58
45. Kofi Annan	58
46. Romano Prodi	54
47. Jesús Caldera	54
48. Patxi López	54
49. Emilio Pérez Touriño	48
50. José Antonio Alonso	46
51. José Montilla	46
52. Ángela Merkel	46
53. Cristina Narbona	44
54. María Antonia Trujillo	42
55. Jordi Sevilla	42
56. Durao Barroso	42
57. Carmen Calvo	40
58. Juan Fernando López Aguilar	40
59. M ^a Jesús San Segundo	38
60. Elena Salgado	36
61. Elena Espinosa	34
62. Magdalena Álvarez	34

Cuadro 4.3.10.

Ranking de Valoración de Personajes Públicos.

MARZO 2005 – MARZO 2006	Valoración Media (x)
1. Reina Dña. Sofía	7,3
2. El Rey Juan Carlos	7,0
3. El Papa Juan Pablo II	6,9
4. Príncipe Felipe	6,6
5. Infanta Cristina	6,5
6. Princesa Leticia	6,3
7. Infanta Elena	6,2
8. Adolfo Suárez	5,4
9. El Papa Benedicto XVI	5,2
10. José Luis Rodríguez Zapatero	5,1
11. Felipe González	5,1
12. José Bono	4,9
13. Javier Solana	4,9
14. M ^a Teresa Fernández de la Vega	4,8
15. Pedro Solbes	4,8
16. Kofi Annan	4,7
17. Ángela Merkel	4,7
18. José Antonio Alonso	4,5
19. Juan Fernando López Aguilar	4,4
20. Miguel Ángel Moratinos	4,4
21. Leopoldo Calvo Sotelo	4,4
22. Alberto Ruíz Gallardón	4,4
23. Jesús Caldera	4,3
24. Juan Carlos Rodríguez Ibarra	4,2
25. Carmen Calvo	4,2
26. M ^a Jesús San Segundo	4,2
27. Cristina Narbona	4,2
28. Alfonso Guerra	4,2
29. Jordi Sevilla	4,2
30. María Antonia Trujillo	4,1
31. Magdalena Álvarez	4,1
32. Elena Salgado	4,1
33. Elena Espinosa	4,1
34. José Montilla	4,1
35. Emilio Pérez Touriño	4,0
36. Gerard Schröder	4,0
37. Manuel Chaves	4,0
38. Durao Barroso	3,9
39. Mariano Rajoy	3,8
40. Patxi López	3,8
41. Romano Prodi	3,8
42. Jacques Chirac	3,8
43. Gaspar Llamazares	3,7
44. Esperanza Aguirre	3,6
45. Artur Mas	3,6
46. Teniente Coronel Mena	3,5
47. Manuel Fraga	3,4
48. José M ^a Aznar	3,4
49. Pascual Maragall	3,4
50. Josep Piqué	3,4
51. Javier Arenas	3,3
52. Ángel Acebes	3,2
53. Eduardo Zaplana	3,2
54. Tony Blair	3,1
55. Vladimir Putin	3,0
56. Fidel Castro	2,7
57. Hugo Chávez	2,6
58. Carod Rovira	2,5
59. Juan José Ibarretxe	2,4
60. George W. Bush	2,1
61. Xabier Arzallus	2,0
62. Arnaldo Otegui	1,4

Cuadro 4.3.11.

Ranking de Dispersión Opinática de Personajes Públicos

MARZO 2005 - MARZO 2006	Dispersión Opinática (s/x)100
1. Reina D ^a Sofía	34
2. El Rey Juan Carlos	36
3. Infanta Cristina	38
4. Príncipe Felipe	39
5. Princesa Leticia	40
6. Infanta Elena	40
7. El Papa Juan Pablo II	41
8. Ángela Merkel	43
9. Adolfo Suárez	45
10. Javier Solana	46
11. Pedro Solbes	48
12. Leopoldo Calvo Sotelo	48
13. José Bono	49
14. Juan Fernando López Aguilar	50
15. José Antonio Alonso	50
16. Gerard Schröder	50
17. M ^a Jesús San Segundo	51
18. José Luis Rodríguez Zapatero	52
19. M ^a Teresa Fernández de la Vega	52
20. Carmen Calvo	52
21. Kofi Annan	52
22. Felipe González	52
23. Miguel Ángel Moratinos	53
24. Jacques Chirac	53
25. Juan Carlos Rodríguez Ibarra	54
26. Romano Prodi	54
27. Durao Barroso	54
28. El Papa Benedicto XVI	54
29. Jesús Caldera	55
30. Jordi Sevilla	56
31. José Montilla	56
32. Emilio Pérez Touriño	57
33. Magdalena Álvarez	57
34. Elena Salgado	57
35. Elena Espinosa	57
36. Alfonso Guerra	58
37. Manuel Chaves	58
38. María Antonia Trujillo	58
39. Alberto Ruíz Gallardón	58
40. Cristina Narbona	59
41. Gaspar Llamazares	60
42. Patxi López	61
43. Artur Mas	64
44. Vladimir Putin	70
45. Mariano Rajoy	71
46. Tony Blair	71
47. Pascual Maragall	74
48. Josep Piqué	74
49. Esperanza Aguirre	77
50. Teniente Coronel Mena	79
51. Javier Arenas	80
52. Ángel Acebes	84
53. Manuel Fraga	84
54. Hugo Chávez	85
55. Eduardo Zaplana	87
56. José M ^a Aznar	89
57. Vladimir Putin	89
58. Carod Rovira	96
59. Juan José Ibarretxe	98
60. George W. Bush	116
61. Xabier Arzallus	120
62. Arnaldo Otegui	151

4.4. INTENCIONES DE VOTO

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

- a. En primer lugar, parece más apropiado ofrecer los resultados de las intenciones de voto por relación a 100 entrevistados (que sería el equivalente a 100 electores en una situación real de elecciones), y no por relación a 100 entrevistados-que-hayan-indicado- su-intención-de-voto (equivalente a 100 votantes válidos en una situación real de elecciones). Ya se sabe que los escaños se reparten a nivel provincial, y no a nivel nacional, que suele ser el ámbito de la muestra en la mayoría de las encuestas y sondeos, en función del porcentaje de votos obtenidos sobre 100 votos válidos y no sobre 100 electores; pero un sondeo no es una elección real, aunque se le parezca, y debe interesar más la explicación de los condicionantes del voto (o la predisposición al voto) que la predicción misma del resultado.
- b. En segundo lugar, deben explorarse muy diversos enfoques con el fin de intentar descubrir la estabilidad de las intenciones de voto declaradas, los factores de que depende esa estabilidad, las posibles alternativas de voto, las tendencias de transferencia o cambio de intención de voto, las actitudes y anteriores o posibles comportamientos de quienes no declaran su intención de voto, etc...

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

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

- a) Las simpatías hacia los diferentes partidos
- b) Las antipatías o rechazos hacia determinados partidos
- c) La intención de voto propiamente dicha.

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

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

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

Los datos parecen demostrar el alto potencial electoral del PP y del PSOE, que alcanzan el 25% y el 41% respectivamente, porcentaje que nos muestra cierta estabilidad de la proporción de ambos partidos. En IU se observa también cierta estabilidad, ya que suele obtener un electorado potencial cercano al 10 por ciento. Los nacionalistas de centro y derecha fluctúan generalmente alrededor del 8%, mientras que los de izquierda suelen tener un electorado potencial del 2-4%.

La otra cara de la moneda del "mercado electoral potencial" es el "mercado inasequible", es decir, aquellas personas que afirman que nunca votarán a un determinado partido. Este "mercado inasequible" sería pues aquella parte del electorado que un partido difícilmente podría aspirar a atraer en ninguna circunstancia. Al igual que el "mercado electoral potencial", los "mercados inasequibles" de diferentes partidos pueden solaparse, pues ciertos electores pueden ser inasequibles para más de un partido. Los resultados de este mes demuestran que el PP (36%) es el más rechazado.

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

Se llega así al análisis de las intenciones de voto declaradas en el caso hipotético de que las elecciones fuesen mañana. En el Cuadro 4.4.2. se ofrece la intención de voto si las elecciones fuesen mañana, así como los resultados reales de las elecciones generales del 14 de marzo de 2004. En el mismo Cuadro se presentan las diferencias entre las intenciones de voto y los últimos resultados reales, en puntos porcentuales y como porcentaje sobre los resultados de marzo de 2004. Esta comparación debe

hacerse teniendo en cuenta la probable ocultación de voto hacia diversos partidos, y especialmente, la fuerte "ocultación" de la abstención. La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones (18,3%) incluye previsiblemente a estos "ocultadores".

La intención de voto hacia PSOE y "otros" partidos es este mes superior a sus resultados reales en las últimas elecciones, mientras que para el resto de los partidos, la intención de voto es inferior.

La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones de voto alcanza a un 18,3% de los entrevistados, y la abstención declarada es muy baja (11,7% frente al 22,8% real de las elecciones del 14 de marzo de 2004), pero ello no implica necesariamente menor abstención. No obstante, si se considera que los NS/NC probablemente se abstendrán, la cifra resultante (30,0%) sería siete puntos porcentuales superior a la obtenida en las últimas elecciones generales.

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

Y la última apreciación que debe hacerse aquí es un comentario que puede ser muy sugestivo a efectos de intentar conocer cuáles son las tendencias realmente subyacentes en el electorado, y que se refiere a la comparación entre los resultados reales del 14 de marzo de 2004, el recuerdo de voto y la intención de voto, que se facilitan en los Cuadros 4.4.2. y 4.4.3. El análisis de estos tres indicadores conduce a situaciones muy distintas en los diferentes partidos.

PSOE y "otros" partidos muestra este mes un recuerdo de voto superior a sus resultados reales, mientras que el resto de los partidos muestran un recuerdo de voto inferior. Por otra parte, la intención es este mes superior al recuerdo de voto para PP, IU y partidos nacionalistas de izquierda. Otro dato a resaltar es que la intención de voto a "otros" partidos suele estar muy sobre-estimada. Todo esto nos lleva a pensar que el PSOE es un partido que se ha mantenido durante mucho tiempo, ha perdido votantes y ahora está ganando votantes de nuevo, de hecho, ha ganado las pasadas elecciones generales de marzo de 2004 y tiene un líder que está mejor valorado por la sociedad española que los líderes de otros partidos, y la gente se apunta al carro del caballo ganador. Asimismo, podemos decir que IU es un partido que ha perdido votantes, pero habrá que ver como evoluciona en los próximos meses. El PP es un partido que parece que está ganando votantes.

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

- a. El voto al PP es más alto, en términos relativos, especialmente entre los mayores de 50 años, los de centro y derecha y los de status socioeconómico alto.
- b. El voto al PSOE es sobre todo importante entre los de izquierda, los de posición social alta y los de status socioeconómico bajo.
- c. En cuanto al voto a IU, es considerablemente mayor entre los de izquierda y los jóvenes.
- d. Los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha, a su vez, están relativamente más representados entre los de centro y los mayores de 64 años.
- e. El voto a partidos nacionalistas de izquierda es muy pequeño en todos los segmentos, pero es mayor entre los jóvenes y los de izquierda.
- f. Los votantes, por último, a "otros" partidos, no muestran diferencias significativas entre los distintos segmentos sociales, aunque es algo mayor entre los de posición social alta.
- g. En cuanto a los que dicen que no votarán, o los que no contestan sus intenciones de voto, muestran pautas no homogéneas y muy variables de un mes a otro.

Otro análisis interesante es el que tradicionalmente se hace cruzando el partido votado en anteriores elecciones (en este caso marzo de 2004) con la actual intención de voto. A la hora de extraer conclusiones sólidas, este análisis tiene como principales dificultades la calidad y la exactitud del recuerdo de voto. En efecto, si dicho recuerdo es inexacto, la tabla de transferencias se ve muy afectada. Si, como se ha sugerido, hay "ocultación" del voto pasado o "sobre-valoración" de dicho voto, el análisis será menos válido. Pero además, el análisis se basa también necesariamente en la calidad de los datos sobre intención de voto. Naturalmente, éste es uno de esos casos en que los errores en una y otra variable no sólo no se compensan entre sí, sino que además se multiplican.

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

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

En conjunto puede afirmarse, de acuerdo con estos datos, que un 72% del electorado se comportaría en unas futuras elecciones del mismo modo que lo hicieron en marzo de 2004, lo que significa una alta proporción de voto estable. Los saldos demuestran que PP y "otros" partidos son este mes los partidos que tienen un saldo neto más positivo. Para aclarar más la interpretación del Cuadro 4.4.5. conviene recordar que:

- a) el saldo neto es la diferencia, (en puntos porcentuales sobre 100 electores) entre la intención de voto manifestada si las elecciones fuesen mañana y el recuerdo de voto en las elecciones de 2004.
- b) el voto estable es la proporción del electorado (sobre 100 electores) que manifiesta haber votado a un partido en las últimas elecciones y tiene intención de votar a ese mismo partido si las elecciones fuesen mañana;
- c) el incremento procedente de otros partidos es la proporción del electorado (sobre 100 electores) que, habiendo votado a otros partidos en 2004 afirma tener intención de votar a determinado partido si las elecciones fuesen mañana;
- d) las pérdidas hacia otros partidos son la proporción del electorado (sobre 100 electores) que, habiendo votado a un partido en las últimas elecciones, dice que votará a otros partidos si las elecciones fuesen mañana.

Debe advertirse que, dado el tamaño de la muestra, se presentan los datos en cada Informe mensual ASEP sólo a título descriptivo e indicativo, pues cada tres meses se realiza un análisis más pormenorizado, mediante agregación de los datos de los tres

meses (si es que no se observan cambios tan grandes que desaconsejen la agregación). En todo caso, y teniendo en cuenta los datos disponibles este mes, puede afirmarse que el voto estable del PP y el del PSOE son los de mayor magnitud.

El electorado estable de los demás partidos es necesariamente pequeño, puesto que pequeñas fueron también las proporciones del electorado total que les votaron en las últimas elecciones. El electorado no-estable, es decir, el que dice que tiene intención de comportarse de una manera diferente a como lo hizo en las últimas elecciones generales, representaba pocos meses antes de las elecciones alrededor del 30% del electorado total (y es, lógicamente, la suma de todas las ganancias y de todas las pérdidas del electorado de los diferentes partidos), siendo además el complemento del electorado estable. Este mes el electorado no-estable es del 28%.

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

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

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

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

- a) Intenciones directas de voto superiores al recuerdo de voto respecto a PP, IU y partidos nacionalistas de izquierda. Y recuerdo de voto sobre-estimado (por comparación con los resultados reales de 2004) para PSOE y “otros” partidos y recuerdo de voto sub-estimado para el resto de los partidos.
- b) Intención de voto superior a los resultados reales de marzo '04 para PSOE y “otros” partidos.

Los datos que se ofrecen a continuación incluyen los resultados reales de las elecciones de 2004, el recuerdo de voto, las "intenciones" de voto declaradas, y la estimación elaborada.

Estimación de Resultados de las Próximas Elecciones Generales MARZO 2006				
	Resultados Reales en Marzo 2004	Recuerdo de Voto	Intenciones Directas de Voto	Estimación de Voto
		%		
PP	28,8	19,5	22,2	29,4
PSOE	32,6	36,3	34,4	31,4
IU	3,8	2,7	3,2	3,9
Nac. Centro y Dcha.	5,2	4,4	4,2	5,0
Nac. Izqda.	3,6	0,9	2,2	3,9
Otros	3,2	4,0	3,8	3,3
Abstención	22,8	20,2	11,7	23,1
NS/NC	-	12,0	18,3	-
Total Electores	100,0	100,0	100,0	100,0

Nota: Los partidos Nacionalistas de Centro y Derecha son CIU, EAJ-PNV, EA, CG, UPN, PA, UV Y CC y los partidos Nacionalistas de izquierda son ERC, Na-Bai, BNG y CHA.

Si esta estimación fuese correcta, los datos proporcionarían unos resultados poco diferentes a los registrados en 2004. Los cambios más importantes respecto a las pasadas elecciones generales serían:

- Ligero incremento para PP, partidos nacionalistas de izquierda y abstención,
- Ligera disminución para PSOE y partidos nacionalistas de centro y derecha,
- Estabilidad de voto para IU y “otros” partidos.

Cuadro 4.4.1.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Podría Votar:												
PP	28	27	27	28	28	24	24	26	27	27	27	25
PSOE	48	46	50	50	46	44	43	41	45	41	40	41
IU	6	10	9	10	10	10	10	9	10	8	10	9
Nacionalistas Derecha	5	4	6	5	4	6	5	6	6	5	6	6
Nacionalistas Izquierda	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3
Otros	3	5	4	6	6	6	6	5	6	6	6	4
No Votará	10	12	9	10	10	13	12	11	11	12	12	11
NS	4	7	3	5	6	6	8	10	6	8	8	7
NC	7	5	7	4	6	7	7	6	4	6	5	8
No Podría Votar ni Rechazaría:												
PP	33	38	33	33	34	36	38	38	33	37	36	39
PSOE	42	45	38	38	43	45	47	46	42	45	45	48
IU	77	72	73	72	72	75	73	73	73	76	75	77
Nacionalistas Derecha	84	85	82	83	88	87	86	88	84	85	83	86
Nacionalistas Izquierda	90	85	88	85	86	89	89	90	89	87	84	88
Otros	95	93	94	91	91	93	91	92	91	91	92	94
Nunca Votaría:												
PP	39	35	40	39	38	40	38	36	40	36	37	36
PSOE	10	9	12	12	11	11	10	13	13	14	15	11
IU	17	18	18	18	18	15	17	18	17	16	15	14
Nacionalistas Derecha	11	11	12	12	8	7	9	6	10	10	11	8
Nacionalistas Izquierda	8	12	10	12	11	9	9	8	9	11	13	9
Otros	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	2	2
No Votará	6	5	6	6	6	8	8	8	7	7	7	7
NS	14	18	11	16	17	16	16	16	17	15	17	19
NC	8	8	9	6	6	7	10	7	4	8	6	10

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

Cuadro 4.4.2.

Intención de Voto si las Elecciones fuesen Mañana

Resultados Reales de III-04		III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total Electores	(33.475.376)	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
PP	28,8	22,6	21,1	22,7	21,4	22,8	20,9	20,7	21,6	23,5	24,0	24,1	22,2
PSOE	32,6	40,8	38,6	43,4	41,4	37,9	37,6	35,3	34,8	36,3	34,3	32,8	34,4
IU	3,8	2,6	3,6	3,1	3,7	3,6	3,4	3,2	4,7	3,6	3,4	3,3	3,2
Nacionalistas Derecha	5,2	4,2	2,8	3,9	3,5	3,7	3,6	4,2	3,6	3,6	3,5	3,8	4,2
Nacionalistas Izquierda	3,6	2,3	2,1	1,6	2,0	1,6	1,7	2,3	2,2	1,7	1,9	2,5	2,2
Otros	3,2	2,6	3,4	2,9	3,6	5,2	4,4	4,5	4,1	5,1	4,0	5,0	3,8
No (Votó) Votará	22,8	10,7	12,5	9,2	10,6	9,9	12,8	12,1	11,2	12,7	12,4	11,7	11,7
NS/NC	-	14,2	15,9	13,2	13,8	15,3	15,6	17,7	17,8	13,5	16,5	16,8	18,3

*** A partir de marzo de 2004 los partidos nacionalistas se han agrupado en función de su representación parlamentaria tras las elecciones de marzo de 2004. Así, los Partidos Nacionalistas de Centro y Derecha son CiU, EAJ-PNV, EA, CG, PA, UV y CC (el UPN en estas elecciones concurrió conjuntamente con el PP). Los Partidos Nacionalistas de Izquierda son ERC, BNG, Nai-Bai y CHA (estos dos últimos partidos se han incluido por haber obtenido en estas elecciones del 2004 representación parlamentaria).**

Diferencia entre la Intención de Voto y los Resultados Reales de 2004.

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Diferencia en Puntos Porcentuales:												
PP	-6,2	-7,7	-6,1	-7,4	-6,0	-7,9	-8,1	-7,2	-5,3	-4,8	-4,7	-6,6
PSOE	+8,2	+6,0	+10,8	+8,8	+5,3	+5,0	+2,7	+2,2	+3,7	+1,7	+0,2	+1,8
IU	-1,2	-0,2	-0,7	-0,1	-0,2	-0,4	-0,6	+0,9	-0,2	-0,4	-0,5	-0,6
Nacionalistas Derecha	-1,0	-2,4	-1,3	-1,7	-1,5	-1,6	-1,0	-1,6	-1,6	-1,7	-1,4	-1,0
Nacionalistas Izquierda	-1,3	-1,5	-2,0	-1,6	-2,0	-1,9	-1,3	-1,4	-1,9	-1,7	-1,1	-1,4
Otros	-0,6	+0,2	-0,3	+0,4	+2,0	+1,2	+1,3	+0,9	+1,9	+0,8	+1,8	+0,6
No Votará	-12,1	-10,3	-13,6	-12,2	-12,9	-10,0	-10,7	-11,6	-10,1	-10,4	-11,1	-11,1
NS/NC	+14,2	+15,9	+13,2	+13,8	+15,3	+15,6	+17,7	+17,8	+13,5	+16,5	+16,8	+18,3
Indice Discrepancia	22,4	22,1	24,0	23,0	22,6	21,8	21,7	21,8	19,1	19,0	18,8	20,7
Diferencia en porcentaje respecto a 1996 y 2000												
PP	-22	-27	-21	-26	-21	-27	-28	-25	-18	-17	-16	-23
PSOE	+25	+18	+33	+27	+16	+15	+8	+7	+11	+5	+1	+6
IU	-32	-5	-18	-3	-5	-10	-16	+24	-5	-10	-13	-16
Nacionalistas Derecha	-19	-46	-25	-33	-29	-31	-19	-31	-31	-33	-27	-19
Nacionalistas Izquierda	-36	-42	-56	-44	-56	-53	-36	-39	-53	-47	-31	-39
Otros	-19	+6	-9	+12	+62	+38	+41	+28	+59	+25	+56	+19
No Votará	-53	-45	-60	-54	-57	-44	-47	-51	-44	-46	-49	-49

Cuadro 4.4.3.

Diferencias entre Intención de Voto y Recuerdo de Voto

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Diferencia en Puntos Porcentuales:												
PP	+1,6	+1,5	+1,8	+1,9	+1,1	+0,9	+2,0	+2,3	+2,7	+2,9	+2,2	+2,7
PSOE	+2,6	-1,9	+1,6	-1,8	-3,7	-2,0	-3,8	-1,1	-4,0	-4,0	-6,2	-1,9
IU	+0,3	+1,1	+0,4	+0,7	+0,6	+0,4	+0,7	+1,0	+0,8	+0,9	+0,7	+0,5
Nacionalistas Derecha	-0,3	-0,5	+0,1	+0,2	+0,9	-0,7	+0,3	+0,5	-0,4	+0,2	+0,2	-0,2
Nacionalistas Izquierda	-0,5	+0,9	+0,7	+0,8	+0,6	+1,0	+0,9	+0,5	+0,6	+0,2	+1,3	+1,3
Otros	+0,1	-0,4	0	+0,3	+1,2	+0,7	+0,4	+1,6	+0,9	0	+1,1	-0,2
No Votará	-5,7	-6,2	-7,5	-6,7	-6,6	-5,9	-6,9	-9,0	-5,5	-7,7	-6,4	-8,5
NS/NC	+1,9	+5,5	+2,9	+4,6	+5,9	+5,6	+6,4	+4,2	+4,9	+7,5	+7,1	+6,3
Indice Discrepancia	6,5	9,0	7,5	8,5	10,3	8,6	10,7	10,1	9,9	11,7	12,6	10,8
Diferencia en Porcentaje respecto a Recuerdo de Voto:												
PP	+8	+8	+9	+10	+5	+4	+11	+12	+13	+14	+10	+14
PSOE	+7	-5	+4	-4	-9	-5	-10	-3	-10	-10	-16	-5
IU	+13	+44	+15	+23	+20	+13	+28	+27	+29	+36	+27	+18
Nacionalistas Derecha	-7	-15	+3	+6	+32	-16	+8	+16	-10	+6	+6	-4
Nacionalistas Izquierda	-18	+75	+78	+67	+60	+143	+64	+29	+55	+12	+108	+144
Otros	+4	-10	0	+9	+30	+19	+10	+64	+21	0	+28	-5
No Votará	-35	-33	-45	-39	-40	-32	-36	-45	-30	-38	-35	-42
NS/NC	+15	+53	+28	+50	+63	+56	+57	+31	+57	+83	+73	+52

Cuadro 4.4.4.

Intención Directa de Voto, por Características Socioeconómicas

MARZO 2006	Total	PP	PSOE	IU	Nacionalistas Derecha	Nacionalistas Izquierda	Otros, En blanco	No Votará	No Sabe	No Contesta
TOTAL	(1200)	22%	34	3	4	2	4	12	10	8
Edad:										
18 a 29 años	(277)	17%	33	5	2	6	6	15	12	5
30 a 49 años	(441)	19%	35	4	4	1	5	13	11	9
50 a 64 años	(233)	28%	36	1	5	1	3	8	11	7
65 y más años	(249)	27%	34	2	7	*	1	10	6	11
Posición Social:										
Baja	(402)	22%	35	2	5	2	1	12	12	10
Media	(616)	23%	33	4	4	3	5	12	9	8
Alta	(182)	20%	37	4	3	2	7	11	10	5
Ideología:										
Izquierda	(506)	2%	63	7	4	5	4	5	7	3
Centro	(290)	27%	20	*	8	-	6	13	17	10
Derecha	(184)	85%	1	1	3	-	2	3	2	4
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(433)	26%	35	3	4	3	6	10	7	5
Medio	(580)	20%	33	4	4	2	3	15	11	7
Medio Bajo/Bajo	(187)	19%	37	1	5	1	2	5	12	17
Recuerdo de Voto:										
PP	(233)	89%	2	*	-	-	1	1	4	2
PSOE	(436)	4%	78	1	*	3	1	2	9	1
IU	(32)	-%	9	75	-	6	3	3	3	-
Nacionalistas derecha	(52)	4%	6	2	79	-	-	2	4	4
Nacionalistas izquierda	(11)	-%	-	-	9	73	-	-	18	-
Otros, en blanco	(48)	6%	12	-	4	-	53	8	4	12
No votó	(244)	9%	19	3	1	*	3	46	14	5
No sabe	(11)	17%	9	-	-	-	9	10	55	-
No contesta	(133)	9%	7	1	1	1	2	8	19	52
Cientes de:										
Bancos	(287)	26%	33	5	5	*	6	7	10	8
Cajas	(910)	22%	34	4	5	3	3	12	10	7

Cuadro 4.4.5.

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

Saldo Neto	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
PP	+1,6	+1,5	+1,8	+1,9	+1,1	+0,9	+2,0	+2,3	+2,7	+2,9	+2,2	+2,7
PSOE	+2,6	-1,9	+1,6	-1,8	-3,7	-2,0	-3,8	-1,1	-4,0	-4,0	-6,2	-1,9
IU	+0,3	+1,1	+0,4	+0,7	+0,6	+0,4	+0,7	+1,0	+0,8	+0,9	+0,7	+0,5
Nacionalistas Derecha	-0,3	-0,5	+0,1	+0,2	+0,9	-0,7	+0,3	+0,5	-0,4	+0,2	+0,2	-0,2
Nacionalistas Izquierda	-0,5	+0,9	+0,7	+0,8	+0,6	+1,0	+0,9	+0,5	+0,6	+0,2	+1,3	+1,3
Otros, blanco	+0,1	-0,4	0	+0,3	+1,2	+0,7	+0,4	+1,6	+0,9	0	+1,1	-0,2
No Votará	-5,7	-6,2	-7,5	-6,7	-6,6	-5,9	-6,9	-9,0	-5,5	-7,7	-6,4	-8,5
NS/NC	+1,9	+5,5	+2,9	+4,6	+5,9	+5,6	+6,4	+4,2	+4,9	+7,5	+7,1	+6,3
Indice de Discrepancia	6,5	9,0	7,5	8,5	10,3	8,6	10,7	10,1	9,9	11,7	12,6	10,8
Voto Estable	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
PP	18,4	17,2	19,1	17,5	19,3	18,2	16,2	17,8	19,7	19,1	19,9	17,4
PSOE	32,7	33,8	36,8	35,8	33,8	33,0	30,3	28,1	32,0	29,3	29,0	28,4
IU	1,8	2,0	2,2	2,4	2,6	2,7	1,9	3,1	2,1	2,0	2,0	2,0
Nacionalistas Derecha	3,8	2,3	3,4	2,6	2,6	3,3	3,1	2,3	3,0	2,3	2,6	3,5
Nacionalistas Izquierda	1,8	1,1	0,8	0,9	0,7	0,5	0,8	1,4	0,7	1,0	1,1	0,6
Otros, blanco	0,6	1,9	1,4	1,6	2,6	2,4	1,7	1,2	2,6	1,8	2,5	2,1
No Votará	7,4	9,2	7,1	7,4	6,1	9,6	8,6	6,6	9,4	8,7	8,3	9,4
NS/NC	7,3	6,7	7,1	5,2	5,9	6,8	7,6	7,6	5,4	5,8	6,3	8,4
Total	73,8	74,2	77,9	73,4	73,6	76,5	70,2	68,1	74,9	70,0	71,7	71,8

Cuadro 4.4.5. (Continuación)

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

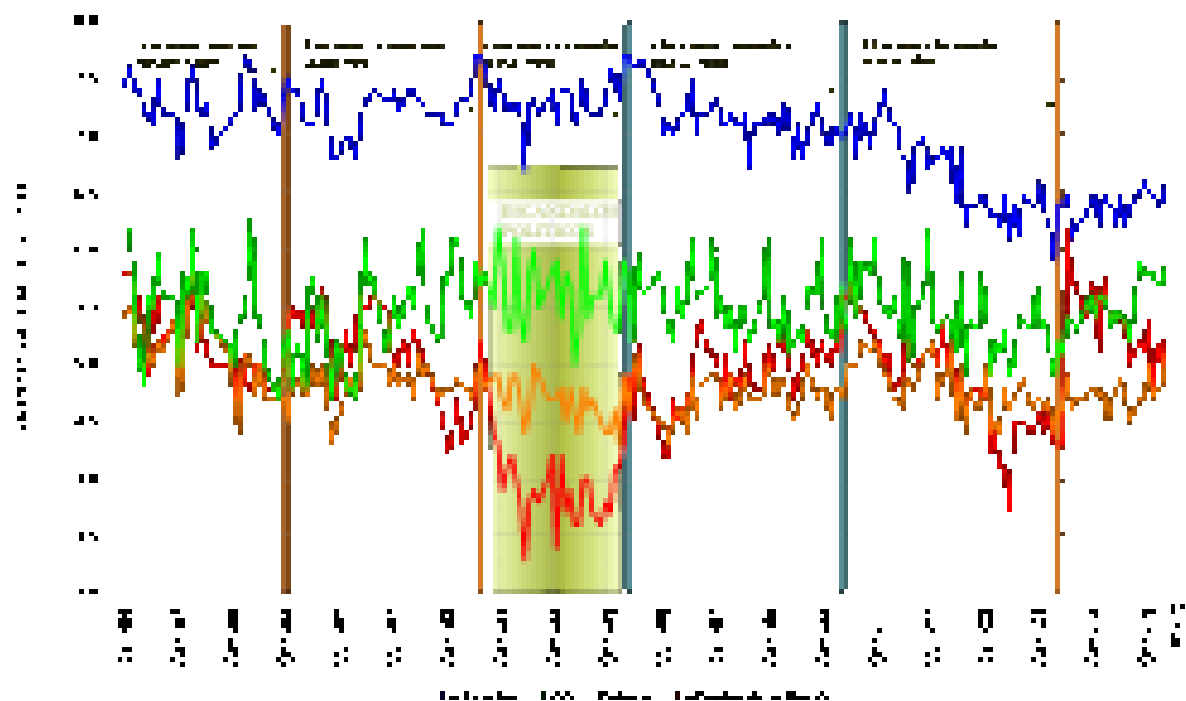
Incrementos procedentes de Otros Partidos:	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
PP	4,2	3,9	3,6	3,9	3,5	2,7	4,5	3,8	3,8	4,9	4,2	4,8
PSOE	8,1	4,8	6,6	5,6	4,1	4,6	5,0	6,7	4,3	5,0	3,8	6,0
IU	0,8	1,6	0,9	1,3	1,0	0,7	1,3	1,6	1,5	1,4	1,3	1,2
Nacionalistas Derecha	0,4	0,5	0,5	0,9	1,1	0,3	1,1	1,3	0,6	1,2	1,2	0,7
Nacionalistas Izquierda	0,5	1,0	0,8	1,1	0,9	1,2	1,5	0,8	1,0	0,9	1,4	1,6
Otros, blanco	2,0	1,5	1,5	2,0	2,6	2,0	2,8	2,9	2,5	2,2	2,5	1,7
No Votará	3,3	3,3	2,1	3,2	3,8	3,2	3,5	4,6	3,3	3,7	3,4	2,3
NS/NC	6,9	9,2	6,1	8,6	9,4	8,8	10,1	10,2	8,1	10,7	10,5	9,9
Total	26,2	25,8	22,1	26,6	26,4	23,5	29,8	31,9	25,1	30,0	28,3	28,2
Pérdidas hacia Otros Partidos:	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
PP	2,6	2,4	1,8	2,0	2,4	1,8	2,5	1,5	1,1	2,0	2,0	2,1
PSOE	5,5	6,7	5,0	7,4	7,8	6,6	8,8	7,8	8,3	9,0	10,0	7,9
IU	0,5	0,5	0,5	0,6	0,4	0,3	0,6	0,6	0,7	0,5	0,6	0,7
Nacionalistas Derecha	0,7	1,0	0,4	0,7	0,2	1,0	0,8	0,8	1,0	1,0	1,0	0,9
Nacionalistas Izquierda	1,0	0,1	0,1	0,3	0,3	0,2	0,6	0,3	0,4	0,7	0,1	0,3
Otros, blanco	1,9	1,9	1,5	1,7	1,4	1,3	2,4	1,3	1,6	2,2	1,4	1,9
No Votará	9,0	9,5	9,6	9,9	10,4	9,1	10,4	13,6	8,8	11,4	9,8	10,8
NS/NC	5,0	3,7	3,2	4,0	3,5	3,2	3,7	6,0	3,2	3,2	3,4	3,6
Total	26,2	25,8	22,1	26,6	26,4	23,5	29,8	31,9	25,1	30,0	28,3	28,2

Cuadro 4.4.6.

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

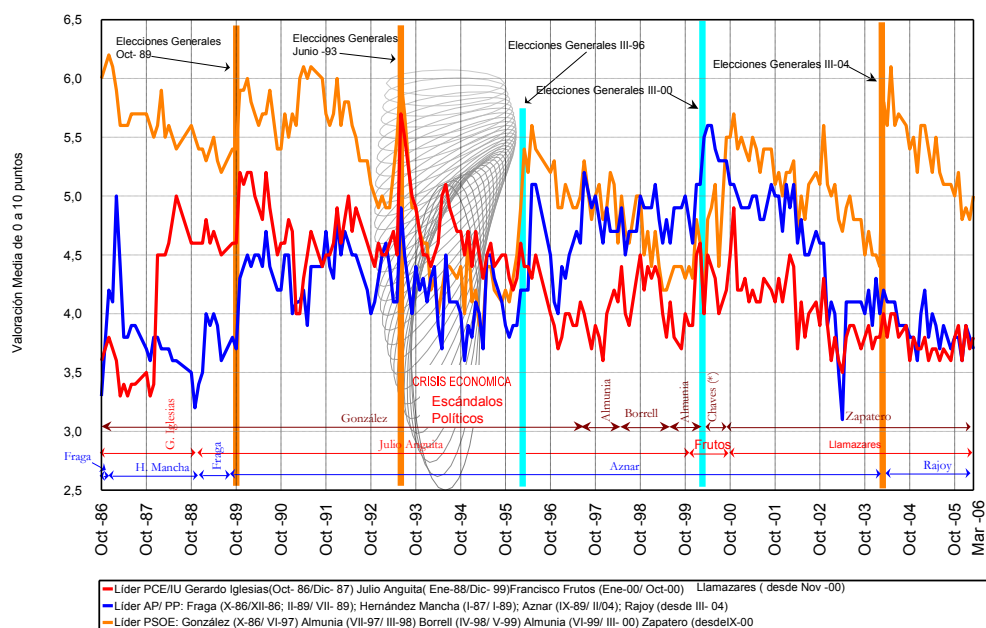
	Resultados Reales de III-04	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total Electores (33.475.376)	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)	
PP	28,8	27,8	28,7	28,2	28,9	28,8	28,5	29,1	29,7	30,9	30,3	30,1	29,4
PSOE	32,6	35,0	32,2	33,6	32,5	31,9	31,5	30,7	32,1	30,7	30,4	28,1	31,4
IU	3,8	3,8	4,2	3,5	3,9	4,2	4,4	4,2	4,2	4,2	4,1	4,1	3,9
Nacional.Drcha	5,2	4,9	4,4	5,1	5,0	6,0	4,2	5,2	5,0	4,3	4,8	5,0	5,0
Nac. Izda.	3,6	2,9	4,2	4,0	3,8	3,6	3,8	3,3	3,7	3,0	3,3	4,1	3,9
Otros	3,2	2,2	3,0	3,2	3,2	3,7	4,1	4,1	3,4	3,5	3,6	3,2	3,3
Abstención	22,8	23,4	23,3	22,4	22,7	21,8	23,5	23,4	21,9	23,4	23,5	25,4	23,1

VALORACION DE LAS PRINCIPALES INSTITUCIONES



Elaboración: ASEP, 2006

VALORACION DE LOS LÍDERES DE LAS PRINCIPALES FORMACIONES POLÍTICAS

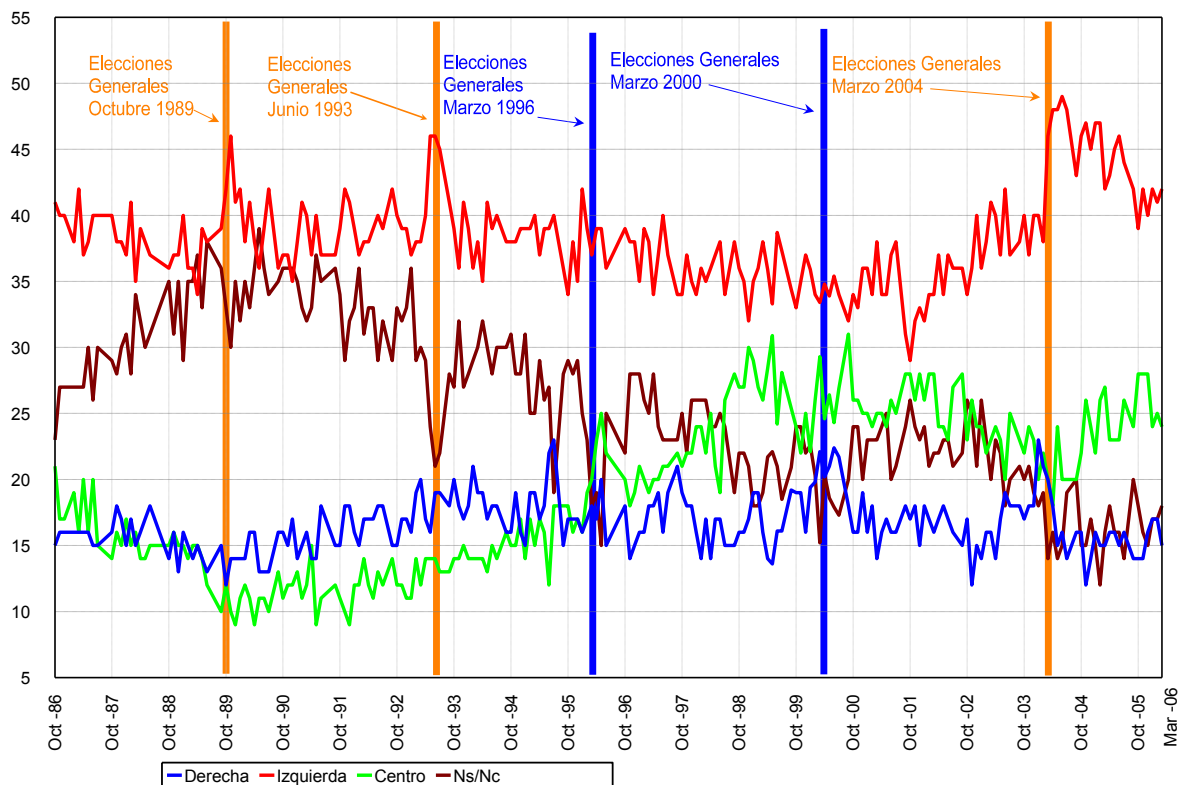


(*) En el mes de Junio del 2000, el valor del líder del PSOE corresponde a Felipe González en vez de a Chaves

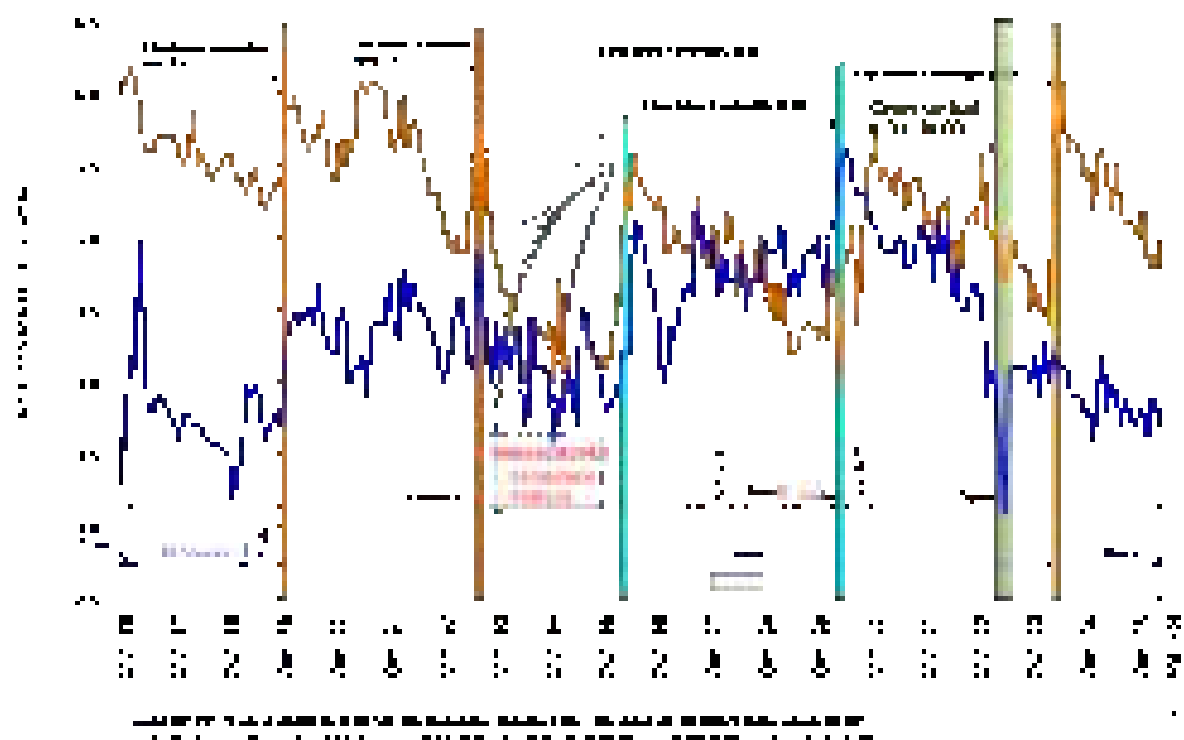
** A partir de Mar-04 el valor del líder del PP corresponde a Rajoy en vez de a Aznar

Fuente: Banco de Datos ASEP

AUTOPOSICIONAMIENTO IDEOLÓGICO

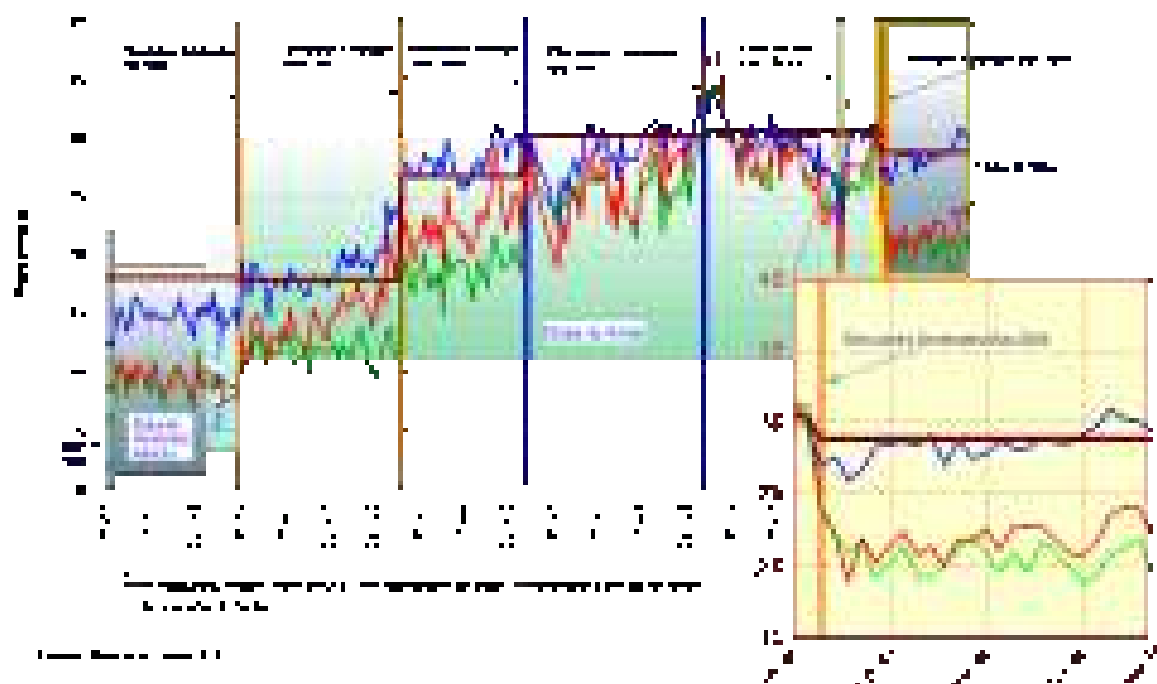


VALORACION DE LOS LÍDERES DEL PP Y DEL PSOE



Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta.

PP REPUBLICANOS 1985, 1991, 1995, 2000, 2003, EL CLIP 4141 E INTENCIÓN DE VOTO DIRECTA Y ESTIMADA



PSDF RESULTADOS 1980, 1990, 1995, 2000, 2004 E LA INFORMACIÓN DE VISIÓN DE LA Y ESTIMACIÓN

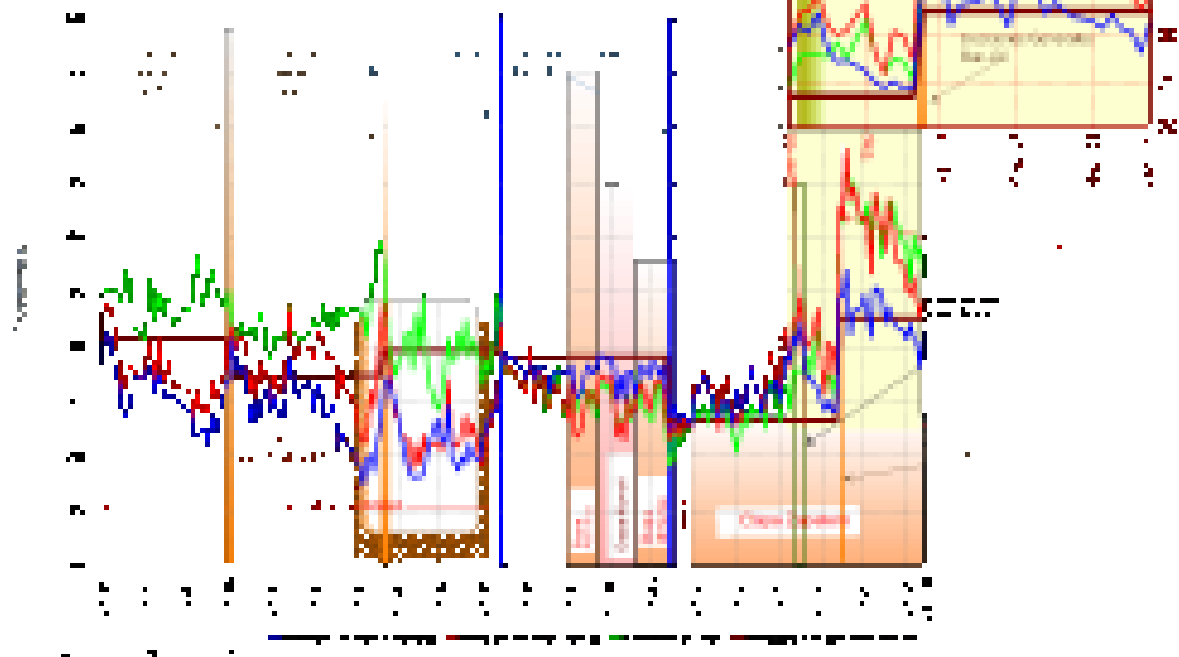
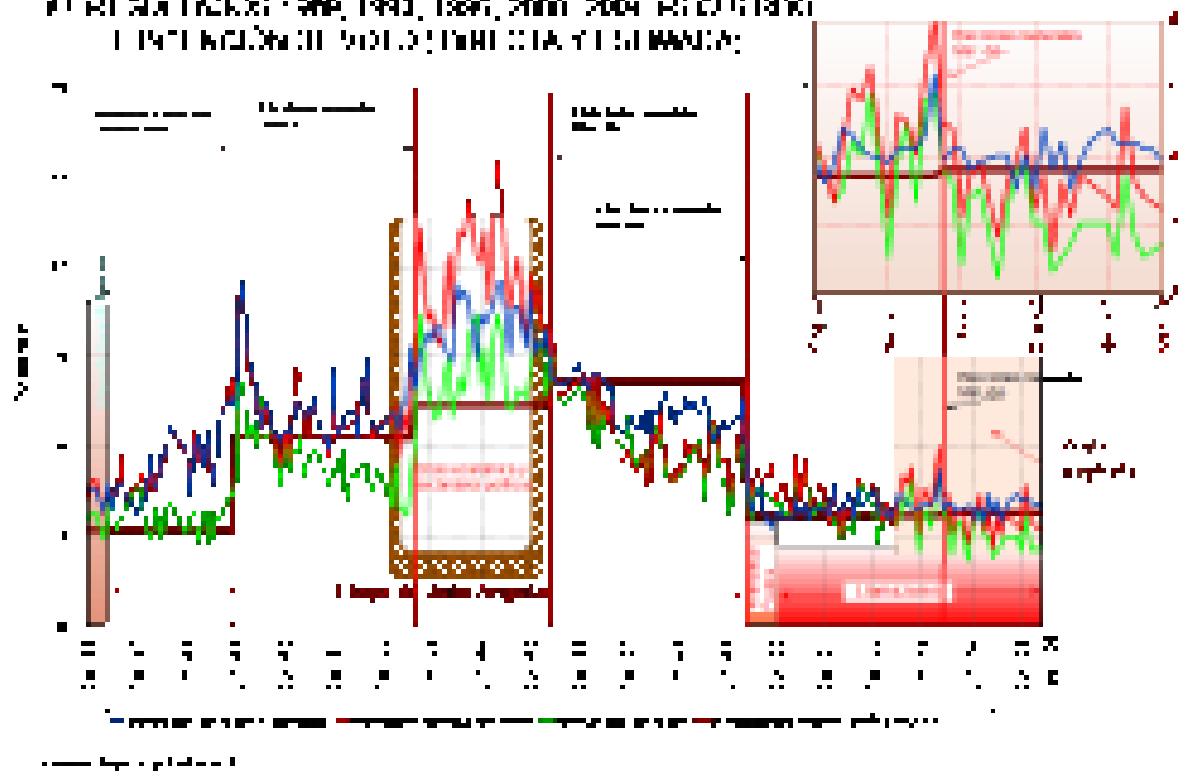
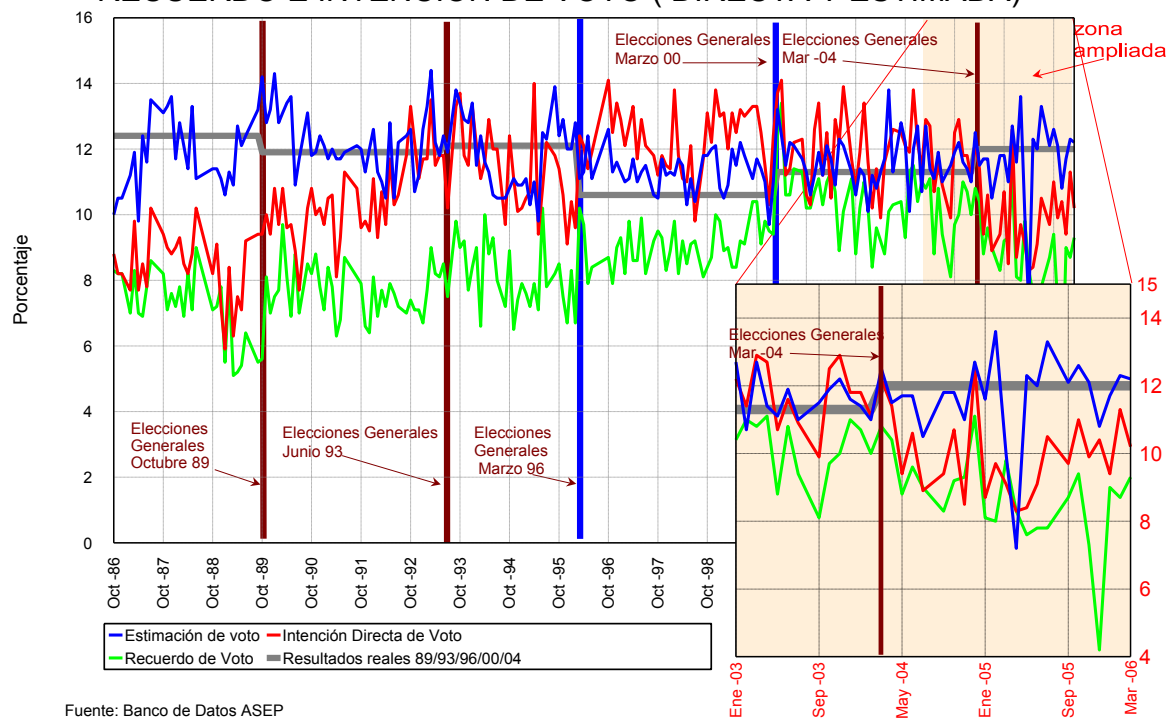


FIGURE 1: AVERAGE 1989, 1993, 1995, 2000, 2004, AND 2010
 1 DAY AVERAGE OF 501.57 DAILY DATA (1989-2010)

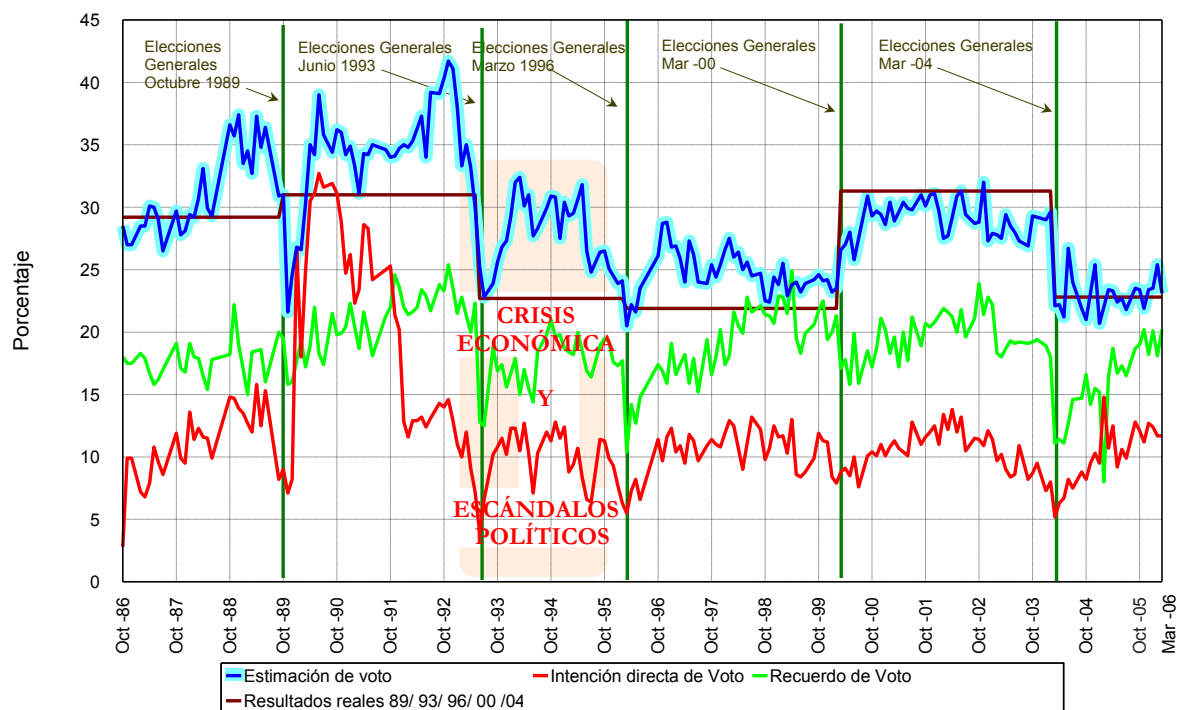


OTROS PARTIDOS: RESULTADO 1989, 1993, 1996, 2000, 2004, RECUERDO E INTENCIÓN DE VOTO (DIRECTA Y ESTIMADA)



Fuente: Banco de Datos ASEP

ABSTENCION: RESULTADOS 1989, 1993, 1996, 2000, 2004, RECUERDO E INTENCIÓN DE VOTO (DIRECTA Y ESTIMADA)



Fuente: Banco de Datos ASEP

5. UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

5. Utilización de Medios de Comunicación

Novedades más relevantes en el mes de marzo de 2006:

Tras el aviso que A3TV dio a La Primera de TVE el mes pasado, cuando sus datos de audiencia de informativos igualaron a los de la cadena pública en ambas franjas horarias por primera vez en la historia, “las aguas han vuelto temporalmente a su cauce”, de modo que La Primera retoma su liderazgo tanto al mediodía como por la tarde noche. Este cambio no es fruto de una mayor audiencia de La Primera sino de una menor audiencia de A3TV en marzo.

Podría decirse que es esta la principal novedad de un periodo en el que aún no se detectan los efectos del lanzamiento de un nuevo diario de prensa gratuita, ADN, que viene a sumarse a Metro, 20 Minutos y Qué, sin olvidar otras publicaciones gratuitas de valor local como Nervi3n en Bilbao.

Marzo no ha mostrado mejores ni peores resultados que los registrados en 2005, lo cual es un mal dato, pues se supone que, cada a3o que pasa, es de esperar que el nivel cultural de las generaciones que adquieren la mayoría de edad les hace presumiblemente más aptos para entender y consumir informaci3n de actualidad. Sin embargo, las cifras indican que, muy al contrario, el porcentaje de personas menores de 30 a3os expuestas a la informaci3n tiende a disminuir todos los a3os, preguntándose si la sociedad espa3ola no estaría precipitándose hacia una situaci3n de alienaci3n informativa en la que la prensa escrita y los boletines radiof3nicos tienden a convertirse en objetos de culto en vías de desaparici3n, a favor de una informaci3n televisiva que mantiene sus porcentajes de seguidores alrededor del 88% y el 90% todos los meses desde hace varios a3os.

Los temas de actualidad no han variado con respecto a febrero (Estatut, polítca anti terrorista) y guardan cierto parecido con los de hace un a3o (actos conmemorativos y debates alrededor del 11-M), si bien con menos intensidad y pasi3n, lo que explicaría la disminuci3n en la exposici3n a la informaci3n.

5.1. INDICE DE EXPOSICION A LA INFORMACIÓN

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

- Personas de 30 - 49 años.
- Con alta posición social.
- Los residentes en áreas metropolitanas

La exposición a la información de los españoles vuelve a caer preocupantemente por debajo del nivel de equilibrio (IEI = 95) regresando al mismo nivel de hace un año. Como se ha indicado previamente, el dato más preocupante está en el IEI = 80 que caracteriza a los menores de 30 años, pues no sólo refleja que es el segmento con una menor preocupación por informarse sino que la tendencia es además decreciente cada año que pasa (En 2005 este mismo IEI era de 84 puntos). El hecho de que el IEI haya disminuido además 6 puntos con respecto al de febrero apuntaría también a un retorno al desinterés por una actualidad que, como ya se ha indicado igualmente, no difiere en exceso de la del mes pasado, excepto en que “llueve sobre mojado”, lo que indicaría que los españoles comienzan a hartarse de escuchar los mismos mensajes referidos a los mismos problemas, tanto entre los políticos de izquierda como los de derecha.

El componente estético de la información no debe ser un fin en sí mismo sino un instrumento al servicio de la información. Por eso quizás los mayores no valoran los contenidos, mientras que los más jóvenes, directamente, no los comprenden.

El IEI de los individuos de izquierda no supera el IEI = 101, en contraste con el de los individuos de derecha, situado en el IEI = 116, confirmando que los simpatizantes del PP son quienes muestran actualmente una mayor preocupación activa por la información y una beligerancia y posición activa en su réplica a la labor del gobierno, mientras que los simpatizantes de izquierda disminuyen su interés por la información, quizás porque la satisfacción de ver a un partido de izquierdas en el gobierno es la culminación de una aspiración que, una vez cumplida, apaga cualquier deseo posterior de información posterior.

Algunas de las constataciones descritas en sondeos anteriores persisten, como la propensión muy débil a consumir información entre las mujeres, los menores de 30 años (IEI = 80), los mayores de 65 años y los individuos de las capas más bajas de la sociedad. Por el contrario, el IEI es algo superior entre los varones, los de 30-49 años, (IEI= 105), los de alta posición social (IEI=134), con ideología de derecha (IEI= 116) y los residentes en zonas metropolitanas (IEI= 111).

Cuadro 5.1.1.

Indice de Exposición a la Información

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
	%											
Alta	12	14	14	15	16	15	13	14	14	17	17	12
Media	35	35	36	36	36	35	37	36	35	35	34	35
Baja	44	40	42	38	40	42	42	39	41	42	40	44
Ninguna	9	11	8	11	8	8	8	10	10	5	10	9
IEI	95	99	100	102	103	100	100	102	98	104	101	95

Cuadro 5.1.2.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total IEI	95	99	100	102	103	100	100	102	98	104	101	95
Sexo:												
Hombre	115	120	119	119	126	118	121	124	122	126	125	116
Mujer	76	79	83	86	82	84	80	81	76	83	80	75
Edad:												
- 30 años	84	87	98	93	94	79	92	82	94	94	84	80
30-49 años	107	113	112	112	110	110	112	116	107	117	117	105
50-64 años	103	96	99	112	115	116	103	108	107	118	110	106
65 y más años	79	92	84	86	89	92	85	91	81	79	86	84
Posición Social:												
Baja	68	74	68	74	71	71	66	73	58	73	70	64
Media	96	104	109	112	112	108	109	107	111	114	109	104
Alta	147	142	143	142	140	140	143	146	142	135	140	134
Hábitat:												
Rural	78	96	82	89	100	94	94	97	88	102	99	92
Urbano	99	92	106	104	98	100	97	94	95	104	98	88
Metropolitano	103	116	106	111	116	107	112	123	117	105	111	111
Ideología:												
Izquierda	102	103	102	109	110	108	105	108	101	107	107	102
Centro	101	94	103	107	95	110	103	97	95	93	95	90
Derecha	107	120	113	112	123	122	111	123	125	137	126	116
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	124	115	121	121	124	122	118	116	111	120	108	112
Medio	80	90	91	94	91	88	92	96	94	98	105	86
Medio Bajo	79	98	84	86	92	90	86	92	86	94	84	84
Bajo	55	28	40	76	84	48	54	59	52	33	41	67
Clientes:												
Bancos	109	114	125	117	117	126	109	120	115	122	120	112
Cajas	99	101	98	103	103	101	104	103	100	102	100	95

5.2. PRENSA DIARIA

En paralelo con el IEI, el porcentaje de lectores de diarios ha caído y regresado a su nivel de hace un año, un lamentable 40% en el que, una vez más, resulta especialmente alarmante que un escaso 35% de españoles menores de 30 años se informe a través de este medio. Este dato es cualitativamente el más importante de los que se manejan, pues la prensa ha sido considerada históricamente como el vehículo que requiere y que, por lo tanto, demuestra también, un mayor papel activo por parte de la persona que quiere informarse: La tele y la radio está ahí siempre, por lo que basta con sintonizar el programa y escuchar y/o ver, mientras que la lectura de un diario requiere la tarea de adquirirlo todos los días y/o pagarlo en muchos casos, además de ejercitar la lectura activa (mientras los diarios no sean sonoros). Por este motivo, cuando se mide la propensión de los españoles a informarse, se considera que el diario es el medio que mejor refleja la tendencia de quienes realmente buscan una información estable y completa, pues es el medio que genera un mayor esfuerzo físico, monetario e intelectual para quien lo lee.

Marzo se ha caracterizado por el nacimiento de un nuevo diario gratuito, el diario ADN, del que se tendrán cifras relativas superiores al 0,5% en los próximos meses probablemente. Mientras tanto, el mero hecho de que nazca un nuevo diario gratuito no hace sino confirmar la aceptación y despegue definitivo de la prensa gratuita en España, hasta el punto de que este grupo de prensa ocupa el 2º puesto del ranking de diarios en prensa en marzo, siendo 20 Minutos (1,8%) la quinta cabecera de España en porcentaje de lectores, solamente por detrás de El País (4,4%), Marca (2,1%), El Periódico (2,8%) y El Mundo (2,4%).

El liderazgo de El País, además de ser indiscutido por el conjunto de la sociedad, manifiesta su solidez, aunque en menor grado al que tenía hace un año, cuando alcanzaba el 4,5% de lectores de 18 y más años, en contraste con los diarios de centro derecha y derecha, cuyo porcentaje de lectores es algo superior al de marzo de 2005.

Hablar de prensa de ámbito nacional en España sigue siendo sinónimo de prensa madrileña, mientras que la prensa gratuita está estrechamente asociada a las grandes áreas metropolitanas donde es distribuida, y más concretamente, aquellas ciudades que ya poseen metro. De hecho, es suficiente con observar los lectores de El País, El Mundo, ABC y La Razón fuera de Madrid para comprobar que, en la casi totalidad de las provincias restantes, el diario más leído es, con diferencia, el diario local de cada una de dichas provincias, es decir que el liderazgo en el porcentaje de lectores que obtienen dichos diarios resulta de la suma de un gran número de lectores en Madrid y pequeños pedazos de lectores en cada provincia que, sumados en su conjunto, les aupán a esas posiciones de liderazgo.

Son cuatro los periódicos en superar el 2% de lectores de 18 y más años: El País (4,4%) y El Periódico (2,8%), El Mundo (2,4%) y Marca (2,1%).

Persiste la precariedad de las ventas de diarios en general, más particularmente los de provincias y se aleja la idea de recuperación que apuntaban los resultados de principios del 2005.

En todo caso, los lectores que muestran una mayor disposición a leer diarios coinciden con los que muestran índices de exposición por encima del nivel de equilibrio, es decir los de 30 a 49 años, con una posición social alta, un alto status socioeconómico familiar y afines a la derecha y centro derecha ideológica.

% de Lectores el Día de Ayer

	III-05	III-06	Var
El País	4,5	4,4	-0,1
ABC	0,7	0,9	+0,2
El Mundo	1,7	2,4	+0,7
El Periódico de Cataluña	2,4	2,8	+0,4
La Vanguardia	1,7	1,4	-0,3
Marca	1,4	2,1	+0,7

Cuadro 5.2.1.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Total Lectores Periódicos	40	42	46	45	45	45	44	42	41	44	46	40
Edad:												
-30 años	37	41	49	45	41	37	44	38	42	42	41	35
30-49 años	48	50	52	52	52	51	49	52	47	53	56	48
50-64 años	44	40	47	46	51	49	46	44	43	51	49	44
65 y más años	27	30	31	34	32	37	35	30	28	26	30	30
Posición Social:												
Baja	25	25	26	28	26	26	25	26	21	24	27	24
Media	41	46	52	50	51	50	49	47	46	51	50	44
Alta	68	69	68	71	67	68	70	65	67	63	71	64
Ideología:												
Izquierda	43	45	47	48	46	50	48	44	41	46	47	43
Centro	43	39	45	47	43	45	44	40	41	40	44	41
Derecha	44	50	53	51	56	54	50	52	51	58	56	50
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	56	54	57	55	58	57	53	53	48	54	51	50
Medio	33	35	41	41	38	37	40	38	37	41	45	37
Medio bajo	29	38	35	36	36	38	38	34	35	37	37	32
Bajo	18	7	25	33	29	20	22	20	21	12	16	19
Clientes de:												
Bancos	50	51	58	52	54	56	50	54	48	54	58	49
Cajas	42	42	45	45	44	45	46	42	42	44	44	40

Cuadro 5.2.2.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
El País	4,5	4,8	4,1	5,4	4,9	6,3	4,4	6,3	5,8	5,9	4,3	4,4
ABC	0,7	1,5	1,8	2,0	1,7	1,3	1,7	1,3	1,3	1,7	1,7	0,9
El Mundo	1,7	2,2	2,7	2,2	1,3	2,7	1,7	2,2	1,6	2,5	1,8	2,4
El Periódico de Cataluña	2,4	2,4	3,3	2,9	1,6	2,6	2,0	2,5	2,1	1,8	2,2	2,8
La Vanguardia	1,7	1,2	1,1	1,7	1,4	1,9	2,0	1,7	1,8	1,6	1,7	1,4
El Cor. Esp.-El Pueblo V.	1,8	1,6	1,5	2,1	1,7	1,8	2,9	1,8	2,0	2,0	1,9	1,2
Las Provincias	-	-	-	0,7	0,5	-	0,6	-	0,7	0,6	-	-
El Faro de Vigo	-	-	0,6	-	0,7	0,8	-	-	-	0,9	0,6	0,6
La Voz de Galicia	1,7	1,3	1,6	1,7	1,3	1,0	1,3	1,8	1,6	1,6	2,0	1,3
As	0,5	-	0,9	0,5	0,7	0,7	0,9	-	0,9	0,6	1,2	-
Heraldo de Aragón	0,5	1,0	-	0,7	1,2	1,5	1,3	1,6	-	0,7	0,5	1,1
Levante	-	1,0	1,2	0,5	1,3	0,8	1,0	1,1	0,8	0,7	0,8	-
Diario Vasco	0,6	1,1	1,5	0,7	1,2	1,3	0,8	0,9	-	0,7	1,1	1,1
El Día	0,7	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	-	0,9	0,5	-	-	-
La Verdad	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	1,1	0,8	1,2	-	-	0,8	0,7
Marca	1,4	2,7	2,6	2,2	2,2	2,2	1,4	1,5	2,2	1,6	2,0	2,1
La Nueva España	0,7	0,9	1,0	0,8	1,2	1,2	1,6	1,0	1,0	1,1	1,6	1,2
Diario Montañés	1,1	1,1	0,6	-	0,7	-	-	-	0,5	-	-	0,8
Diario de Navarra	1,0	0,8	1,0	1,0	0,7	-	0,8	-	0,7	0,5	0,7	0,7
Información	0,7	1,2	-	-	0,8	0,7	0,8	1,1	1,1	1,2	-	1,1
Norte de Castilla	1,3	1,0	1,7	1,1	1,6	0,7	0,9	1,1	0,9	1,2	1,0	0,6
Sur	0,7	1,0	1,9	1,2	1,7	1,4	1,5	1,0	0,9	2,0	2,2	0,9
Diario de Mallorca	-	-	-	0,5	0,7	-	0,6	-	-	-	-	-
Diario de León	-	1,0	-	0,5	1,0	0,9	0,5	1,2	0,7	-	0,8	-
Última Hora	1,2	1,0	-	0,5	0,5	0,9	0,5	0,5	0,7	0,8	0,7	0,6
El Ideal	0,6	-	-	-	-	-	-	0,5	0,5	0,5	0,5	-
Hoy	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	0,7	0,7
Diario de Cádiz	0,7	-	-	0,7	-	-	0,6	-	0,6	0,8	0,7	-
Progreso	-	-	-	0,5	-	-	0,5	-	-	-	-	-
El Periódico de Aragón	-	-	-	-	-	-	-	-	1,6	-	-	-
El Comercio	0,8	-	-	-	-	-	-	0,5	0,5	-	-	-
Sport	-	0,5	-	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-
La Región	0,8	0,6	-	-	-	-	0,7	-	-	-	-	0,7
Diario de Jaen	-	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-	-	-
La Provincia	-	0,5	-	0,7	0,7	-	-	-	-	0,9	0,5	0,6
La Opinión	-	-	-	0,7	-	0,6	0,9	-	0,5	0,5	0,9	-
La Razón	-	0,5	0,6	0,7	0,5	0,9	-	0,7	-	0,8	0,8	0,7
Mediterráneo	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Diario de Burgos	-	-	0,5	-	-	-	-	0,5	-	-	-	0,6
Gaceta Regional	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-
Diario de Tarragona	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Córdoba	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6	-
La Rioja	0,6	0,5	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mundo Deportivo	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Metro	0,7	1,2	0,8	0,5	0,9	1,1	0,7	0,7	0,7	0,6	1,2	-
20 Minutos	1,3	1,2	1,8	2,0	1,0	1,8	1,6	1,3	1,4	2,2	2,1	1,8
Qué	-	-	0,9	0,5	0,6	-	1,1	0,5	1,0	0,9	0,5	1,2
Egin	-	-	-	0,5	-	0,5	-	-	-	-	-	-

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

5.3. RADIO

Las polémicas que salpican a la COPE y a la SER en relación con las provocaciones de unos y otros en relación con las acusaciones vertidas sobre la fiabilidad de los datos del EGM o los tratos de favor recibidos por la SER durante el 11 M de 2004 , lejos de ayudar a estas cadenas, parecen estar perjudicando al conjunto de los informativos de radio, cada día más desprestigiados. Tal como sucede con la prensa diaria, los informativos de radio regresan a su pésimo nivel de hace un año, es decir que un 22% de los españoles de 18 y más años afirma escuchar estos espacios informativos, una cifra tres puntos porcentuales inferior a la del pasado mes de febrero.

Como ya se indicó hace un mes, la audiencia puede sintonizar un informativo porque comparte su línea editorial, pero rechaza su contenido cuando la crítica se radicaliza en exceso, anulando la facultad de la audiencia de deducir las cosas por sí misma.

Al comparar los datos de 2005 se constata que los informativos de radio en su conjunto no recuperan audiencia entre los afines a la derecha ideológica aunque la pierdan los afines al gobierno, a diferencia de lo que sucede en televisión.

Si exceptuamos el caso de RNE, se constata además que las cadenas que aúnan la casi totalidad de la oferta informativa radiofónica en España han conocido uno de sus peores resultados del año, o al menos así lo indican el 10 de la SER y el 4% de Onda Cero, mientras la COPE mantiene un 5% . Estos resultados confirman también otra premisa apuntada en investigaciones anteriores, según la cuál el conductor de un informativo, aún siendo una pieza muy importante para la audiencia, no es ni mucho menos la principal.

La audiencia de los informativos de la mañana pierde 3 puntos para situarse en un 20%. La opción privada de izquierdas, es decir la Cadena Ser, es la que mantiene el mayor respaldo (10% al mediodía y 4% por la tarde), mientras que la opción “pública” de izquierda mantiene su 4% matinal y un escaso 1% por la tarde.

Solamente Hoy por Hoy de la SER (10), supera el 5% de seguidores, cuando hace un mes eran cuatro los programas que superaban esta cifra.

Como ya se indicó en la introducción, uno de los datos más inquietantes reside en las dificultades de las cadenas para atraer al público con edades entre los 18 y los 29 años.

En este sentido, habría que subrayar que la audiencia de radio está profundamente desorientada porque observa que los temas tratados siguen siendo prácticamente los mismos que cuando el Partido Popular gobernaba. En la SER, la audiencia afín percibe que se mantiene su línea editorial exactamente igual, con la diferencia de que ahora ataca a la oposición en lugar de criticar al gobierno, dado que los partidos que ocupaban estas posiciones están invertidos. En la COPE sucede exactamente lo mismo con el Partido Popular. En tales circunstancias, las líneas editoriales que hace unos años trataban de aparentar independencia y objetividad ahora manifiestan una clara intención de imponer sus criterios en lugar de permitir a la audiencia que fije sus propias posiciones con una información contrastada. En estas circunstancias, cabría preguntarse si el incremento de audiencia no obedecería a que el debate en las cadenas de radio ya no se polariza solamente sobre los ejes izquierda y derecha ideológica, sino también sobre otros que tienen más desconcertados a los propios conductores de los informativos a la hora de diseñar sus líneas editoriales, como los simpatizantes y detractores de aprobar el Estatuto de Cataluña, cuya alineación no coincide en este caso con la ideología, o los aplausos o críticas a la Ley antitabaco.

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

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

No debe extrañar por lo tanto que la Cadena SER conserve el liderazgo en todas las franjas horarias, manteniendo su ventaja sobre las cadenas restantes gracias a la reciente

y progresiva captación de un público más joven, lo que le permite distanciarse en seis puntos por las mañanas en relación con la COPE.

Con todo, el índice general sigue siendo bajo y confirma la progresiva desintegración de la audiencia en las cuatro cadenas más importantes de España, convirtiendo el espectro radiofónico en un mercado excesivamente atomizado donde la cadena SER y RNE acogen ahora a la audiencia más afín a la ideología de izquierda y donde COPE capitaliza la audiencia situada ideológicamente en el centro y la derecha.

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

Cuadro 5.3.1.

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

MARZO 2005	Total Muestra	Total Oyentes	Mañana 6-10 h.	Tarde 5-8 h.
TOTAL	(1200)	(261)	(244)	(96)
	%			
Edad:				
18 a 29 años	23	14	13	13
30 a 49 años	37	38	37	40
50 a 64 años	19	23	25	23
65 y más años	21	24	25	24
Posición Social:				
Baja	34	26	25	22
Media	51	54	53	57
Alta	15	20	21	21
Ideología:				
Izquierda	42	46	46	52
Centro	24	18	17	14
Derecha	15	22	22	23
Hábitat de Residencia:				
Rural	24	24	22	18
Urbano	50	48	49	57
Metropolitano	25	28	29	26
Educación del entrevistado:				
Baja	29	24	25	21
Media	56	55	54	58
Alta	14	21	21	20
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	36	44	43	44
Medio	48	41	41	39
Medio Bajo/Bajo	16	15	16	17
Cientes de:				
Bancos	24	30	30	26
Cajas	76	77	77	73
Exposición a la Información:				
Alta	12	56	55	63
Media	35	42	43	36
Baja	44	2	2	1

Cuadro 5.3.2.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
TOTAL	(1.203)	(1.212)	(1.200)	(1.222)	(1.216)	(1.216)	(1.203)	(1.205)	(1.207)	(1.207)	(1.209)	(1.200)
Entre 6 y 10 h. Mañana												
- "La Mañana" (COPE)	5	5	5	5	6	5	5	6	6	6	6	5
- "Herrera en la Onda" (ONDA CERO)	5	7	4	4	6	5	3	4	5	7	6	4
- "Hoy por Hoy" (SER)	8	9	9	11	10	10	9	10	10	12	9	10
- "Buenos días" (RNE)	3	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4
- "Protagonistas" (PUNTO RADIO)	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
% Radioyentes de Mañana	20	24	20	23	24	22	20	24	23	26	23	20
Entre 5 y las 8 h. Tarde												
- "La Ventana" (SER)	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4
- "La Tarde con Cristina" (COPE)	2	2	2	2	1	1	3	2	3	2	2	1
- "Gomaespuma" (Onda Cero)	2	4	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2
- "El Tranvía" (RNE)	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
- "Campoy en su punto" (PUNTO RADIO)	*	1	*	*	*	*	1	*	*	*	*	*
% Radioyentes de Tarde	8	12	9	10	7	8	9	8	9	9	9	8
% Total de Oyentes de Informativos	22	26	23	24	26	24	21	26	24	28	25	22

Nota: Hasta octubre 2.004 el total de oyentes de informativos incluía también los oyentes de la noche.

Cuadro 5.3.3.

Perfil de Radioyentes de los Sigüientes Programas de Radio.

MARZO 2006	Total	Mañana					Tarde				
		Herrera La Mañana	en la Onda	Hoy por hoy	Buenos días	Protagonistas	La Ventana	La Tarde	Gomaes -puma	El Tranvía	Campoy en su punto
TOTAL	(1200)	(58)	(50)	(114)	(41)	(12)	(47)	(17)	(18)	(14)	(4)
		%									
Edad:											
18 a 29 años	23	9	9	17	10	9	11	6	35	-	-
30 a 49 años	37	36	40	37	29	42	38	48	34	22	76
50 a 64 años	19	33	21	27	25	24	26	28	21	21	24
65 y más años	21	22	30	20	35	24	25	18	11	57	-
Posición Social:											
Baja	34	29	22	22	31	32	25	24	6	29	50
Media	51	52	62	50	48	50	54	53	78	49	50
Alta	15	19	16	28	22	17	21	23	17	22	-
Ideología:											
Izquierda	42	14	36	69	31	51	71	18	45	43	74
Centro	24	15	18	12	34	16	8	18	17	14	26
Derecha	15	49	30	7	19	24	12	40	33	22	-
Hábitat de Residencia:											
Rural	24	29	12	23	21	25	21	17	-	21	50
Urbano	50	46	48	53	46	33	54	54	73	44	50
Metropolitano	25	25	40	24	33	42	25	29	27	35	-
Educación del entrevistado:											
Baja	29	25	24	21	38	25	29	18	16	29	-
Media	56	57	56	56	31	59	59	65	50	42	100
Alta	14	17	18	23	29	17	13	17	34	29	-
Status Socioeconómico Familiar:											
Alto, Medio alto	36	48	44	45	38	42	36	47	50	43	51
Medio	48	41	36	42	41	33	42	35	39	44	49
Medio Bajo/Bajo	16	12	20	14	21	24	23	18	10	14	-
Cientes de:											
Bancos	24	36	22	31	36	34	25	30	17	29	25
Cajas	76	69	86	79	67	83	75	53	94	71	75
Exposición a la Información:											
Alta	12	58	52	56	50	74	61	59	72	57	75
Media	35	40	44	43	45	26	37	41	28	43	25
Baja	44	2	4	1	5	-	2	-	-	-	-

5.4 TELEVISION

El pasado mes de febrero se indicaba que la audiencia había perdido interés por la información durante los últimos días porque los informativos se estaban nutriendo de “más de lo mismo”, es decir más Estatut, más Opa de Gas Natural y más enfrentamiento en política antiterrorista, aunque sin apreciar “nada nuevo bajo el sol”. Lo cierto es que un 88% de los españoles de 18 y más años afirma haber visto algún informativo en este medio, una cifra un punto menor que la registrada en marzo de 2005 y un punto superior a la del mes pasado.

La situación actual perjudica una vez más a los informativos del mediodía como a los de la tarde noche. Los primeros cuentan con un respaldo del 77%, dos puntos menos que hace un año mientras que los informativos de la tarde noche son vistos por un 76% de los españoles de 18 y más años, igual que hace un año.

Sin embargo, el reparto de dicha audiencia vuelve a favorecer a La primera, que mantiene sus porcentajes de seguidores, mientras que A3TV pierde la porción de audiencia que le permitió igualar a la cadena pública en febrero, y ello puede obedecer al desencanto de una parte de la audiencia d derechas tras algunos de los excesos verbales de sus dirigentes en relación con la política anti terrorista.

No obstante A3TV mantiene una amplia ventaja sobre su rival privado Telecinco, al distanciarse en seis puntos porcentuales al mediodía y uno por la tarde.

Las causas del hundimiento de los informativos de Telecinco al mediodía han sido explicados en informes anteriores: La audiencia no entiende bien Telecinco siga cumpliendo el mismo papel editorial que cuando gobernaba el Partido Popular, es decir de crítica a dicho partido, con la diferencia de que hace dos años que es el PSOE, y no el Partido Popular, el partido que gobierna, o lo que es lo mismo, algo que se comprende con dificultad desde una audiencia acostumbrada a esperar que los medios de información sometan a examen regular a quien gobierna y no a quien ejerce la oposición. Un tercer motivo, directamente vinculado con el anterior, sería que Telecinco ya no tiene la exclusiva editorial de defender las tesis del PSOE, pues es Televisión Española quien ejerce oficialmente ese papel desde que el PSOE ganó las elecciones, restándole seguidores. Como se ha explicado en numerosos estudios anteriores, la

orientación editorial de los informativos de La Primera de TVE, como Ente Público, está siempre sesgada a favorecer, o al PSOE o al Partido Popular, sino al partido que gobierna en ese momento.

La presentadora de La Primera de TVE al mediodía (30%), Ana Blanco, lidera nuevamente en solitario su informativo matinal.

Audiencia en 03/2006	Mediodía	Tarde Noche
La Primera de TVE	30%	24%
Telecinco	20%	22%
Antena 3 TV	26%	23%

La 2 permanece estancada en el 4% de seguidores, tendiendo a convertirse en un programa de élite por las causas ya descritas en sondeos anteriores. Su principal consuelo sería en estos momentos pensar que aún recibe un apoyo superior que el informativo conducido por Iñaki Gabilondo en Cuatro, que no pasa de un triste 3%.

En cualquier caso, la estructura de la audiencia de boletines informativos de televisión es muy estable, es decir que, entre un mes y otro, aunque aumente o disminuya el número de televidentes y sus preferencias en cuanto a la programación, ello no afecta apenas al nivel de audiencia de informativos ni a su tipología a nivel global, por lo que los grupos que habitualmente conectan en mayor proporción son los de 30 a 49 años , de posición social media (51%) y con ideología de izquierda (46%). De hecho, los porcentajes que se registran para cada uno de estos grupos difieren de forma poco significativa con respecto a los registrados en meses anteriores.

Tal como se muestra en el siguiente cuadro, este mes se aprecia por primera vez una caída clara de la audiencia:

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Inform. Mediodía:												
TVE1	33	28	29	33	32	32	28	34	36	34	30	30
Antena 3 TV	23	22	26	24	27	25	27	26	26	30	30	26
Tele 5	23	26	24	23	25	24	24	26	21	23	21	20
Informativo Noche												
TVE1	28	25	24	29	27	27	24	29	26	31	25	24
Antena 3 TV	22	20	23	22	21	22	21	22	24	24	25	23
Tele 5	25	23	25	22	23	23	22	24	23	25	22	22

Otra de las observaciones que merece una atención especial es el grado de seguimiento que tienen los boletines informativos de cada canal autonómico dentro de su Comunidad Autónoma. En este sentido, se ha podido constatar que el porcentaje de personas que sigue estos espacios al mediodía resulta especialmente significativo entre el 36% de catalanes que ven TV3.

Por la noche, la proporción de seguidores catalanes que ven TV3 (37%) contrasta con el escaso apoyo a otras cadenas autonómicas. En ambos casos, los porcentajes indican que las autonómicas también pierden este mes una parte de sus seguidores.

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

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

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

Cuadro 5.4.1.

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

MARZO 2006	Total Muestra (1200)	Total audiencia (1058)	Audiencia		
			Mediodía (921)	Noche (908)	Madrugada (101)
TOTAL			%		
Edad:					
18 a 29 años	23	22	22	22	29
30 a 49 años	37	36	35	37	42
50 a 64 años	19	20	20	20	14
65 y más años	21	21	23	21	15
Posición Social:					
Baja	34	33	35	33	25
Media	51	51	51	52	49
Alta	15	16	14	16	26
Ideología:					
Izquierda	42	43	44	44	38
Centro	24	24	23	24	33
Derecha	15	16	17	16	14
Hábitat de Residencia:					
Rural	24	25	26	26	20
Urbano	50	50	50	50	60
Metropolitano	25	25	24	23	20
Educación del entrevistado:					
Baja	29	29	30	29	21
Media	56	57	57	57	61
Alta	14	14	13	14	18
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	36	37	36	37	47
Medio	48	47	48	46	39
Medio Bajo/Bajo	16	16	16	16	14
Cientes de:					
Bancos	24	24	23	24	36
Cajas	76	76	76	77	71
Exposición a la Información:					
Alta	12	14	15	14	20
Media	35	39	38	40	36
Baja	44	47	47	46	44

Cuadro 5.4.2.

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

	III-05		IV-05		V-05		VI-05		VII-05		IX-05	
Total	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<u>MEDIODÍA</u>												
- TVE-1	(1.203)	33	(1.212)	28	(1.200)	29	(1.222)	33	(1.216)	32	(1.216)	32
- Antena 3	(1.203)	23	(1.212)	22	(1.200)	26	(1.222)	24	(1.216)	27	(1.216)	25
- Tele 5	(1.203)	23	(1.212)	26	(1.200)	24	(1.222)	23	(1.216)	25	(1.216)	24
Canales Autonómicos:												
-Andalucía: Canal Sur	(211)	22	(212)	22	(211)	24	(213)	16	(212)	26	(213)	18
- Cataluña: TV3	(191)	52	(192)	45	(195)	39	(195)	36	(192)	31	(193)	43
- Com. Valenciana: C9	(123)	20	(124)	23	(124)	18	(124)	25	(124)	19	(123)	13
- Galicia: TV G	(84)	30	(84)	19	(84)	22	(84)	20	(84)	29	(84)	14
- Madrid: Telemadrid	(158)	12	(162)	9	(161)	12	(171)	9	(164)	18	(160)	11
- País Vasco: ETB 2	(65)	29	(64)	34	(66)	47	(66)	45	(66)	39	(66)	30
% Televidentes de Mediodía	(1.203)	79	(1.212)	76	(1.200)	77	(1.222)	77	(1.216)	81	(1.216)	80
<u>NOCHE:</u>												
- TVE 1	(1.203)	28	(1.212)	25	(1.200)	24	(1.222)	29	(1.216)	27	(1.216)	27
- La 2	(1.203)	6	(1.212)	7	(1.200)	6	(1.222)	6	(1.216)	6	(1.216)	5
- Antena 3	(1.203)	22	(1.212)	20	(1.200)	23	(1.222)	22	(1.216)	21	(1.216)	22
- Tele 5	(1.203)	25	(1.212)	23	(1.200)	25	(1.222)	22	(1.216)	23	(1.216)	23
- La Cuatro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(211)	16	(212)	16	(211)	19	(213)	16	(212)	19	(213)	16
- Cataluña: TV3	(191)	51	(192)	39	(195)	31	(195)	34	(192)	29	(193)	41
- Comunidad Valenciana:C9	(123)	17	(124)	22	(124)	9	(124)	23	(124)	10	(123)	9
- Galicia: TVG	(84)	20	(84)	28	(84)	30	(84)	31	(84)	40	(84)	37
- Madrid: Telemadrid	(158)	8	(162)	10	(161)	10	(171)	9	(164)	18	(160)	11
- País Vasco: ETB 2	(65)	55	(64)	28	(66)	39	(66)	51	(66)	40	(66)	20
% Televidentes de Noche	(1.203)	76	(1.212)	74	(1.200)	73	(1.222)	76	(1.216)	74	(1.216)	73
<u>MADRUGADA:</u>												
- TVE-1	(1.203)	3	(1.212)	2	(1.200)	2	(1.222)	3	(1.216)	2	(1.216)	2
- Antena-3	(1.203)	2	(1.212)	1	(1.200)	2	(1.222)	1	(1.216)	1	(1.216)	2
- Tele 5	(1.203)	3	(1.212)	2	(1.200)	3	(1.222)	3	(1.216)	2	(1.216)	2
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(211)	2	(212)	-	(211)	1	(213)	-	(212)	-	(213)	1
- Cataluña: TV3	(191)	1	(192)	-	(195)	-	(195)	1	(192)	1	(193)	-
- Galicia: TVG	(84)	-	(84)	-	(84)	-	(84)	-	(84)	-	(84)	-
- País Vasco: ETB 2	(65)	2	(64)	-	(66)	2	(66)	-	(66)	-	(66)	-
% Televid.de Madrugada	(1.203)	9	(1.212)	5	(1.200)	7	(1.222)	7	(1.216)	4	(1.216)	5
% Total de Televidentes	(1.203)	89	(1.212)	85	(1.200)	86	(1.222)	86	(1.216)	88	(1.216)	88

Cuadro 5.4.2. (Continuación)

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

	X-05		XI-05		XII-05		I-06		II-06		III-06	
Total	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
MEDIODÍA												
- TVE-1	(1.203)	28	(1.205)	34	(1.207)	31	(1.207)	34	(1.209)	30	(1.200)	30
- Antena 3	(1.203)	27	(1.205)	26	(1.207)	26	(1.207)	30	(1.209)	30	(1.200)	26
- Tele 5	(1.203)	24	(1.205)	26	(1.207)	21	(1.207)	23	(1.209)	21	(1.200)	20
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(208)	22	(209)	22	(212)	21	(211)	15	(211)	14	(209)	21
- Cataluña: TV3	(193)	44	(193)	35	(187)	37	(194)	37	(192)	35	(190)	36
- Com. Valenciana: C9	(117)	25	(122)	24	(120)	18	(116)	26	(123)	27	(123)	24
- Galicia: TV G	(85)	13	(83)	19	(84)	18	(84)	8	(84)	11	(84)	14
- Madrid: Telemadrid	(160)	13	(160)	16	(162)	15	(162)	12	(159)	12	(160)	10
- País Vasco: ETB 2	(66)	38	(66)	36	(66)	52	(65)	34	(62)	47	(65)	25
% Televidentes de Mediodía	(1.203)	77	(1.205)	77	(1.207)	78	(1.207)	80	(1.209)	78	(1.200)	77
NOCHE:												
- TVE 1	(1.203)	24	(1.205)	29	(1.207)	26	(1.207)	31	(1.209)	25	(1.200)	24
- La 2	(1.203)	5	(1.205)	6	(1.207)	6	(1.207)	6	(1.209)	5	(1.200)	4
- Antena 3	(1.203)	21	(1.205)	22	(1.207)	24	(1.207)	24	(1.209)	25	(1.200)	23
- Tele 5	(1.203)	22	(1.205)	24	(1.207)	23	(1.207)	25	(1.209)	22	(1.200)	22
- La Cuatro	-	-	-	-	-	-	(1.207)	3	(1.209)	4	(1.200)	3
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(208)	23	(209)	18	(212)	16	(211)	16	(211)	12	(209)	21
- Cataluña: TV3	(193)	41	(193)	37	(187)	36	(194)	34	(192)	32	(190)	37
- Comunidad Valenciana: C9	(117)	19	(122)	24	(120)	15	(116)	18	(123)	21	(123)	13
- Galicia: TVG	(85)	38	(83)	12	(84)	23	(84)	14	(84)	31	(84)	31
- Madrid: Telemadrid	(160)	13	(160)	13	(162)	12	(162)	12	(159)	9	(160)	12
- País Vasco: ETB 2	(66)	44	(66)	48	(66)	47	(65)	26	(62)	42	(65)	32
% Televidentes de Noche	(1.203)	73	(1.205)	73	(1.207)	73	(1.207)	78	(1.209)	74	(1.200)	76
MADRUGADA:												
- TVE-1	(1.203)	4	(1.205)	3	(1.207)	3	(1.207)	3	(1.209)	1	(1.200)	3
- Antena-3	(1.203)	2	(1.205)	2	(1.207)	2	(1.207)	2	(1.209)	2	(1.200)	3
- Tele 5	(1.203)	2	(1.205)	2	(1.207)	2	(1.207)	2	(1.209)	2	(1.200)	2
Canales Autonómicos:												
- Andalucía: Canal Sur	(208)	1	(209)	-	(212)	2	(211)	3	(211)	1	(209)	4
- Cataluña: TV3	(193)	6	(193)	3	(187)	3	(194)	8	(192)	-	(190)	-
- Galicia: TVG	(85)	-	(83)	-	(84)	-	(84)	-	(84)	-	(84)	-
- País Vasco: ETB 2	(66)	-	(66)	-	(66)	-	(65)	-	(62)	3	(65)	-
% Televidentes de Madrugada	(1.203)	8	(1.205)	7	(1.207)	7	(1.207)	8	(1.209)	5	(1.200)	8
% Total de Televidentes	(1.203)	88	(1.205)	87	(1.207)	87	(1.207)	92	(1.209)	87	(1.200)	88

Cuadro 5.4.3.

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

MARZO 2006	Total	MEDIODÍA			NOCHE					MADRUGADA		
		TVE1	Antena 3	Tele 5	TVE1	La 2	Antena 3	Tele 5	La Cuatro	TVE1	Antena 3	Tele 5
TOTAL	(1200)	(355)	(310)	(241)	(294)	(46)	(274)	(267)	(38)	(37)	(39)	(24)
					%							
Edad:												
18 a 29 años	23	12	26	31	14	34	24	28	31	20	36	31
30 a 49 años	37	32	41	37	33	30	41	40	48	41	44	50
50 a 64 años	19	25	18	17	25	14	22	21	13	21	7	12
65 y más años	21	32	15	15	28	21	13	12	8	19	13	8
Posición Social:												
Baja	34	43	29	27	37	30	32	26	25	35	18	13
Media	51	46	56	54	50	50	52	56	43	33	63	50
Alta	15	11	15	19	13	19	15	19	32	32	18	37
Ideología:												
Izquierda	42	39	29	58	39	46	31	53	67	41	16	71
Centro	24	25	30	16	29	34	27	20	13	48	34	9
Derecha	15	17	25	10	15	13	25	11	3	3	28	4
Hábitat de Residencia:												
Rural	24	30	22	21	30	16	27	23	16	27	19	4
Urbano	50	46	54	55	45	39	53	53	49	46	63	75
Metropolitano	25	24	24	25	25	45	20	24	35	27	19	20
Educación del entrevistado:												
Baja	29	42	21	18	37	23	23	20	11	29	16	13
Media	56	49	66	64	51	48	65	64	51	57	61	63
Alta	14	9	12	18	11	28	13	15	38	13	24	25
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	36	32	40	42	32	40	40	45	41	33	45	62
Medio	48	49	45	47	46	36	46	44	46	43	45	29
Medio Bajo/Bajo	16	19	15	12	22	23	14	11	13	24	10	9
Clientes de:												
Bancos	24	24	23	26	28	21	25	28	16	38	32	46
Cajas	76	73	76	73	72	83	76	73	83	68	84	71
Exposición a la Información:												
Alta	12	16	15	15	14	18	18	15	27	14	14	29
Media	35	33	40	40	36	43	40	40	45	40	37	29
Baja	44	52	45	45	49	39	43	44	28	46	50	42

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

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

Es importante subrayar que todos los sondeos realizados durante el último año tienden a situar a las cadenas de televisión como mayoritariamente neutras, si bien la desproporción clamorosa entre quienes perciben favoritismo al PP o al PSOE “delata” la intencionalidad editorial de cada una de ellas. Es importante esta matización, dado que no sucede lo mismo con las cadenas de radio y los principales diarios, cuya tendencia ideológica es tan evidente que los que perciben neutralidad dejan de ser mayoría. En marzo, las diferencias entre los dos partidos mayoritarios en política antiterrorista y su persistente enfrentamiento con motivo de la política anti terrorista y el debate del Estatut explican la persistencia de favoritismos editoriales en los medios estudiados que son más palpables a ojos de la opinión pública.

Así se explicaría que los porcentajes de individuos que perciben favoritismo al PSOE hayan aumentado nuevamente de forma conjunta, sobre todo en los más afines (Ser País, TVE y Cuatro), observando el fenómeno recíproco en lo que afecta a favoritismo hacia el PP en COPE, ABC, El Mundo y A3TV.

MARZO 2006	Más favorable al PSOE	Más favorable al PP
TVE 1	31%	3
El País	29%	2
La SER	26%	2
Tele 5	17%	6
RNE	17%	2
La Cuatro	16%	2
Onda Cero	3%	9
El Mundo	5%	22
Antena 3	6%	23
COPE	1%	32
ABC	3%	33

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

Cuadro 5.5.1.

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

MARZO 2006	Más favorable al PSOE	Más bien neutro-	Más favorable al PP	Más favorable a otros partidos	NS/NC
Canales de TV					
TVE 1	31%	30	3	*	37
Antena 3	6%	31	23	*	40
Tele 5	17%	34	6	1	42
La Cuatro	16%	27	2	1	54
Canal Autonómico	10%	23	10	9	49
Cadenas de Radio					
RNE	17%	17	2	*	65
La SER	26%	12	2	*	60
COPE	1%	9	32	1	58
Onda Cero	3%	16	9	1	72
Punto Radio	2%	14	5	1	78
Periódicos					
ABC	3%	8	33	1	56
El País	29%	12	2	*	57
El Mundo	5%	12	22	1	60

Cuadro 5.5.2.

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

	III-05	IV-05	V-05	VI-05	VII-05	IX-05	X-05	XI-05	XII-05	I-06	II-06	III-06
Canales de TV												
TVE 1	124	123	127	130	134	130	131	131	130	132	128	128
Antena 3	80	87	83	84	80	81	79	81	80	80	80	83
Tele 5	111	112	120	114	117	113	110	108	110	112	110	111
La Cuatro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	114	115	113
Canal Autonómico	101	96	96	101	100	98	93	96	94	98	98	100
Cadenas de Radio												
RNE	111	115	112	116	120	117	114	117	115	119	116	115
La SER	122	122	123	121	120	121	118	121	123	119	122	123
COPE	75	78	75	77	72	73	77	73	70	70	74	70
Onda Cero	89	88	89	87	88	90	90	90	89	91	92	93
Punto Radio	96	95	94	93	98	95	94	94	93	98	98	97
Periódicos												
ABC	70	71	72	73	67	71	73	69	67	67	70	70
El País	128	125	126	127	131	126	126	128	128	128	128	127
El Mundo	83	82	81	83	83	83	82	84	79	79	83	83

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

Ejemplo:

Antena 3 Más favorable al PSOE Más favorable al PP
 6% 23%

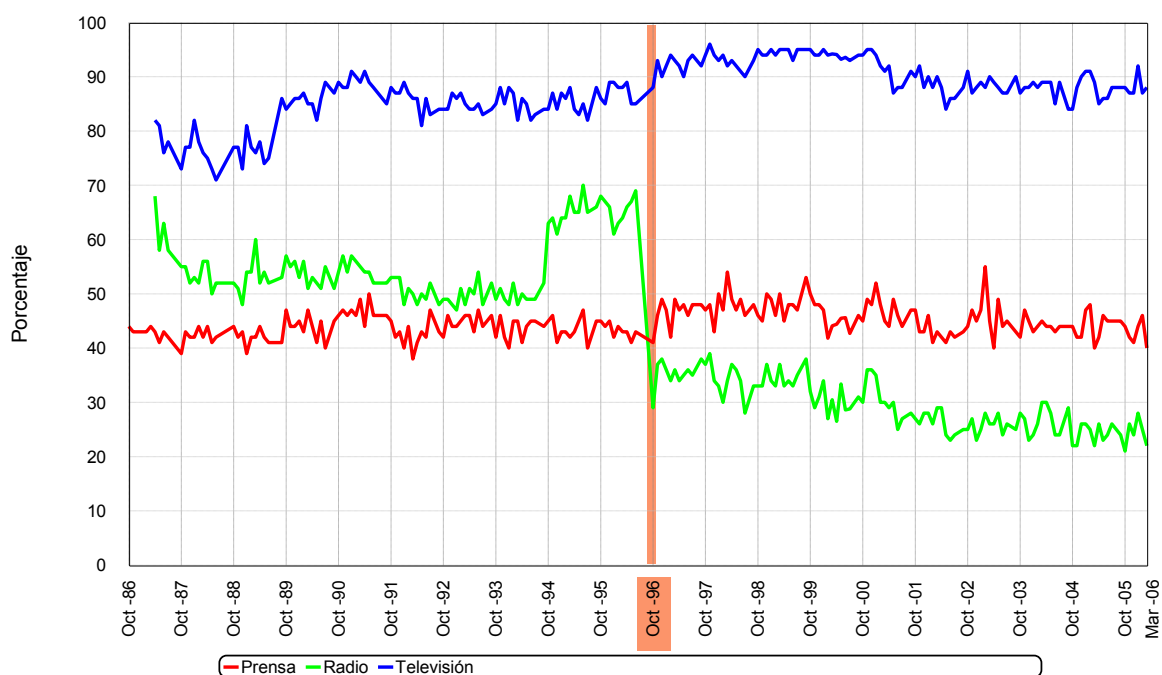
Índice = $100 + 6 - 23 = 83$

Cuadro 5.5.3

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

		CADENAS DE TV					CADENAS DE RADIO					PERIODICOS		
MARZO 2006	Total	TVE1	A3	Tele 5	La Cuatro	Canales Autonómicos	RNE	SER	COPE	Onda Cero	Punto Radio	ABC	El País	El Mundo
TOTAL	(1200)	128	83	111	113	100	115	123	70	93	97	70	127	83
Edad:														
18 a 29 años	(277)	127	79	111	115	103	110	119	69	93	97	70	126	81
30 a 49 años	(441)	134	79	111	113	99	119	129	63	89	96	65	132	81
50 a 64 años	(233)	127	84	110	118	97	117	124	70	95	98	72	128	82
65 y más años	(249)	120	95	109	109	102	111	118	80	99	99	78	119	90
Posición Social:														
Baja	(402)	122	92	112	109	102	110	118	79	99	99	80	118	93
Media	(616)	129	81	110	114	102	117	125	67	91	97	69	128	82
Alta	(182)	138	73	109	120	88	119	132	57	89	95	51	146	65
Ideología:														
Izquierda	(506)	123	72	109	114	99	112	125	64	88	95	65	126	75
Centro	(290)	136	91	110	112	97	119	126	67	95	98	64	132	88
Derecha	(184)	145	91	119	120	104	126	128	73	97	100	74	136	83
Hábitat de Residencia:														
Rural	(294)	130	79	113	119	106	115	127	66	90	96	68	126	89
Urbano	(601)	130	86	113	113	100	117	123	69	95	98	72	127	83
Metropolitano	(305)	123	83	103	110	94	111	121	74	91	98	66	128	78
Educación del entrevistado:														
Baja	(351)	118	96	108	111	102	109	115	80	99	99	81	114	93
Media	(672)	130	82	111	113	99	117	126	67	92	98	69	129	83
Alta	(170)	142	64	114	122	99	118	132	58	88	93	49	149	64
Status Socioeconómico Familiar:														
Alto, Medio alto	(433)	138	78	115	119	100	122	132	59	91	95	59	138	77
Medio	(580)	123	85	109	111	101	111	119	73	94	99	75	122	87
Medio Bajo/Bajo	(187)	122	88	106	107	99	110	117	82	96	98	81	120	85
Cientes de:														
Bancos	(287)	131	79	106	117	98	119	122	68	93	97	65	132	75
Cajas	(910)	128	83	113	114	100	115	127	67	92	97	69	128	84
Exposición a la Información:														
Alta	(146)	152	72	116	126	102	132	151	38	83	94	51	146	64
Media	(424)	132	77	113	118	99	115	131	64	90	98	63	133	80
Baja	(523)	123	89	110	109	100	113	114	79	97	97	78	121	88

AUDIENCIA DE MEDIOS INFORMATIVOS

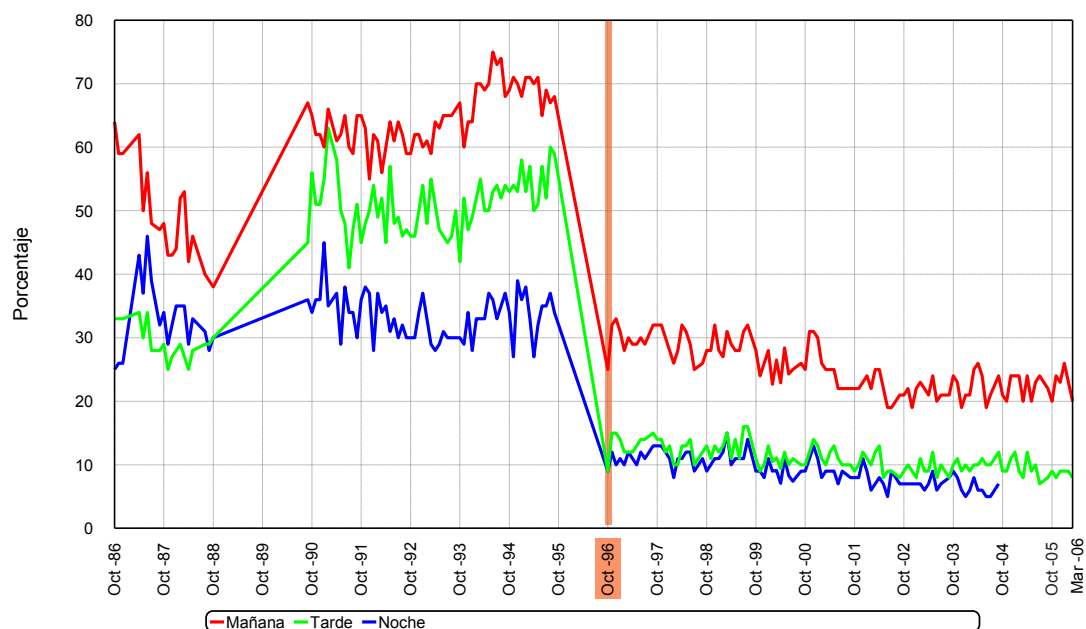


En X- 96 se ha modificado la pregunta para especificar audiencia el día anterior a la entrevista

A partir de X -04 las preguntas sobre radio se limitan a mañanas y tardes

Fuente: Banco de Datos ASEP

AUDIENCIA DE PROGRAMAS DE RADIO: INFORMATIVOS Y MAGAZINES

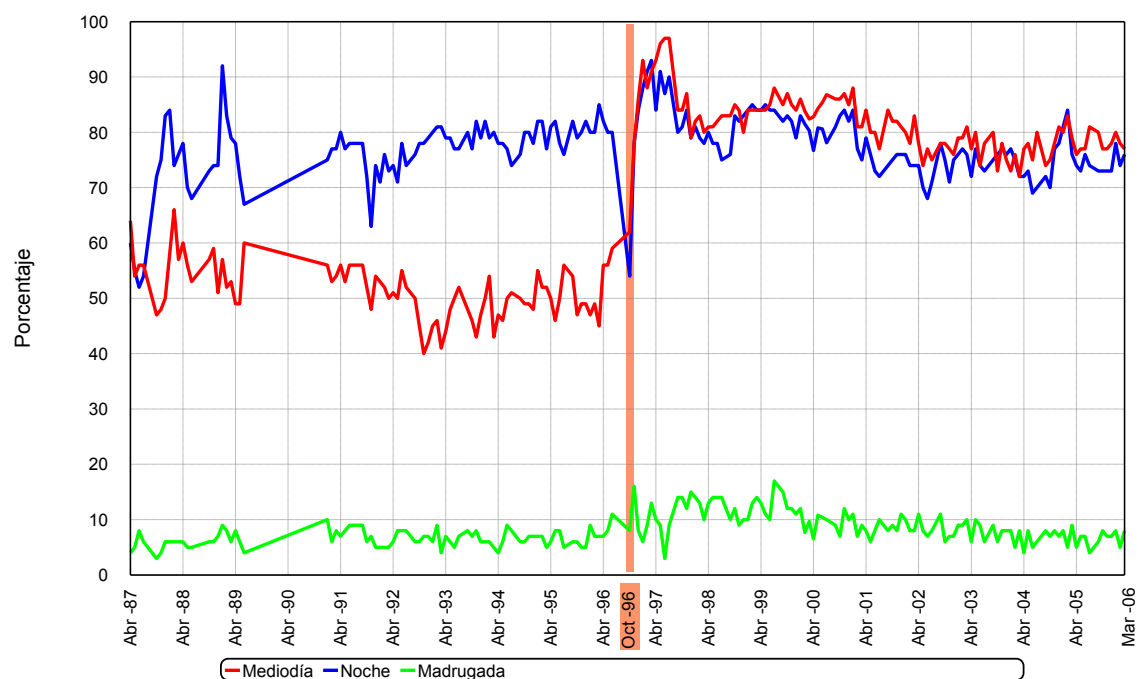


En X- 96 se ha modificado la pregunta para especificar audiencia el día anterior a la entrevista.

A partir de X -04 las preguntas sobre radio se limitan a mañanas y tardes

Fuente: Banco de Datos ASEP

AUDIENCIA DE PROGRAMAS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN



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

Fuente: Banco de Datos ASEP

6. LA ACTUALIDAD

6. La Actualidad

Las preguntas sobre la actualidad este mes se refieren una vez más al proyecto de nuevo estatuto para Cataluña, la lucha contra el terrorismo de ETA, a la labor del Gobierno a través de sus políticas, y de manera específica este mes a la dimisión, por sorpresa, del presidente del Real Madrid. También se han incluido algunas preguntas sobre los valores de los españoles como preparación para el estudio que se realizará dentro de la oleada 2005-2007 de la Encuesta Mundial de Valores.

6.1. EL ESTATUTO CATALÁN

El debate sobre el proyecto de nuevo estatuto para Cataluña sigue interesando y dividiendo a la opinión pública española, pues tanto los medios de comunicación como los propios políticos lo mantienen como tema principal de sus intervenciones.

Concretamente, un tercio de los entrevistados cree que el debate “está rebajando las pretensiones del proyecto inicial”, otro tercio opina que el debate “no está haciendo modificaciones importantes”, y el tercio restante no opina sobre esta cuestión.

En todos los segmentos sociales el porcentaje de los entrevistados que creen que el debate está rebajando las pretensiones del proyecto inicial es muy similar al porcentaje de los que opinan que el debate no está haciendo modificaciones importantes (un tercio cada una de las opiniones).

Pero mientras que un 22% de los entrevistados aprobarían el nuevo texto resultante de los cambios introducidos en el debate (un 5% con toda seguridad y un 17% probablemente), un 34% no aprobarían el proyecto de estatuto tal y como está siendo aprobado en la Comisión Constitucional (un 14% probablemente no lo aprobaría y un 20% no lo aprobaría con toda seguridad).

Los entrevistados de posición social alta, los de izquierda, los que se sienten más nacionalistas que españoles, los satisfechos con el Gobierno y los votantes del PSOE, IU y partidos nacionalistas de centro y derecha son los únicos grupos de la muestra que aprobarían el nuevo estatuto de Cataluña teniendo en cuenta los cambios introducidos en el debate.

Cuadro 6.1.1.

Opinión respecto al debate sobre el proyecto de estatuto para Cataluña,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	(1)	(2)	Ns/Nc
Total	(1200)	30%	31	39
<u>Edad:</u>				
18 a 29 años	(277)	29%	32	39
30 a 49 años	(441)	33%	33	34
50 a 64 años	(233)	31%	30	39
65 y más años	(249)	23%	28	49
<u>Posición Social</u>				
Baja	(402)	24%	21	55
Media	(616)	30%	36	35
Alta	(182)	43%	37	20
<u>Ideología</u>				
Izquierda	(506)	39%	30	32
Centro	(290)	29%	33	38
Derecha	(184)	22%	45	33
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>				
Alto, Medio alto	(433)	32%	39	28
Medio	(580)	32%	26	41
Medio Bajo/Bajo	(187)	15%	27	59
<u>Clientes de</u>				
Bancos	(287)	33%	33	35
Cajas	(910)	31%	32	37
<u>Hábitat:</u>				
Rural	(294)	31%	27	42
Urbano	(601)	28%	31	41
Metropolitano	(305)	31%	35	34
<u>Exposición a la Información:</u>				
Alta	(146)	44%	35	22
Media	(424)	38%	35	27
Baja	(523)	22%	30	48
Ninguna	(106)	15%	15	70
<u>Nacionalismo</u>				
Más nacionalista	(226)	38%	18	44
Tan nac. como esp	(631)	27%	37	36
Más español	(313)	30%	29	42
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>				
Satisfechos	(546)	37%	30	34
Indiferentes	(247)	21%	25	54
Insatisfechos	(370)	27%	39	33
<u>Satisfacción con la Democracia</u>				
Satisfechos	(911)	32%	31	37
Indiferentes	(134)	21%	24	55
Insatisfechos	(147)	24%	37	39

- 1) El debate está rebajando las pretensiones del proyecto inicial
- 2) El debate no está haciendo modificaciones importantes

Cuadro 6.1.1. (Continuación)

Opinión respecto al debate sobre el proyecto de estatuto para Cataluña,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	(1)	(2)	Ns/Nc
Total	(1200)	30%	31	39
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2004</u>				
PP	(233)	24%	48	28
PSOE	(436)	29%	32	39
IU	(32)	50%	22	28
Nacion.derecha	(52)	56%	23	21
Nacion.izquierda	(11)	72%	9	18
Otros, en blanco	(48)	35%	29	36
No votó	(244)	30%	20	50
No sabe	(11)	9%	9	83
No contesta	(133)	22%	29	49

- 1) El debate está rebajando las pretensiones del proyecto inicial
- 2) El debate no está haciendo modificaciones importantes

Cuadro 6.1.2.

Posición ante el nuevo estatuto de Cataluña teniendo en cuenta los cambios, por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	Lo aprobaría con toda seguridad	Probablemente lo aprobaría	No sé	Probablemente no lo aprobaría	Con toda seguridad no lo aprobaría	NC	INDICE
Total	(1200)	5%	17	26	14	20	19	89
<u>Edad:</u>								
18 a 29 años	(277)	4%	18	24	14	21	20	87
30 a 49 años	(441)	7%	19	24	15	19	17	92
50 a 64 años	(233)	5%	17	26	15	19	18	89
65 y más años	(249)	5%	13	29	11	20	22	86
<u>Posición Social</u>								
Baja	(402)	2%	12	32	12	18	25	83
Media	(616)	6%	18	22	15	22	17	88
Alta	(182)	11%	25	24	13	15	12	108
<u>Ideología</u>								
Izquierda	(506)	11%	30	25	9	11	14	120
Centro	(290)	1%	11	32	22	17	18	73
Derecha	(184)	1%	4	21	19	41	15	46
<u>Status Socioeconómico</u>								
<u>Familiar</u>								
Alto, Medio alto	(433)	6%	21	22	14	20	16	93
Medio	(580)	5%	15	27	14	19	20	87
Medio Bajo/Bajo	(187)	4%	14	27	11	20	24	87
<u>Clientes de</u>								
Bancos	(287)	7%	17	19	17	25	16	82
Cajas	(910)	6%	18	26	14	19	17	91
<u>Hábitat:</u>								
Rural	(294)	3%	12	28	15	22	20	78
Urbano	(601)	5%	20	25	13	16	20	97
Metropolitano	(305)	7%	15	24	15	23	16	85
<u>Exposición a la Información:</u>								
Alta	(146)	7%	25	20	12	25	11	96
Media	(424)	9%	21	22	15	18	15	98
Baja	(523)	3%	13	29	14	19	21	83
Ninguna	(106)	1%	7	28	9	20	35	78
<u>Nacionalismo</u>								
Más nacionalista	(226)	9%	23	23	10	7	28	115
Tan nac. como esp	(631)	5%	18	28	13	22	14	88
Más español	(313)	3%	12	22	19	24	21	72
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>								
Satisfechos	(546)	9%	27	25	11	11	17	113
Indiferentes	(247)	2%	14	41	6	12	25	98
Insatisfechos	(370)	2%	6	17	22	38	15	48
<u>Satisfacción con la Democracia</u>								
Satisfechos	(911)	6%	20	26	14	16	18	95
Indiferentes	(134)	2%	9	40	10	15	23	86
Insatisfechos	(147)	4%	9	11	13	43	20	57

Cuadro 6.1.2. (Continuación)

Posición ante el nuevo estatuto de Cataluña teniendo en cuenta los cambios,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	Lo aprobaría con toda seguridad	Probablemente lo aprobaría	No sé	Probablemente no lo aprobaría	Con toda seguridad no lo aprobaría	NC	INDICE
Total	(1200)	5%	17	26	14	20	19	89
<u>Recuerdo de Voto</u>								
<u>Elecciones Generales</u>								
<u>2004</u>								
PP	(233)	*%	4	18	23	44	10	37
PSOE	(436)	6%	27	28	10	10	18	112
IU	(32)	12%	38	19	10	15	6	125
Nacion.derecha	(52)	21%	41	15	8	2	13	153
Nacion.izquierda	(11)	9%	27	9	36	10	9	91
Otros, en blanco	(48)	2%	15	23	13	25	23	79
No votó	(244)	5%	10	33	11	17	24	87
No sabe	(11)	-%	-	28	9	9	55	83
No contesta	(133)	6%	7	24	15	20	29	78

6.2. LUCHA CONTRA EL TERRORISMO DE ETA

Mediante una escala de cinco puntos se ha pedido a los entrevistados que indicaran si determinadas afirmaciones relativas a la lucha contra el terrorismo de ETA les parecían ciertas o falsas.

Así, un 32% consideran cierta y un 29% consideran falsa la afirmación de que “el gobierno del PSOE está negociando con ETA su abandono de las armas a cambio de liberar a los presos de ETA”.

Predominan por otra parte (35%) los que consideran falsa la afirmación de que “el Gobierno del PSOE está negociando con ETA el abandono de las armas a cambio de la autodeterminación del País Vasco”, frente a un 24% que la consideran cierta.

Y predominan mayoritariamente (56%) los que consideran falsa la afirmación de que “el PP no quiere que se acabe con el terrorismo de ETA”, frente a solo un 17% que la consideran cierta.

Solo los entrevistados votantes a partidos nacionalistas creen que es cierta la afirmación de que el PP no quiere que se acabe con el terrorismo de ETA. Por otra parte, los entrevistados de derecha, los insatisfechos con el Gobierno, los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha y los que no saben lo que votaron en las elecciones de marzo de 2004 piensan que es cierta la afirmación de que el gobierno del PSOE está negociando con ETA el abandono de las armas a cambio de la autodeterminación del País Vasco. Los jóvenes, los de posición social baja, los de izquierda, los de status socioeconómico familiar bajo, los residentes en hábitat metropolitano, los que no tienen ninguna exposición a la información, los que se sienten más nacionalistas que españoles, los indiferentes con el Gobierno, los votantes del PSOE, IU y “otros” partidos y los que no votaron en las elecciones generales del 2004 opinan que la afirmación de que el gobierno del PSOE está negociando con ETA su abandono de las armas a cambio de liberar a los presos de ETA es falsa.

Cuadro 6.2.1.

Certeza de las siguientes afirmaciones en relación con la lucha del terrorismo.

MARZO 2006	Totalmente cierta	Probablemente cierta	No sé, no tengo información	Probablemente falsa	Totalmente Falsa	NS/ NC	INDICE
La afirmación de que el PP no quiere que se acabe con el terrorismo de ETA	4%	13	22	34	22	5	62
La afirmación de que el gobierno del PSOE está negociando con ETA su abandono de las armas a cambio de liberar a los presos de ETA	6%	26	34	23	6	6	103
La afirmación de que el gobierno del PSOE está negociando con ETA el abandono de las armas a cambio de la autodeterminación del País Vasco	4%	20	34	25	10	6	90

Cuadro 6.2.2.

Certeza de las siguientes afirmaciones en relación con la lucha del terrorismo,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	(1)	(2)	(3)
Total	(1200)	62	103	90
<u>Edad:</u>				
18 a 29 años	(277)	60	95	79
30 a 49 años	(441)	64	105	88
50 a 64 años	(233)	64	104	96
65 y más años	(249)	59	105	99
<u>Posición Social</u>				
Baja	(402)	60	98	92
Media	(616)	62	104	88
Alta	(182)	65	107	90
<u>Ideología</u>				
Izquierda	(506)	86	86	75
Centro	(290)	55	113	96
Derecha	(184)	19	140	124
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>				
Alto, Medio alto	(433)	58	109	84
Medio	(580)	60	100	92
Medio Bajo/Bajo	(187)	77	95	98
<u>Clientes de</u>				
Bancos	(287)	56	109	90
Cajas	(910)	61	101	89
<u>Hábitat:</u>				
Rural	(294)	63	103	88
Urbano	(601)	60	106	91
Metropolitano	(305)	65	95	90
<u>Exposición a la Información:</u>				
Alta	(146)	54	116	86
Media	(424)	69	106	90
Baja	(523)	59	99	92
Ninguna	(106)	57	89	86
<u>Nacionalismo</u>				
Más nacionalista	(226)	91	94	84
Tan nac. como esp	(631)	58	104	88
Más español	(313)	48	109	100
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>				
Satisfechos	(546)	83	97	87
Indiferentes	(247)	56	92	78
Insatisfechos	(370)	35	121	103
<u>Satisfacción con la Democracia</u>				
Satisfechos	(911)	62	99	89
Indiferentes	(134)	64	107	99
Insatisfechos	(147)	57	118	87

- 1) La afirmación de que el PP no quiere que se acabe con el terrorismo de ETA
- 2) La afirmación de que el gobierno del PSOE está negociando con ETA su abandono de las armas a cambio de liberar a los presos de ETA
- 3) La afirmación de que el gobierno del PSOE está negociando con ETA el abandono de las armas a cambio de la autodeterminación del País Vasco

Cuadro 6.2.2. (Continuación)

Certeza de las siguientes afirmaciones en relación con la lucha del terrorismo,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	(1)	(2)	(3)
Total	(1200)	62	103	90
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2004</u>				
PP	(233)	14	145	124
PSOE	(436)	78	82	68
IU	(32)	79	78	71
Nacion.derecha	(52)	109	121	106
Nacion.izquierda	(11)	125	119	91
Otros, en blanco	(48)	69	77	85
No votó	(244)	63	97	89
No sabe	(11)	47	108	126
No contesta	(133)	60	111	99

- 1) La afirmación de que el PP no quiere que se acabe con el terrorismo de ETA
- 2) La afirmación de que el gobierno del PSOE está negociando con ETA su abandono de las armas a cambio de liberar a los presos de ETA
- 3) La afirmación de que el gobierno del PSOE está negociando con ETA el abandono de las armas a cambio de la autodeterminación del País Vasco

6.3. LA LABOR DEL GOBIERNO

Utilizando una escala de acuerdo-desacuerdo de cinco puntos se ha puesto de manifiesto que los españoles están mayoritariamente de acuerdo con las medidas para prevenir la gripe aviar y con la política informativa sobre la gripe aviar, así como con la política internacional en general, pero se observa una opinión pública más controvertida (con cierto predominio de los que están de acuerdo) con el rechazo (del Gobierno) al intento de E.ON por comprar ENDESA, y con el apoyo (del Gobierno) a Gas Natural en su intento por comprar ENDESA, así como un claro desacuerdo con la ausencia (del Gobierno) en la manifestación en Madrid de las víctimas del terrorismo.

Existe unanimidad en cuanto todos los grupos socioeconómicos analizados están de acuerdo con la política informativa sobre la gripe aviar y con las medidas para prevenir la gripe aviar. Además, los entrevistados de izquierda, los que se sienten más nacionalistas que españoles, los satisfechos con el Gobierno y los votantes del PSOE, IU y partidos nacionalistas están de acuerdo con la no presencia en la manifestación en Madrid de las víctimas del terrorismo. Por otro lado, los entrevistados de derecha, los que tienen una alta exposición a la información, los insatisfechos con el Gobierno, los votantes del PP y “otros” partidos y los que no saben lo que votaron en las elecciones generales están en desacuerdo con el apoyo de Gas Natural en su intento de comprar ENDESA. Estos mismos grupos de la muestra, excepto los votantes a “otros” partidos y los que no saben lo que votaron en las elecciones de 2004 no están de acuerdo con el rechazo al intento de E.ON por comprar ENDESA. Y por último los entrevistados de derecha, los insatisfechos con el Gobierno y con la Democracia, los votantes del PP y los que no saben lo que votaron en las últimas elecciones generales son los únicos segmentos analizados que están en desacuerdo con la política internacional en general.

Cuadro 6.3.1.

Grado de acuerdo con las siguientes actuaciones del Gobierno de la Nación.

MARZO 2006	Muy de acuerdo	Acuerdo	No sé, no tengo opinión	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo	NS/ NC	INDICE
La política informativa sobre la gripe aviar	6%	54	16	18	2	3	141
El apoyo de gas natural en su intento de comprar ENDESA	3%	25	48	14	3	6	110
La no presencia en la manifestación en Madrid de las víctimas del terrorismo	4%	18	40	24	8	7	90
El rechazo al intento de E-ON por comprar ENDESA	4%	22	52	12	3	7	111
La política internacional en general	5%	37	33	15	5	6	123
Las medidas para prevenir la gripe aviar	9%	48	24	12	2	4	142

Cuadro 6.3.2.

Grado de acuerdo con las siguientes actuaciones del Gobierno de la Nación,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Total	(1200)	141	110	90	111	123	142
<u>Edad:</u>							
18 a 29 años	(277)	140	108	85	109	120	141
30 a 49 años	(441)	141	116	92	118	127	145
50 a 64 años	(233)	145	106	91	106	121	143
65 y más años	(249)	136	107	91	106	120	139
<u>Posición Social</u>							
Baja	(402)	148	109	87	109	118	146
Media	(616)	136	111	90	114	123	142
Alta	(182)	141	112	97	107	132	137
<u>Ideología</u>							
Izquierda	(506)	161	124	114	124	156	163
Centro	(290)	131	105	82	102	110	130
Derecha	(184)	114	88	43	93	73	117
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>							
Alto, Medio alto	(433)	136	108	83	107	121	138
Medio	(580)	146	113	93	114	125	146
Medio Bajo/Bajo	(187)	136	109	97	112	119	141
<u>Clientes de</u>							
Bancos	(287)	135	111	90	113	115	136
Cajas	(910)	140	112	89	112	125	142
<u>Hábitat:</u>							
Rural	(294)	138	118	80	109	116	140
Urbano	(601)	146	108	94	114	124	145
Metropolitano	(305)	132	108	92	108	126	139
<u>Exposición a la Información:</u>							
Alta	(146)	137	98	81	99	121	140
Media	(424)	142	110	91	114	125	142
Baja	(523)	145	114	90	112	122	143
Ninguna	(106)	120	114	94	114	120	143
<u>Nacionalismo</u>							
Más nacionalista	(226)	153	123	109	126	137	150
Tan nac. como esp	(631)	138	110	92	107	125	142
Más español	(313)	138	103	72	108	108	140
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>							
Satisfechos	(546)	160	127	119	123	154	163
Indiferentes	(247)	152	102	77	106	126	148
Insatisfechos	(370)	106	92	55	98	75	110
<u>Satisfacción con la Democracia</u>							
Satisfechos	(911)	146	111	94	112	131	147
Indiferentes	(134)	143	109	81	112	113	137
Insatisfechos	(147)	108	108	70	108	84	118

- 1) La política informativa sobre la gripe aviar
- 2) El apoyo de gas natural en su intento de comprar ENDESA
- 3) La no presencia en la manifestación en Madrid de las víctimas del terrorismo
- 4) El rechazo al intento de E-ON por comprar ENDESA
- 5) La política internacional en general
- 6) Las medidas para prevenir la gripe aviar

Cuadro 6.3.2. (Continuación)

Grado de acuerdo con las siguientes actuaciones del Gobierno de la Nación,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Total	(1200)	141	110	90	111	123	142
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales</u>							
<u>2004</u>							
PP	(233)	107	85	40	87	62	105
PSOE	(436)	164	124	107	120	154	163
IU	(32)	153	109	108	128	147	153
Nacion.derecha	(52)	154	143	138	142	145	160
Nacion.izquierda	(11)	119	137	127	128	138	137
Otros, en blanco	(48)	116	94	96	112	117	126
No votó	(244)	133	110	91	112	119	140
No sabe	(11)	118	83	81	109	91	127
No contesta	(133)	139	107	93	106	122	141

- 1) La política informativa sobre la gripe aviar
- 2) El apoyo de gas natural en su intento de comprar ENDESA
- 3) La no presencia en la manifestación en Madrid de las víctimas del terrorismo
- 4) El rechazo al intento de E-ON por comprar ENDESA
- 5) La política internacional en general
- 6) Las medidas para prevenir la gripe aviar

6.4. DIMISIÓN DEL PRESIDENTE DEL REAL MADRID

Un 30% de entrevistados opina que la dimisión de Florentino Pérez como Presidente del Real Madrid se debió a que “estaba harto de la indisciplina de los jugadores”, mientras que proporciones inferiores al 20% creen que se debió a que “no quiere ser presidente ahora que el Madrid está teniendo fracasos” o a que “quiere dedicarse totalmente a sus negocios”, un 9% opina que es porque “piensa sinceramente que es el momento de cambiar por el bien del club”, además de un 2% que da otras respuestas y un 28% que no opina.

Alrededor de un tercio de los entrevistados en todos los grupos de la muestra opinan que Florentino Pérez dimitió como Presidente del Real Madrid porque estaba harto de la indisciplina de los jugadores. El resto de los entrevistados que manifiestan una opinión se dividen entre las tres respuestas con porcentajes similares a la muestra total. Todo ello teniendo en cuenta que más de una quinta parte (en algunos segmentos pasa del tercio de los entrevistados) no manifiesta ninguna opinión.

Cuadro 6.4.1.

Opinión respecto a la dimisión de Florentino Pérez como Presidente del Real Madrid, por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	Otra respuesta	Ns/Nc
Total	(1200)	30%	19	12	9	2	28
<u>Edad:</u>							
18 a 29 años	(277)	33%	25	9	10	1	23
30 a 49 años	(441)	31%	19	14	9	2	25
50 a 64 años	(233)	29%	19	12	8	2	29
65 y más años	(249)	25%	13	11	7	2	42
<u>Posición Social</u>							
Baja	(402)	25%	16	9	7	1	42
Media	(616)	32%	21	12	9	2	24
Alta	(182)	33%	21	18	11	3	16
<u>Ideología</u>							
Izquierda	(506)	30%	23	12	9	2	23
Centro	(290)	33%	21	13	5	1	27
Derecha	(184)	32%	13	12	15	1	27
<u>Status Socioeconómico</u>							
<u>Familiar</u>							
Alto, Medio alto	(433)	35%	18	12	10	2	23
Medio	(580)	27%	21	13	8	1	30
Medio Bajo/Bajo	(187)	29%	14	9	8	2	38
<u>Clientes de</u>							
Bancos	(287)	31%	19	14	9	2	26
Cajas	(910)	30%	20	12	9	1	27
<u>Hábitat:</u>							
Rural	(294)	25%	22	10	10	1	32
Urbano	(601)	32%	19	12	8	2	28
Metropolitano	(305)	31%	17	14	9	2	28
<u>Exposición a la</u>							
<u>Información:</u>							
Alta	(146)	28%	23	18	12	1	18
Media	(424)	32%	23	13	11	3	19
Baja	(523)	30%	16	11	7	1	35
Ninguna	(106)	22%	13	7	3	1	55
<u>Nacionalismo</u>							
Más nacionalista	(226)	29%	23	9	7	3	30
Tan nac. como esp	(631)	31%	19	12	9	2	28
Más español	(313)	27%	18	14	11	1	28
<u>Satisfacción con el</u>							
<u>Gobierno</u>							
Satisfechos	(546)	28%	22	13	9	1	26
Indiferentes	(247)	32%	18	9	6	*	34
Insatisfechos	(370)	32%	16	11	11	3	27
<u>Satisfacción con la</u>							
<u>Democracia</u>							
Satisfechos	(911)	29%	19	12	9	2	28
Indiferentes	(134)	34%	19	10	5	1	32
Insatisfechos	(147)	30%	18	11	10	2	29

- 1) Estaba harto de la indisciplina de los jugadores
- 2) No quiere ser presidente ahora que el Madrid esta teniendo fracasos
- 3) Quiere dedicarse totalmente a sus negocios
- 4) Piensa sinceramente que es el momento de cambiar por el bien del club

Cuadro 6.4.1.

Opinión respecto a la dimisión de Florentino Pérez como Presidente del Real Madrid,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	Otra respuesta	Ns/Nc
Total	(1200)	30%	19	12	9	2	28
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales</u>							
<u>2004</u>							
PP	(233)	35%	15	9	12	1	28
PSOE	(436)	32%	19	13	9	1	25
IU	(32)	25%	28	9	16	-	22
Nacion.derecha	(52)	19%	41	17	2	7	14
Nacion.izquierda	(11)	18%	19	18	-	9	37
Otros, en blanco	(48)	23%	19	21	11	-	27
No votó	(244)	28%	19	11	7	2	32
No sabe	(11)	-%	9	17	-	-	74
No contesta	(133)	29%	14	7	7	1	41

- 1) Estaba harto de la indisciplina de los jugadores
- 2) No quiere ser presidente ahora que el Madrid esta teniendo fracasos
- 3) Quiere dedicarse totalmente a sus negocios
- 4) Piensa sinceramente que es el momento de cambiar por el bien del club

6.5. LOS VALORES DE LOS ESPAÑOLES

ASEP ha llevado a cabo la Encuesta Mundial de Valores en 1990, 1995 y 2000, y realizará también el estudio correspondiente a la oleada 2005-2007. En el estudio mensual de este mes se han incluido algunas de las preguntas fijas que se han realizado en anteriores estudios, como anticipo de la investigación completa que se realizará el próximo otoño.

Los datos son muy similares a los de las oleadas anteriores, pero los cambios van siempre en la dirección esperada. Así, en relación con las cualidades que se deben inculcar a los niños en el hogar, se sigue dando mayor importancia al sentido de la responsabilidad, a la tolerancia y el respeto por los demás, al esfuerzo en el trabajo y, en menor medida, a la obediencia.

Dentro de las cualidades que se pueden inculcar a los niños en el hogar, la independencia es mencionada sobre todo por los jóvenes y los de posición social alta. El esfuerzo en el trabajo lo citan en mayor medida los entrevistados de derecha, los de alta exposición a la información, los insatisfechos con la Democracia y los votantes del PP. El sentido de la responsabilidad y la tolerancia son de las cualidades más mencionadas por todos los segmentos sociales, de hecho más de dos tercios mencionan estas cualidades como las que se pueden inculcar a los niños. Apenas un tercio de los entrevistados en todos los grupos de muestra mencionan la imaginación, la sobriedad y la determinación. Y menos de una quinta parte cita como una de las cualidades a enseñar a los niños la fe religiosa, aunque es mencionada en mayor medida por los entrevistados de más edad y los de derecha. Y alrededor de la mitad de los entrevistados, en todos los grupos analizados, citan como cualidades a enseñar la abnegación y la obediencia.

Los españoles se sienten algo más satisfechos con su vida ahora que en años anteriores, con una puntuación media de 7,3 puntos en una escala de 1 a 10 puntos.

Todos los segmentos analizados se sienten en general bastante satisfechos con su vida, con medias que sobrepasan los 7,0 puntos, excepto entre los entrevistados de status socioeconómico bajo y los votantes de IU que no llegan a ésta puntuación.

Pero parece haber disminuido la confianza en los demás, pues aunque en años anteriores alrededor de un 30% de los entrevistados afirmaba que “se puede confiar en la mayoría de la gente”, esa proporción ha disminuido a solo un 20% en esta investigación, mientras que aumenta hasta un 78% la proporción de quienes creen que “nunca se es lo suficientemente prudente al tratar con los demás”.

La opinión de que se puede confiar en la mayoría de la gente es mayor cuanto más joven es el entrevistado, cuanto más alta es la posición social y el status socioeconómico, y cuanto más a la izquierda se autoposiciona el entrevistado. Además también esta opinión es mayor entre los satisfechos con el Gobierno y con la Democracia. Por el contrario, entre más mayor es el entrevistado, menor es la posición social y el status socioeconómico y más a la derecha se sitúa el entrevistado mayor es el porcentaje de los que creen que hay que ser prudente.

Los españoles creen mayoritariamente que tienen bastante libertad de elección y control sobre sus vidas, de manera que en esta investigación la puntuación media es de 6,7 en una escala de 1 a 10, más o menos como en años anteriores.

Sólo los entrevistados votantes a partidos nacionalistas de izquierda y a “otros” partidos valoran su grado de libertad de elección y control sobre su vida con puntuaciones por encima de 7,0 puntos. El resto se sitúa alrededor de la media.

También consideran mayoritariamente bueno que disminuya la importancia del trabajo en nuestras vidas (61%), que se de más importancia al desarrollo de la tecnología (68%) y que haya un mayor respeto por la autoridad (76%), alcanzando en los tres casos las proporciones más altas de las cuatro investigaciones realizadas.

Dos terceras partes de los entrevistados o más en todos los grupos de la muestra analizados consideran bueno los cambios referidos a nuestro estilo de vida.

La participación política también ha aumentado desde 1990 hasta el momento actual, de manera que actualmente un 40% de los entrevistados afirma haber participado en manifestaciones legales, un 30% afirma haber firmado una petición e incluso un 8% dice haber secundado boicots, proporciones que en todos los casos superan, sobre todo en lo que respecta a asistencia a manifestaciones, las cifras de años anteriores.

Más de un tercio de los entrevistados en todos los grupos sociales afirma haber firmado una petición. Alrededor de la mitad de los entrevistados en todos los grupos analizados

manifiestan haber participado en manifestaciones pacíficas y casi un 10% de los encuestados en todos los segmentos dice haber secundado boicots.

Por el contrario, año tras año parece descender la práctica religiosa de los españoles. Todavía más de la mitad de los españoles afirma sentirse una persona religiosa, pero la proporción de esta investigación, 58%, es la mas baja de las cuatro investigaciones que se han realizado, mientras que los que se consideran “no religiosos” superan ya el 30% en seis puntos porcentuales.

El considerarse una persona religiosa está directamente relacionado con la edad, con el derechismo del entrevistado y con la insatisfacción con el Gobierno y la democracia, e inversamente relacionado con la posición social y el status socioeconómico. Además los votantes del PP se consideran más religiosas que los votantes al resto de las fuerzas políticas. Por el contrario el sentimiento de no religioso está directamente relacionado con la posición social, el status socioeconómico, el izquierdismo del entrevistado, la exposición a la información y el tamaño del hábitat, e inversamente relacionado con la edad. Además los votantes a partidos nacionalistas de izquierda y de IU se consideran menos religiosos que los votantes al resto de los partidos políticos.

De manera similar, la importancia de Dios en las vidas de los españoles ha disminuido a su valor más bajo de las cuatro investigaciones, un 5,5 en una escala de 1 a 10 puntos.

La importancia de Dios en la vida es mayor entre los entrevistados de más edad, los de posición social y status socioeconómico bajo, los de derecha, los que no tienen ninguna exposición a la información, los que se sienten más españoles que nacionalistas, los insatisfechos con el Gobierno y los votantes del PP.

Utilizando también una escala de 1 a 10 para que los entrevistados indicaran en qué medida justificaban determinados hechos, los españoles justifican ahora más el aborto (5,3) y el divorcio (7,1) que en fechas anteriores, aunque justifican el suicidio (2,4) menos que en la investigación del año 2000.

El grado de justificación de los tres hechos es mayor cuanto menor es la edad, cuanto mayor es la posición social y el status socioeconómico, cuanto más a la izquierda se autoposiciona el entrevistado y entre los votantes de IU y partidos nacionalistas de izquierda.

Finalmente, un 89% de los entrevistados se consideran muy o algo orgullosos de ser españoles, una proporción muy similar a las del 2000 y 1995, y 1990.

Todos los segmentos sociales, sin excepción, se consideran orgullosos de ser españoles.

Cuadro 6.5.1.

Cualidades que se pueden inculcar a los niños en el hogar.

	VI-90 (1.510) %	X-95 (1.211) %	XII-00 (1.207) %	III-06 (1.200) %
– Independencia	37	25	44	34
– Esfuerzo en el trabajo	-	64	69	64
– Sentido de la responsabilidad	74	70	80	71
– Imaginación	33	22	25	21
– Tolerancia y respeto hacia los demás	70	76	77	76
– Sobriedad y espíritu de ahorro	17	19	31	27
– Determinación, perseverancia	22	21	31	30
– Fe religiosa	22	22	20	13
– Abnegación (espíritu de sacrificio)	13	14	20	38
– Obediencia	42	44	49	52

Cuadro 6.5.2.

Cualidades que se pueden inculcar a los niños en el hogar,
por Características Socioeconómicas.
 (En porcentajes)

MARZO 2006	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
Total	(1200)	34	64	71	21	76	27	30	13	38	52
<u>Edad:</u>											
18 a 29 años	(277)	44	61	68	31	75	19	32	8	40	40
30 a 49 años	(441)	37	64	75	23	78	26	31	10	41	49
50 a 64 años	(233)	32	65	71	16	77	29	29	16	37	57
65 y más años	(249)	20	65	68	13	73	35	27	22	33	68
<u>Posición Social</u>											
Baja	(402)	25	65	70	15	74	31	27	17	36	58
Media	(616)	37	62	72	24	77	25	32	12	42	50
Alta	(182)	46	65	70	28	80	24	30	9	33	45
<u>Ideología</u>											
Izquierda	(506)	40	60	71	21	79	24	32	11	40	52
Centro	(290)	36	66	69	26	75	31	26	13	35	51
Derecha	(184)	26	71	76	20	71	30	32	21	39	57
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>											
Alto, Medio alto	(433)	38	69	74	26	79	24	32	12	42	43
Medio	(580)	33	61	69	20	75	29	29	14	36	55
Medio Bajo/Bajo	(187)	31	60	73	14	73	27	30	15	38	64
<u>Clientes de</u>											
Bancos	(287)	37	65	69	18	79	25	30	15	38	50
Cajas	(910)	34	64	71	21	77	28	31	12	39	53
<u>Hábitat:</u>											
Rural	(294)	27	70	75	18	76	24	29	15	42	48
Urbano	(601)	34	61	71	19	77	29	30	12	38	51
Metropolitano	(305)	41	63	68	29	75	25	31	13	37	59
<u>Exposición a la Información:</u>											
Alta	(146)	35	77	76	23	78	31	43	18	39	51
Media	(424)	40	63	72	25	79	28	34	13	41	50
Baja	(523)	31	61	68	20	73	25	25	12	37	55
Ninguna	(106)	30	62	78	14	76	24	21	13	36	47
<u>Nacionalismo</u>											
Más nacionalista	(226)	37	61	76	24	76	27	40	8	42	46
Tan nac. como esp	(631)	37	68	71	20	73	29	28	14	38	56
Más español	(313)	29	60	68	20	83	24	28	16	38	53
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>											
Satisfechos	(546)	39	59	67	23	76	27	31	14	40	52
Indiferentes	(247)	33	69	74	22	70	31	29	13	34	52
Insatisfechos	(370)	28	70	75	18	79	25	31	14	39	54
<u>Satisfacción con la Democracia</u>											
Satisfechos	(911)	36	61	71	22	76	26	31	13	38	52
Indiferentes	(134)	32	69	70	23	72	32	27	7	35	56
Insatisfechos	(147)	27	74	76	17	80	30	26	18	41	48

- 1) Independencia
- 2) Esfuerzo en el trabajo
- 3) Sentido de la responsabilidad
- 4) Imaginación
- 5) Tolerancia y respeto hacia los demás
- 6) Sobriedad y espíritu de ahorro
- 7) Determinación, perseverancia
- 8) Fe religiosa
- 9) Abnegación (espíritu de sacrificio)
- 10) Obediencia

Cuadro 6.5.2. (Continuación)

Cualidades que se pueden inculcar a los niños en el hogar,
por Características Socioeconómicas.
 (En porcentajes)

MARZO 2006	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
Total	(1200)	34	64	71	21	76	27	30	13	38	52
<u>Recuerdo de Voto</u>											
<u>Elecciones Generales</u>											
<u>2004</u>											
PP	(233)	20	78	74	17	76	30	32	19	34	56
PSOE	(436)	37	61	71	17	77	24	30	10	39	53
IU	(32)	31	66	69	35	69	25	41	9	56	37
Nacion.derecha	(52)	53	53	74	19	70	36	34	19	38	53
Nacion.izquierda	(11)	27	45	91	9	91	28	45	9	54	63
Otros, en blanco	(48)	48	50	71	32	77	25	33	6	46	47
No votó	(244)	38	65	71	30	76	27	26	10	38	46
No sabe	(11)	9	63	73	18	73	36	18	27	46	54
No contesta	(133)	33	54	67	23	77	27	27	20	39	60

- 1) Independencia
- 2) Esfuerzo en el trabajo
- 3) Sentido de la responsabilidad
- 4) Imaginación
- 5) Tolerancia y respeto hacia los demás
- 6) Sobriedad y espíritu de ahorro
- 7) Determinación, perseverancia
- 8) Fe religiosa
- 9) Abnegación (espíritu de sacrificio)
- 10) Obediencia

Cuadro 6.5.3.

Grado de satisfacción con su vida.

		VI-90	X-95	XII-00	III-06
		(1.510)	(1.211)	(1.207)	(1.200)
		%	%	%	%
-	Insatisfecho	1	1	1	*
-	02	1	1	1	*
-	03	2	4	2	1
-	04	3	5	3	2
-	05	14	18	14	9
-	06	13	16	16	13
-	07	19	29	24	28
-	08	22	2	20	28
-	09	12	15	9	12
-	Satisfecho	13	8	10	7
-	No sabe	1	1	*	1
-	MEDIA	7,1	6,6	7,0	7,3

Cuadro 6.5.4.

Grado de satisfacción con su vida,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	01.Completamente insatisfecho	02	03	04	05	06	07	08	09	10.Completamente satisfecho	Ns/Nc	MEDIA
Total	(1200)	*%	*	1	2	9	13	28	28	12	7	1	7,3
<u>Edad:</u>													
18 a 29 años	(277)	-%	-	1	2	8	10	25	29	17	8	*	7,5
30 a 49 años	(441)	-%	-	*	2	7	11	29	30	12	7	1	7,4
50 a 64 años	(233)	1%	*	1	1	8	16	29	28	10	6	*	7,2
65 y más años	(249)	-%	-	1	3	12	16	28	25	10	4	1	7,0
<u>Posición Social</u>													
Baja	(402)	*%	*	1	3	11	16	28	25	9	6	*	7,0
Media	(616)	*%	-	1	2	8	12	28	29	13	7	1	7,3
Alta	(182)	-%	-	1	2	5	10	25	33	17	7	1	7,6
<u>Ideología</u>													
Izquierda	(506)	*%	-	1	2	7	11	25	30	15	7	1	7,4
Centro	(290)	-%	-	1	2	7	13	34	27	11	6	-	7,2
Derecha	(184)	1%	1	1	3	11	14	28	27	8	8	-	7,1
<u>Status Socioeconómico</u>													
<u>Familiar</u>													
Alto, Medio alto	(433)	-%	-	*	1	4	11	28	35	12	9	*	7,5
Medio	(580)	-%	-	1	3	9	14	28	26	13	6	1	7,2
Medio Bajo/Bajo	(187)	1%	1	2	2	16	15	25	21	12	4	2	6,9
<u>Clientes de</u>													
Bancos	(287)	1%	-	-	2	7	13	25	28	13	9	2	7,4
Cajas	(910)	*%	*	1	2	8	13	27	29	13	6	1	7,3
<u>Hábitat:</u>													
Rural	(294)	-%	-	1	2	6	11	28	33	12	7	-	7,4
Urbano	(601)	*%	*	1	3	9	15	28	24	13	6	1	7,2
Metropolitano	(305)	-%	-	1	2	10	9	26	32	11	7	2	7,3
<u>Exposición a la</u>													
<u>Información:</u>													
Alta	(146)	1%	-	1	1	7	11	28	27	17	7	-	7,4
Media	(424)	-%	-	1	3	6	12	28	30	11	7	1	7,3
Baja	(523)	*%	*	*	2	10	15	26	28	13	5	1	7,2
Ninguna	(106)	-%	-	3	4	13	8	33	24	5	11	-	7,1
<u>Nacionalismo</u>													
Más nacionalista	(226)	-%	-	1	2	9	14	27	31	12	3	1	7,2
Tan nac. como esp	(631)	*%	*	1	2	10	12	26	28	13	7	1	7,3
Más español	(313)	*%	-	*	2	7	14	31	27	10	7	1	7,3
<u>Satisfacción con el</u>													
<u>Gobierno</u>													
Satisfechos	(546)	*%	-	1	2	7	13	29	26	14	6	1	7,3
Indiferentes	(247)	-%	-	1	1	11	15	27	30	8	6	1	7,2
Insatisfechos	(370)	*%	*	1	3	10	10	26	31	12	7	-	7,3
<u>Satisfacción con la</u>													
<u>Democracia</u>													
Satisfechos	(911)	-%	*	1	2	8	12	27	29	13	6	1	7,3
Indiferentes	(134)	-%	-	1	2	12	19	31	20	6	8	1	7,0
Insatisfechos	(147)	1%	-	1	3	8	11	31	30	9	6	-	7,1

Cuadro 6.5.4. (Continuación)

Grado de satisfacción con su vida,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	01.Completamente insatisfecho	02	03	04	05	06	07	08	09	10.Completamente satisfecho	Ns/Nc	MEDIA
Total	(1200)	**%	*	1	2	9	13	28	28	12	7	1	7,3
<u>Recuerdo de Voto</u>													
<u>Elecciones Generales 2004</u>													
PP	(233)	**%	*	1	3	9	16	26	29	9	6	-	7,1
PSOE	(436)	**%	-	*	2	6	12	30	28	13	6	1	7,4
IU	(32)	-%	-	3	6	13	9	25	34	6	3	-	6,8
Nacion.derecha	(52)	-%	-	-	2	10	15	28	23	15	2	6	7,2
Nacion.izquierda	(11)	-%	-	-	-	-	-	9	54	37	-	-	8,2
Otros, en blanco	(48)	-%	-	-	-	6	8	24	33	11	15	2	7,8
No votó	(244)	-%	-	1	3	11	12	25	29	11	6	1	7,2
No sabe	(11)	-%	-	9	-	19	-	19	18	28	9	-	7,2
No contesta	(133)	-%	-	-	1	11	15	30	22	12	9	1	7,3

Cuadro 6.5.5.

Confianza en la gente.

	VI-90 (1.510) %	X-95 (1.211) %	XII-00 (1.207) %	III-06 (1.200) %
Se puede confiar en la mayoría de la gente	29	29	33	21
Nunca se es lo suficientemente prudente, Hay que ser prudente	64	68	64	78
No sabe	7	4	4	1

Cuadro 6.5.6.

Confianza en la gente,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	Se puede confiar en la mayoría de la gente	Hay que ser prudente	Ns/Nc
Total	(1200)	21%	78	1
<u>Edad:</u>				
18 a 29 años	(277)	24%	74	2
30 a 49 años	(441)	22%	77	1
50 a 64 años	(233)	20%	78	2
65 y más años	(249)	17%	82	1
<u>Posición Social</u>				
Baja	(402)	16%	82	1
Media	(616)	22%	77	1
Alta	(182)	28%	70	2
<u>Ideología</u>				
Izquierda	(506)	25%	74	1
Centro	(290)	21%	77	2
Derecha	(184)	16%	82	2
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>				
Alto, Medio alto	(433)	27%	72	1
Medio	(580)	20%	79	2
Medio Bajo/Bajo	(187)	12%	87	1
<u>Clientes de</u>				
Bancos	(287)	24%	75	1
Cajas	(910)	21%	78	1
<u>Hábitat:</u>				
Rural	(294)	22%	77	1
Urbano	(601)	21%	77	1
Metropolitano	(305)	20%	78	2
<u>Exposición a la Información:</u>				
Alta	(146)	20%	79	1
Media	(424)	23%	76	1
Baja	(523)	20%	78	2
Ninguna	(106)	20%	79	1
<u>Nacionalismo</u>				
Más nacionalista	(226)	20%	79	1
Tan nac. como esp	(631)	22%	77	1
Más español	(313)	19%	80	1
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>				
Satisfechos	(546)	26%	73	*
Indiferentes	(247)	17%	81	2
Insatisfechos	(370)	17%	81	2
<u>Satisfacción con la Democracia</u>				
Satisfechos	(911)	24%	75	1
Indiferentes	(134)	14%	84	2
Insatisfechos	(147)	12%	85	3

Cuadro 6.5.6. (Continuación)

Confianza en la gente,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	Se puede confiar en la mayoría de la gente	Hay que ser prudente	Ns/Nc
Total	(1200)	21%	78	1
<u>Recuerdo de Voto Elecciones</u> <u>Generales 2004</u>				
PP	(233)	17%	80	2
PSOE	(436)	23%	76	1
IU	(32)	19%	78	3
Nacion.derecha	(52)	36%	64	-
Nacion.izquierda	(11)	19%	81	-
Otros, en blanco	(48)	17%	83	-
No votó	(244)	25%	73	2
No sabe	(11)	10%	90	-
No contesta	(133)	12%	86	2

Cuadro 6.5.7.

Grado de libertad de elección y control sobre la vida.

		VI-90	X-95	XII-00	III-06
		(1.510)	(1.211)	(1.207)	(1.200)
		%	%	%	%
-	Ninguna en absoluto	1	1	1	1
-	02	1	2	2	1
-	03	3	5	3	2
-	04	5	8	4	4
-	05	18	20	16	16
-	06	13	17	17	16
-	07	15	21	20	24
-	08	17	2	17	20
-	09	9	10	8	6
-	Mucha	13	10	9	7
-	No sabe	4	4	4	3
-	MEDIA	6,8	6,3	6,7	6,7

Cuadro 6.5.8.

Grado de libertad de elección y control sobre la vida,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	01.Ninguna elección	02	03	04	05	06	07	08	09	10.Mucha elección	Ns/Nc	MEDIA
Total	(1200)	1%	1	2	4	16	16	24	20	6	7	3	6,7
<u>Edad:</u>													
18 a 29 años	(277)	*%	2	2	5	12	12	27	21	9	8	2	6,9
30 a 49 años	(441)	1%	*	2	4	15	18	25	20	7	7	1	6,8
50 a 64 años	(233)	*%	1	1	5	18	17	24	19	5	6	3	6,6
65 y más años	(249)	*%	*	2	4	21	16	21	18	3	6	9	6,5
<u>Posición Social</u>													
Baja	(402)	*%	*	2	4	19	16	21	21	4	7	5	6,6
Media	(616)	1%	1	1	4	16	15	26	19	7	7	2	6,8
Alta	(182)	1%	1	2	3	10	22	24	18	10	7	2	6,9
<u>Ideología</u>													
Izquierda	(506)	1%	1	2	4	15	16	23	22	6	7	2	6,8
Centro	(290)	*%	-	1	5	13	14	31	22	6	5	3	6,8
Derecha	(184)	1%	1	1	4	18	18	21	13	6	14	4	6,8
<u>Status Socioeconómico</u>													
<u>Familiar</u>													
Alto, Medio alto	(433)	*%	*	2	3	12	18	27	19	8	9	2	6,9
Medio	(580)	*%	1	1	5	17	16	24	21	6	5	3	6,7
Medio Bajo/Bajo	(187)	2%	2	3	4	21	13	21	18	4	6	7	6,4
<u>Clientes de</u>													
Bancos	(287)	1%	1	2	5	12	14	23	23	7	9	3	6,9
Cajas	(910)	*%	1	1	4	16	17	24	20	7	6	3	6,7
<u>Hábitat:</u>													
Rural	(294)	-%	1	2	6	14	14	22	22	8	11	1	6,9
Urbano	(601)	1%	1	1	4	13	18	26	20	6	6	4	6,7
Metropolitano	(305)	1%	*	2	3	23	15	24	16	6	6	5	6,6
<u>Exposición a la</u>													
<u>Información:</u>													
Alta	(146)	-%	3	1	3	10	20	24	19	9	9	2	6,9
Media	(424)	1%	1	1	5	13	15	25	22	7	6	4	6,8
Baja	(523)	1%	*	1	4	19	17	24	18	6	6	3	6,7
Ninguna	(106)	1%	1	6	2	21	13	23	17	-	12	5	6,5
<u>Nacionalismo</u>													
Más nacionalista	(226)	1%	*	1	4	14	15	27	23	7	3	4	6,7
Tan nac. como esp	(631)	1%	1	2	5	18	18	22	17	6	8	2	6,6
Más español	(313)	*%	2	1	4	14	13	24	22	6	9	4	6,9
<u>Satisfacción con el</u>													
<u>Gobierno</u>													
Satisfechos	(546)	1%	*	2	5	14	16	25	21	7	6	3	6,8
Indiferentes	(247)	-%	1	2	4	23	21	23	15	4	5	4	6,4
Insatisfechos	(370)	1%	2	2	4	15	13	24	19	7	10	3	6,8
<u>Satisfacción con la</u>													
<u>Democracia</u>													
Satisfechos	(911)	*%	1	1	5	16	16	25	20	7	7	3	6,8
Indiferentes	(134)	2%	2	2	1	21	25	20	17	3	5	2	6,3
Insatisfechos	(147)	1%	1	3	4	13	12	24	19	9	10	4	6,9

Cuadro 6.5.8. (Continuación)

Grado de libertad de elección y control sobre la vida,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	01.Ninguna elección	02	03	04	05	06	07	08	09	10.Mucha elección	Ns/Nc	MEDIA
Total	(1200)	1%	1	2	4	16	16	24	20	6	7	3	6,7
<u>Recuerdo de</u>													
<u>Voto Elecciones</u>													
<u>Generales 2004</u>													
PP	(233)	-%	*	*	6	19	18	23	14	8	9	3	6,8
PSOE	(436)	*%	1	2	5	12	18	26	19	6	7	3	6,7
IU	(32)	3%	-	-	3	31	16	19	18	3	7	-	6,3
Nacion.derecha	(52)	-%	-	-	2	11	15	36	23	4	2	8	6,9
Nacion.izquierda	(11)	-%	-	-	-	9	-	18	45	9	10	9	7,8
Otros, en blanco	(48)	2%	2	-	4	10	10	17	31	7	13	4	7,1
No votó	(244)	1%	1	3	3	19	18	25	18	6	4	1	6,5
No sabe	(11)	-%	-	9	-	19	9	9	10	9	9	28	6,6
No contesta	(133)	1%	1	2	1	18	10	21	27	5	7	6	6,9

Cuadro 6.5.9.

Objetivos de España en los próximos 10 años.

	VI-90		X-95		XII-00	
	1er objetivo elegido	1er y 2º objetivo elegido	1er objetivo elegido	1er y 2º objetivo elegido	1er objetivo elegido	1er y 2º objetivo elegido
	(1.510) %	(1.510) %	(1.211) %	(1.211) %	(1.207) %	(1.207) %
– Mantener un alto nivel de crecimiento económico	43	59	53	74	49	74
– Asegurar que este país tenga unas Fuerzas Armadas importantes	2	7	4	10	6	13
– Lograr que la gente pueda participar más en cómo se hacen las cosas en su lugar de trabajo y en su comunidad	36	72	31	70	34	72
– Intentar que nuestras ciudades y nuestro campo sean más bonitos	11	39	9	36	9	35
– No sabe	8	8	2	2	2	2

	III-06	
	1er objetivo elegido	1er y 2º objetivo elegido
	(1.200) %	(1.200) %
– Mantener un alto nivel de crecimiento económico	43	65
– Asegurar que este país tenga unas Fuerzas Armadas importantes	8	16
– Lograr que la gente pueda participar más en cómo se hacen las cosas en su lugar de trabajo y en su comunidad	34	74
– Intentar que nuestras ciudades y nuestro campo sean más bonitos	12	36
– No sabe	3	3

Cuadro 6.5.10.

Objetivos de España en los próximos 10 años,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	Ns/Nc
Total	(1200)	65%	16	74	36	3
<u>Edad:</u>						
18 a 29 años	(277)	64%	16	77	37	2
30 a 49 años	(441)	68%	14	78	35	1
50 a 64 años	(233)	67%	16	72	34	3
65 y más años	(249)	58%	20	65	37	7
<u>Posición Social</u>						
Baja	(402)	56%	17	71	40	6
Media	(616)	69%	17	74	34	1
Alta	(182)	70%	12	83	30	1
<u>Ideología</u>						
Izquierda	(506)	59%	13	85	39	1
Centro	(290)	76%	19	67	32	2
Derecha	(184)	70%	27	60	30	6
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>						
Alto, Medio alto	(433)	71%	17	76	33	*
Medio	(580)	61%	17	75	36	3
Medio Bajo/Bajo	(187)	62%	13	67	41	7
<u>Clientes de</u>						
Bancos	(287)	69%	17	73	34	2
Cajas	(910)	64%	17	74	36	3
<u>Hábitat:</u>						
Rural	(294)	64%	22	69	33	4
Urbano	(601)	67%	14	74	36	3
Metropolitano	(305)	61%	15	80	37	1
<u>Exposición a la Información:</u>						
Alta	(146)	67%	21	74	35	-
Media	(424)	68%	17	75	33	3
Baja	(523)	65%	15	72	36	3
Ninguna	(106)	52%	12	76	44	6
<u>Nacionalismo</u>						
Más nacionalista	(226)	60%	11	83	41	2
Tan nac. como esp	(631)	62%	16	72	37	3
Más español	(313)	72%	20	72	30	2
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>						
Satisfechos	(546)	65%	17	78	34	1
Indiferentes	(247)	52%	11	73	50	4
Insatisfechos	(370)	73%	19	68	31	3
<u>Satisfacción con la Democracia</u>						
Satisfechos	(911)	65%	17	74	36	2
Indiferentes	(134)	58%	10	73	42	6
Insatisfechos	(147)	69%	16	74	31	3

- 1) Mantener un alto nivel de crecimiento económico
- 2) Asegurar que este país tenga unas Fuerzas Armadas importantes
- 3) Lograr que la gente pueda participar más en cómo se hacen las cosas en su lugar de trabajo y en su comunidad
- 4) Intentar que nuestras ciudades y nuestro campo sean más bonitos

Cuadro 6.5.10.(Continuación)

Objetivos de España en los próximos 10 años,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	Ns/Nc
Total	(1200)	65%	16	74	36	3
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2004</u>						
PP	(233)	74%	27	61	27	4
PSOE	(436)	61%	12	82	39	1
IU	(32)	56%	9	87	35	-
Nacion.derecha	(52)	62%	17	85	34	-
Nacion.izquierda	(11)	64%	-	91	36	-
Otros, en blanco	(48)	75%	12	69	34	2
No votó	(244)	61%	14	74	39	3
No sabe	(11)	55%	17	73	46	-
No contesta	(133)	66%	18	64	34	7

- 1) Mantener un alto nivel de crecimiento económico
- 2) Asegurar que este país tenga unas Fuerzas Armadas importantes
- 3) Lograr que la gente pueda participar más en cómo se hacen las cosas en su lugar de trabajo y en su comunidad
- 4) Intentar que nuestras ciudades y nuestro campo sean más bonitos

Cuadro 6.5.11.

Opinión sobre cambios referidos a nuestro estilo de vida.

VI-90					X-95				
		Me da igual			NS	Me da igual			NS
		Buena		Mala		Buena		Mala	
–	Que disminuya la importancia del trabajo en nuestras vidas	49%	38	12	1	36%	21	39	4
–	Que se dé más importancia al desarrollo de la tecnología	66%	12	20	2	53%	30	11	7
–	Que haya un mayor respeto a la autoridad	69%	8	22	1	70%	21	6	3
XII-00					III-06				
		Me da igual			NS	Me da igual			NS
		Buena		Mala		Buena		Mala	
–	Que disminuya la importancia del trabajo en nuestras vidas	47%	16	33	4	61%	14	25	*
–	Que se dé más importancia al desarrollo de la tecnología	60%	25	8	6	68%	23	8	*
–	Que haya un mayor respeto a la autoridad	60%	30	8	2	76%	17	7	*

Cuadro 6.5.12.

Opinión sobre cambios referidos a nuestro estilo de vida,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	(1)				(2)				(3)			
		Buena	Me da igual	Malo	Ns/Nc	Buena	Me da igual	Malo	Ns/Nc	Buena	Me da igual	Malo	Ns/Nc
Total	(1200)	61%	14	25	*	68%	23	8	*	76%	17	7	*
<u>Edad:</u>													
18 a 29 años	(277)	70%	16	14	-	72%	21	8	-	63%	26	10	1
30 a 49 años	(441)	63%	11	26	-	75%	19	7	-	77%	16	7	*
50 a 64 años	(233)	55%	14	31	-	65%	24	11	*	80%	13	7	-
65 y más años	(249)	51%	19	30	*	57%	33	10	-	83%	12	5	*
<u>Posición Social</u>													
Baja	(402)	57%	17	26	*	64%	28	9	-	79%	15	6	*
Media	(616)	62%	13	25	-	70%	22	8	*	75%	17	8	*
Alta	(182)	64%	12	24	-	75%	17	7	-	69%	22	7	1
<u>Ideología</u>													
Izquierda	(506)	65%	14	21	*	67%	25	8	-	70%	21	9	*
Centro	(290)	60%	16	25	-	73%	23	4	*	78%	14	8	*
Derecha	(184)	52%	16	33	-	69%	20	10	-	84%	12	4	-
<u>Status Socioeconómico</u>													
<u>Familiar</u>													
Alto, Medio alto	(433)	66%	11	23	-	70%	20	10	-	70%	22	8	*
Medio	(580)	58%	17	25	*	67%	24	9	*	78%	15	7	*
Medio Bajo/Bajo	(187)	57%	13	30	-	67%	29	4	-	81%	12	6	1
<u>Clientes de</u>													
Bancos	(287)	60%	12	27	-	72%	21	7	-	76%	17	7	-
Cajas	(910)	62%	15	23	*	67%	24	9	*	76%	16	7	*
<u>Hábitat:</u>													
Rural	(294)	58%	17	24	*	69%	24	7	-	73%	20	7	-
Urbano	(601)	65%	15	20	-	69%	23	8	-	76%	17	7	*
Metropolitano	(305)	53%	10	37	-	66%	24	10	*	77%	14	8	1
<u>Exposición a la</u>													
<u>Información:</u>													
Alta	(146)	58%	16	26	1	67%	25	9	-	71%	18	11	-
Media	(424)	62%	16	22	-	70%	20	9	*	74%	18	9	-
Baja	(523)	62%	14	24	-	65%	26	9	-	77%	16	6	1
Ninguna	(106)	55%	6	40	-	81%	17	2	-	79%	16	6	-
<u>Nacionalismo</u>													
Más nacionalista	(226)	66%	10	23	-	67%	24	9	-	62%	24	14	-
Tan nac. como esp	(631)	69%	12	19	*	69%	23	7	*	81%	14	4	*
Más español	(313)	40%	20	40	-	67%	23	10	-	76%	16	8	*
<u>Satisfacción con el</u>													
<u>Gobierno</u>													
Satisfechos	(546)	63%	16	21	-	66%	27	8	-	73%	19	7	*
Indiferentes	(247)	65%	13	22	-	70%	22	8	-	75%	18	7	*
Insatisfechos	(370)	54%	13	33	*	71%	20	9	*	79%	13	8	-
<u>Satisfacción con la</u>													
<u>Democracia</u>													
Satisfechos	(911)	62%	15	23	-	69%	23	7	*	77%	17	6	*
Indiferentes	(134)	62%	13	25	-	62%	27	11	-	73%	18	9	-
Insatisfechos	(147)	53%	11	36	1	68%	20	12	-	71%	17	12	-

- 1) Que disminuya la importancia del trabajo en nuestras vidas
- 2) Que se dé más importancia al desarrollo de la tecnología
- 3) Que haya un mayor respeto a la autoridad

Cuadro 6.5.12. (Continuación)

Opinión sobre cambios referidos a nuestro estilo de vida,
por Características Socioeconómicas.

		(1)				(2)				(3)			
			Me da				Me da				Me da		
MARZO 2006	Total	Bueno	igual	Malo	Ns/Nc	Bueno	igual	Malo	Ns/Nc	Bueno	igual	Malo	Ns/Nc
Total	(1200)	61%	14	25	*	68%	23	8	*	76%	17	7	*
<u>Recuerdo de Voto</u>													
<u>Elecciones Generales</u>													
<u>2004</u>													
PP	(233)	52%	16	32	-	74%	17	8	*	84%	12	4	-
PSOE	(436)	64%	13	23	-	67%	24	9	-	76%	16	7	*
IU	(32)	63%	12	25	-	63%	28	9	-	62%	25	13	-
Nacion.derecha	(52)	61%	24	15	-	54%	42	4	-	68%	23	10	-
Nacion.izquierda	(11)	74%	-	26	-	91%	-	9	-	82%	-	18	-
Otros, en blanco	(48)	54%	15	31	-	68%	23	9	-	73%	17	11	-
No votó	(244)	60%	14	25	-	65%	25	10	-	67%	21	11	1
No sabe	(11)	47%	9	36	9	74%	9	17	-	91%	9	-	-
No contesta	(133)	67%	11	23	-	73%	22	5	-	77%	16	6	1

- 1) Que disminuya la importancia del trabajo en nuestras vidas
- 2) Que se dé más importancia al desarrollo de la tecnología
- 3) Que haya un mayor respeto a la autoridad

Cuadro 6.5.13.

Acciones políticas en las que ha participado.

	VI-90				X-95				XII-00			
	He hecho	Podría hacer	Nunca lo haría	No sabe	He hecho	Podría hacer	Nunca lo haría	No sabe	He hecho	Podría hacer	Nunca lo haría	No sabe
– Firmar una petición	16%	30	39	16	20%	34	39	7	24%	32	34	11
– Secundar boicots	6%	22	57	16	5%	20	67	8	5%	19	64	12
– Participar en manifestaciones legales/autorizadas, pacíficas	23%	30	36	11	21%	34	42	3	24%	39	30	7
– Participar en huelgas ilegales	8%	19	60	13	5%	14	76	5	7%	17	67	9
– Ocupar edificios o fábricas	3%	20	62	15	2%	13	79	7	2%	12	76	10

III-06				
	He hecho	Podría hacer	Nunca lo haría	No sabe
– Firmar una petición	30%	46	23	-
– Secundar boicots	8%	40	52	-
– Participar en manifestaciones legales/autorizadas, pacíficas	40%	40	20	*
– Otra	**%	*	98	2

Cuadro 6.5.14.

Acciones políticas en las que ha participado,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	Firmar una petición				Secundar boicots			
		He hecho	Podría hacer	Nunca la haría	Ns/Nc	He hecho	Podría hacer	Nunca la haría	Ns/Nc
Total	(1200)	30%	46	23	-	8%	40	52	-
<u>Edad:</u>									
18 a 29 años	(277)	37%	53	10	-	7%	58	35	-
30 a 49 años	(441)	36%	46	18	-	8%	41	51	-
50 a 64 años	(233)	27%	47	26	-	9%	37	53	-
65 y más años	(249)	17%	38	45	-	5%	23	71	-
<u>Posición Social</u>									
Baja	(402)	19%	45	36	-	5%	32	63	-
Media	(616)	33%	49	19	-	8%	46	46	-
Alta	(182)	47%	41	12	-	10%	43	48	-
<u>Ideología</u>									
Izquierda	(506)	33%	47	20	-	9%	47	44	-
Centro	(290)	33%	47	19	-	9%	42	49	-
Derecha	(184)	26%	46	28	-	7%	25	69	-
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>									
Alto, Medio alto	(433)	41%	44	15	-	9%	42	49	-
Medio	(580)	26%	51	23	-	7%	43	50	-
Medio Bajo/Bajo	(187)	19%	38	43	-	7%	28	64	-
<u>Clientes de</u>									
Bancos	(287)	38%	43	19	-	10%	40	50	-
Cajas	(910)	29%	48	22	-	7%	41	52	-
<u>Hábitat:</u>									
Rural	(294)	30%	41	29	-	6%	35	60	-
Urbano	(601)	25%	56	19	-	8%	44	48	-
Metropolitano	(305)	42%	32	26	-	9%	39	53	-
<u>Exposición a la Información:</u>									
Alta	(146)	42%	33	25	-	14%	30	56	-
Media	(424)	37%	43	20	-	10%	39	51	-
Baja	(523)	24%	52	24	-	5%	41	54	-
Ninguna	(106)	21%	51	27	-	2%	59	39	-
<u>Nacionalismo</u>									
Más nacionalista	(226)	34%	42	23	-	12%	47	41	-
Tan nac. como esp	(631)	31%	49	19	-	6%	43	51	-
Más español	(313)	25%	43	32	-	7%	31	62	-
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>									
Satisfechos	(546)	30%	47	23	-	7%	46	47	-
Indiferentes	(247)	32%	42	25	-	8%	30	62	-
Insatisfechos	(370)	29%	47	23	-	8%	38	54	-
<u>Satisfacción con la Democracia</u>									
Satisfechos	(911)	30%	46	24	-	7%	43	50	-
Indiferentes	(134)	27%	51	21	-	10%	32	58	-
Insatisfechos	(147)	36%	46	18	-	9%	35	56	-

Cuadro 6.5.14. (Continuación)

Acciones políticas en las que ha participado,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	Participar en manifestaciones pacíficas				Otra			
		He hecho	Podría hacer	Nunca la haría	Ns/Nc	He hecho	Podría hacer	Nunca la haría	Ns/Nc
Total	(1200)	40%	40	20	*	**%	*	98	2
<u>Edad:</u>									
18 a 29 años	(277)	43%	50	8	-	-%	-	98	2
30 a 49 años	(441)	50%	36	14	-	**%	*	98	2
50 a 64 años	(233)	37%	38	25	-	**%	-	98	2
65 y más años	(249)	23%	37	40	*	**%	*	99	*
<u>Posición Social</u>									
Baja	(402)	25%	42	32	*	**%	*	99	1
Media	(616)	45%	40	15	-	**%	*	98	1
Alta	(182)	56%	33	12	-	1%	-	96	3
<u>Ideología</u>									
Izquierda	(506)	53%	33	14	-	-%	*	98	2
Centro	(290)	36%	45	19	*	1%	-	98	2
Derecha	(184)	26%	45	29	-	1%	1	99	-
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>									
Alto, Medio alto	(433)	50%	37	13	-	**%	-	98	2
Medio	(580)	37%	43	20	*	**%	*	98	1
Medio Bajo/Bajo	(187)	27%	34	39	-	-%	-	98	2
<u>Clientes de</u>									
Bancos	(287)	44%	37	19	-	-%	*	99	1
Cajas	(910)	41%	40	19	-	**%	*	98	2
<u>Hábitat:</u>									
Rural	(294)	34%	39	27	-	**%	-	100	-
Urbano	(601)	40%	44	16	*	-%	*	97	2
Metropolitano	(305)	47%	32	21	-	1%	*	98	1
<u>Exposición a la Información:</u>									
Alta	(146)	50%	35	15	-	1%	1	98	1
Media	(424)	50%	35	16	-	**%	-	98	2
Baja	(523)	33%	42	25	*	**%	*	98	2
Ninguna	(106)	22%	54	25	-	-%	-	100	-
<u>Nacionalismo</u>									
Más nacionalista	(226)	51%	32	17	-	**%	-	97	3
Tan nac. como esp	(631)	41%	39	20	-	**%	*	98	1
Más español	(313)	31%	45	24	-	**%	*	98	1
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>									
Satisfechos	(546)	44%	37	19	*	**%	-	97	2
Indiferentes	(247)	37%	41	23	-	-%	*	98	1
Insatisfechos	(370)	37%	42	21	-	**%	*	99	1
<u>Satisfacción con la Democracia</u>									
Satisfechos	(911)	41%	40	19	*	**%	*	98	2
Indiferentes	(134)	38%	37	25	-	-%	-	100	-
Insatisfechos	(147)	39%	41	20	-	1%	-	99	-

Cuadro 6.5.14. (Continuación)

Acciones políticas en las que ha participado,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	Firmar una petición				Secundar boicots			
		He hecho	Podría hacer	Nunca la haría	Ns/Nc	He hecho	Podría hacer	Nunca la haría	Ns/Nc
Total	(1200)	30%	46	23	-	8%	40	52	-
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2004</u>									
PP	(233)	29%	45	27	-	6%	28	65	-
PSOE	(436)	31%	48	21	-	7%	42	51	-
IU	(32)	47%	31	22	-	12%	44	44	-
Nacion.derecha	(52)	26%	51	23	-	13%	53	34	-
Nacion.izquierda	(11)	9%	73	18	-	9%	73	18	-
Otros, en blanco	(48)	31%	34	35	-	12%	34	54	-
No votó	(244)	27%	54	19	-	4%	47	49	-
No sabe	(11)	18%	19	63	-	-%	37	63	-
No contesta	(133)	38%	35	27	-	15%	40	45	-

MARZO 2006	Total	Participar en manifestaciones pacíficas				Otra			
		He hecho	Podría hacer	Nunca la haría	Ns/Nc	He hecho	Podría hacer	Nunca la haría	Ns/Nc
Total	(1200)	40%	40	20	*	*%	*	98	2
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2004</u>									
PP	(233)	25%	47	28	-	*%	*	99	*
PSOE	(436)	45%	37	18	-	*%	*	98	2
IU	(32)	75%	13	12	-	-%	-	100	-
Nacion.derecha	(52)	60%	29	11	-	2%	-	98	-
Nacion.izquierda	(11)	63%	37	-	-	-%	-	100	-
Otros, en blanco	(48)	46%	34	21	-	-%	-	98	2
No votó	(244)	36%	46	18	*	-%	-	98	2
No sabe	(11)	18%	28	54	-	-%	-	100	-
No contesta	(133)	40%	37	23	-	-%	-	96	4

Cuadro 6.5.15.

Grado de Religiosidad.

	VI-90	X-95	XII-00	III-06
	(1.510)	(1.211)	(1.207)	(1.200)
	%	%	%	%
– Una persona religiosa	66	68	62	58
– Una persona no religiosa	24	27	29	36
– Un ateo convencido	4	3	6	4
– No sabe	5	2	2	2

Cuadro 6.5.16.

Grado de Religiosidad,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	Una persona religiosa	Una persona no religiosa	Un ateo	Ns/Nc
Total	(1200)	58%	36	4	2
<u>Edad:</u>					
18 a 29 años	(277)	37%	55	5	3
30 a 49 años	(441)	51%	41	5	2
50 a 64 años	(233)	70%	25	3	1
65 y más años	(249)	84%	14	2	*
<u>Posición Social</u>					
Baja	(402)	75%	21	3	1
Media	(616)	52%	41	4	2
Alta	(182)	43%	49	6	2
<u>Ideología</u>					
Izquierda	(506)	46%	48	5	2
Centro	(290)	63%	31	4	2
Derecha	(184)	83%	14	3	1
<u>Status Socioeconómico</u>					
<u>Familiar</u>					
Alto, Medio alto	(433)	51%	42	4	2
Medio	(580)	60%	35	4	2
Medio Bajo/Bajo	(187)	71%	23	4	1
<u>Clientes de</u>					
Bancos	(287)	61%	33	4	2
Cajas	(910)	57%	37	4	1
<u>Hábitat:</u>					
Rural	(294)	67%	29	4	*
Urbano	(601)	56%	38	3	2
Metropolitano	(305)	55%	37	6	2
<u>Exposición a la Información:</u>					
Alta	(146)	58%	36	5	1
Media	(424)	52%	40	6	2
Baja	(523)	60%	35	3	2
Ninguna	(106)	77%	21	2	-
<u>Nacionalismo</u>					
Más nacionalista	(226)	50%	40	10	*
Tan nac. como esp	(631)	60%	35	3	2
Más español	(313)	61%	34	2	3
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>					
Satisfechos	(546)	57%	38	4	2
Indiferentes	(247)	55%	39	5	1
Insatisfechos	(370)	63%	31	3	2
<u>Satisfacción con la Democracia</u>					
Satisfechos	(911)	57%	38	4	2
Indiferentes	(134)	62%	32	6	-
Insatisfechos	(147)	65%	27	7	1

Cuadro 6.5.16. (Continuación)

Grado de religiosidad,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	Una persona religiosa	Una persona no religiosa	Un ateo	Ns/Nc
Total	(1200)	58%	36	4	2
<u>Recuerdo de Voto Elecciones</u>					
<u>Generales 2004</u>					
PP	(233)	79%	18	2	1
PSOE	(436)	53%	42	4	2
IU	(32)	28%	54	15	3
Nacion.derecha	(52)	66%	28	6	-
Nacion.izquierda	(11)	27%	73	-	-
Otros, en blanco	(48)	45%	44	2	8
No votó	(244)	50%	44	4	2
No sabe	(11)	82%	18	-	-
No contesta	(133)	68%	23	8	1

Cuadro 6.5.17.

Importancia de Dios en la vida.

	VI-90 (1.510) %	X-95 (1.211) %	XII-00 (1.207) %	III-06 (1.200) %
- Nada importante	12	7	13	15
- 02	5	3	7	7
- 03	6	6	7	7
- 04	6	4	4	6
- 05	13	11	13	14
- 06	8	8	11	9
- 07	11	10	12	11
- 08	12	14	10	10
- 09	7	10	6	6
- Muy importante	16	25	16	14
- No sabe	4	2	2	2
- MEDIA	5,9	6,8	5,8	5,5

Cuadro 6.5.18.

Importancia de Dios en la vida,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	01.Nada importante	02	03	04	05	06	07	08	09	10.Muy importante	Ns/Nc	MEDIA
Total	(1200)	15%	7	7	6	14	9	11	10	6	14	2	5,5
<u>Edad:</u>													
18 a 29 años	(277)	24%	15	10	7	12	8	9	6	3	6	2	4,1
30 a 49 años	(441)	18%	6	8	8	16	10	10	8	3	11	2	5,0
50 a 64 años	(233)	11%	4	5	5	15	8	13	11	7	20	2	6,2
65 y más años	(249)	3%	2	3	5	12	8	15	15	12	25	1	7,2
<u>Posición Social</u>													
Baja	(402)	9%	5	4	3	12	8	15	14	10	21	1	6,6
Media	(616)	17%	9	8	8	14	10	10	8	3	11	1	5,0
Alta	(182)	22%	5	9	9	17	8	8	6	3	9	4	4,6
<u>Ideología</u>													
Izquierda	(506)	21%	11	9	6	13	9	8	7	3	10	2	4,6
Centro	(290)	11%	5	7	10	15	9	15	10	8	10	1	5,7
Derecha	(184)	6%	2	3	3	12	9	11	16	7	30	3	7,2
<u>Status Socioeconómico</u>													
<u>Familiar</u>													
Alto, Medio alto	(433)	19%	8	9	7	16	10	8	8	4	11	3	4,9
Medio	(580)	15%	7	6	7	12	8	12	11	7	15	1	5,7
Medio Bajo/Bajo	(187)	7%	5	6	3	14	10	17	11	6	21	1	6,4
<u>Clientes de</u>													
Bancos	(287)	15%	6	6	6	14	8	7	10	6	19	2	5,7
Cajas	(910)	15%	7	7	7	13	9	12	10	6	13	1	5,4
<u>Hábitat:</u>													
Rural	(294)	13%	7	6	6	14	8	13	10	7	16	*	5,7
Urbano	(601)	15%	8	8	7	12	9	11	9	5	15	2	5,4
Metropolitano	(305)	16%	5	5	6	17	10	11	10	5	13	1	5,5
<u>Exposición a la</u>													
<u>Información:</u>													
Alta	(146)	18%	5	7	5	15	7	9	9	6	17	3	5,5
Media	(424)	15%	8	9	7	13	11	11	9	4	12	2	5,2
Baja	(523)	14%	8	7	7	13	8	12	11	7	13	1	5,5
Ninguna	(106)	13%	3	2	4	18	6	14	7	5	29	-	6,5
<u>Nacionalismo</u>													
Más nacionalista	(226)	23%	8	9	6	18	5	10	7	6	8	-	4,6
Tan nac. como esp	(631)	14%	9	8	7	12	9	11	9	5	15	2	5,4
Más español	(313)	10%	2	5	6	16	10	14	13	6	19	2	6,3
<u>Satisfacción con el</u>													
<u>Gobierno</u>													
Satisfechos	(546)	17%	9	8	6	16	11	11	8	6	9	1	5,1
Indiferentes	(247)	15%	8	8	8	9	8	11	12	6	12	1	5,4
Insatisfechos	(370)	12%	3	5	6	14	6	12	11	5	23	3	6,2
<u>Satisfacción con la</u>													
<u>Democracia</u>													
Satisfechos	(911)	15%	8	8	6	14	10	12	9	5	13	1	5,4
Indiferentes	(134)	12%	4	7	10	16	7	12	12	9	11	1	5,7
Insatisfechos	(147)	20%	3	3	5	13	3	10	8	4	26	4	5,9

Cuadro 6.5.18. (Continuación)

Importancia de Dios en la vida,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	01.Nada importante	02	03	04	05	06	07	08	09	10.Muy importante	Ns/Nc	MEDIA
Total	(1200)	15%	7	7	6	14	9	11	10	6	14	2	5,5
<u>Recuerdo de Voto</u>													
<u>Elecciones Generales 2004</u>													
PP	(233)	5%	3	3	5	13	10	11	15	6	28	2	7,0
PSOE	(436)	16%	12	8	6	14	10	9	8	5	11	1	5,0
IU	(32)	50%	-	10	3	6	3	9	6	3	3	6	3,3
Nacion.derecha	(52)	11%	8	13	9	11	6	15	11	6	9	-	5,3
Nacion.izquierda	(11)	28%	9	18	-	-	9	9	9	9	9	-	4,6
Otros, en blanco	(48)	19%	4	4	2	10	8	21	4	8	10	8	5,5
No votó	(244)	20%	6	6	8	14	6	12	9	5	11	2	5,1
No sabe	(11)	9%	-	10	-	27	-	18	9	9	18	-	6,3
No contesta	(133)	11%	3	8	8	17	11	12	9	7	14	-	5,8

Cuadro 6.5.19.

Justificación de las siguientes acciones.

													MEDIA			
MARZO 2006		Nunca Justificado	02	03	04	05	06	07	08	09	Siempre Justificado	No Sabe	VI-90	X-95	XII-00	III-06
–	El aborto	16%	4	6	4	23	10	11	10	4	9	2	4,7	4,4	4,9	5,3
–	El divorcio	6%	1	2	2	14	10	12	17	11	23	2	5,9	6,0	6,4	7,1
–	El suicidio	56%	8	7	4	11	2	2	1	*	3	6	2,3	2,7	3,1	2,4

Cuadro 6.5.20.

Justificación de las siguientes acciones,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	El aborto	El divorcio	El suicidio
Total	(1200)	5,3	7,1	2,4
<u>Edad:</u>				
18 a 29 años	(277)	6,3	7,9	2,8
30 a 49 años	(441)	5,8	7,7	2,7
50 a 64 años	(233)	4,5	6,6	2,3
65 y más años	(249)	3,8	5,6	1,8
<u>Posición Social</u>				
Baja	(402)	4,3	6,2	2,0
Media	(616)	5,6	7,5	2,6
Alta	(182)	6,4	7,9	2,9
<u>Ideología</u>				
Izquierda	(506)	6,1	7,6	2,7
Centro	(290)	5,0	7,0	2,4
Derecha	(184)	4,2	6,3	1,8
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>				
Alto, Medio alto	(433)	6,0	7,7	2,7
Medio	(580)	5,0	6,9	2,3
Medio Bajo/Bajo	(187)	4,3	6,2	2,2
<u>Cientes de</u>				
Bancos	(287)	5,3	7,2	2,4
Cajas	(910)	5,4	7,2	2,4
<u>Hábitat:</u>				
Rural	(294)	5,2	6,8	2,3
Urbano	(601)	5,2	7,2	2,4
Metropolitano	(305)	5,6	7,4	2,7
<u>Exposición a la Información:</u>				
Alta	(146)	5,4	7,3	2,4
Media	(424)	5,6	7,1	2,4
Baja	(523)	5,2	7,1	2,4
Ninguna	(106)	4,3	6,9	2,7
<u>Nacionalismo</u>				
Más nacionalista	(226)	5,7	7,5	2,5
Tan nac. como esp	(631)	5,3	7,1	2,5
Más español	(313)	4,9	6,9	2,3
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>				
Satisfechos	(546)	5,6	7,2	2,6
Indiferentes	(247)	5,3	7,0	2,4
Insatisfechos	(370)	4,8	7,1	2,3
<u>Satisfacción con la Democracia</u>				
Satisfechos	(911)	5,4	7,1	2,4
Indiferentes	(134)	5,1	6,8	2,5
Insatisfechos	(147)	5,0	7,3	2,7

Cuadro 6.5.20. (Continuación)

Justificación de las siguientes acciones,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	El aborto	El divorcio	El suicidio
Total	(1200)	5,3	7,1	2,4
<u>Recuerdo de Voto Elecciones Generales 2004</u>				
PP	(233)	4,4	6,5	2,0
PSOE	(436)	5,5	7,3	2,5
IU	(32)	7,1	8,0	3,3
Nacion.derecha	(52)	5,1	6,9	2,2
Nacion.izquierda	(11)	6,5	8,9	3,1
Otros, en blanco	(48)	5,6	7,3	2,7
No votó	(244)	5,7	7,5	2,7
No sabe	(11)	3,8	4,7	2,2
No contesta	(133)	4,7	6,7	2,5

Cuadro 6.5.21.

Orgullosos de ser español.

	VI-90 (1.510) %	X-95 (1.211) %	XII-00 (1.207) %	III-06 (1.200) %
– Muy orgulloso/a	44	64	60	58
– Algo orgulloso/a	41	26	30	31
– No muy orgulloso/a	7	4	5	5
– Nada orgulloso/a	4	3	2	2
– No soy español/a	-	1	1	1
– No sabe	4	2	2	2
– INDICE	174	182	183	182

Cuadro 6.5.22.

Orgulloso de ser español,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	Muy orgulloso/a	Algo orgulloso/a	No muy orgulloso/a	Nada orgulloso/a	No soy español/a	Ns/Nc	INDICE
Total	(1200)	58%	31	5	2	1	2	182
<u>Edad:</u>								
18 a 29 años	(277)	50%	35	8	2	3	3	176
30 a 49 años	(441)	53%	35	5	3	1	4	180
50 a 64 años	(233)	66%	26	4	3	2	-	185
65 y más años	(249)	68%	26	4	1	-	*	189
<u>Posición Social</u>								
Baja	(402)	64%	30	3	1	2	*	189
Media	(616)	57%	31	6	3	1	2	179
Alta	(182)	46%	38	6	3	1	6	176
<u>Ideología</u>								
Izquierda	(506)	51%	36	6	4	1	2	178
Centro	(290)	54%	36	5	2	2	1	183
Derecha	(184)	80%	17	1	1	1	1	195
<u>Status Socioeconómico Familiar</u>								
Alto, Medio alto	(433)	59%	29	5	3	1	2	180
Medio	(580)	57%	32	5	2	1	2	182
Medio Bajo/Bajo	(187)	58%	34	5	1	2	1	186
<u>Clientes de</u>								
Bancos	(287)	63%	28	3	1	3	3	187
Cajas	(910)	58%	32	5	2	1	2	182
<u>Hábitat:</u>								
Rural	(294)	60%	30	3	3	2	1	185
Urbano	(601)	62%	29	4	2	1	2	184
Metropolitano	(305)	48%	37	7	2	1	4	176
<u>Exposición a la Información:</u>								
Alta	(146)	56%	36	3	1	1	4	188
Media	(424)	55%	30	6	5	2	2	173
Baja	(523)	61%	33	4	1	1	1	189
Ninguna	(106)	58%	25	8	2	2	6	173
<u>Nacionalismo</u>								
Más nacionalista	(226)	26%	43	16	10	3	2	143
Tan nac. como esp	(631)	65%	30	2	*	*	2	193
Más español	(313)	68%	27	2	1	1	2	192
<u>Satisfacción con el Gobierno</u>								
Satisfechos	(546)	53%	35	5	3	2	2	181
Indiferentes	(247)	55%	34	6	2	*	2	181
Insatisfechos	(370)	69%	23	5	2	1	1	185
<u>Satisfacción con la Democracia</u>								
Satisfechos	(911)	58%	33	4	2	1	2	185
Indiferentes	(134)	52%	35	5	4	2	2	178
Insatisfechos	(147)	63%	20	8	5	2	2	170

Cuadro 6.5.22. (Continuación)

Orgulloso de ser español,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 2006	Total	Muy orgulloso/a	Algo orgulloso/a	No muy orgulloso/a	Nada orgulloso/a	No soy español/a	Ns/Nc	INDICE
Total	(1200)	58%	31	5	2	1	2	182
<u>Recuerdo de Voto Elecciones</u>								
<u>Generales 2004</u>								
PP	(233)	77%	21	1	-	-	-	197
PSOE	(436)	58%	35	3	1	*	2	188
IU	(32)	21%	47	25	3	-	3	140
Nacion.derecha	(52)	30%	44	15	7	4	-	151
Nacion.izquierda	(11)	10%	36	-	46	9	-	100
Otros, en blanco	(48)	50%	35	2	6	2	4	177
No votó	(244)	53%	30	8	2	3	3	174
No sabe	(11)	54%	37	9	-	-	-	181
No contesta	(133)	58%	29	3	4	2	4	181