



**INFORME A.S.E.P. sobre LA
OPINION PUBLICA DE LOS
ESPAÑOLES**

MARZO - 1.996

FICHA TECNICA

- **Diseño y Realización:** De la investigación, del cuestionario y de la muestra: A.S.E.P.
- **Diseño Muestral:** 1.212 personas de uno y otro sexo, de 18 y más años, residentes en España. Muestra aleatoria estratificada por Comunidades Autónomas y municipios, utilizando sistema de rutas aleatorias y selección final de los entrevistados mediante la técnica de "Random Route".
- **Trabajo de Campo:** Realizado durante los días **11 a 16 de Marzo de 1996**, 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 **29 de Marzo de 1996**.
- **Análisis e Interpretación de Datos:**
SARA CORTES GARCIA
Javier Díez Medrano
Luis Corominas i Albert
Belén García del Ordi
- **Proceso de Textos:**
PALOMA MILLAN MARTINEZ
Esperanza Celdrán Lucía
Marta Barahona Zamorano
Sonia Moya Jiménez

Dirección:

JUAN DIEZ NICOLAS

**COPYRIGHT ASEP S.A., 1996. PROHIBIDA LA REPRODUCCION
TOTAL O PARCIAL, INCLUSO CITANDO LA FUENTE.**

INDICE

Págs .

1. El Sistema de Indicadores Sociales A.S.E.P.	3
1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP.....	5
1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP	10
2. Estructura Socioeconómica de la Población Española.....	18
2.1. ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA DE LOS HOGARES.....	18
2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS	26
3. Actitudes y Comportamientos Económicos	33
3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA.....	33
3.2. PAUTAS DE AHORRO Y CONSUMO	47
3.3. SATISFACCION CON LA VIDA	53
3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS	57
4. Actitudes y Comportamientos Políticos	62
4.1. DIMENSIONES IDEOLOGICAS BASICAS	62
4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES.....	86
4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS.....	117
4.4. INTENCIONES DE VOTO.....	139
5. Utilización de Medios de Comunicación	155
5.1. ANTECEDENTES	155
5.2. PRENSA DIARIA	158
5.3. REVISTAS	162
5.4. RADIO.....	166
5.5. TELEVISION	177
5.6. LOS COMUNICADORES	190
6. La Actualidad	214
6.1. LA CAMPAÑA ELECTORAL.....	214
6.2. PARTICIPACION ELECTORAL Y VOTO.....	240
6.3. MEDIOS DE COMUNICACION Y ELECCIONES	281
6.4. PERTENENCIA A ASOCIACIONES Y VOTO	292
6.5. DESPUES DE LAS ELECCIONES	307

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.

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

- a. Conviene diferenciar entre indicadores objetivos (tasa de natalidad, proporción de analfabetos, etc.), generalmente obtenidos de fuentes estadísticas, e indicadores subjetivos (número ideal de hijos, intención de voto, etc.), generalmente obtenidos mediante encuestas o sondeos. Los primeros, además, se refieren a hechos sociales fácilmente mensurables, mientras que los segundos se refieren a actitudes, opiniones o comportamientos de los individuos, en base a la información que ellos mismos proporcionan.

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. La segunda conclusión general respecto a los problemas para construir un sistema de indicadores sociales es la de que ciertos indicadores pueden fluctuar en períodos cortos de tiempo, como semanas o meses (p.ej., el consumo de ciertos productos), mientras que otros varían a lo largo de períodos más largos, como años o décadas (p.ej., las actitudes básicas, como las ideológicas o las religiosas). En este caso conviene recordar una vez más que la investigación puede detectar un cambio en las opiniones (actitudes verbalizadas) aún en el supuesto de que no haya existido cambio en las actitudes.
- c. La tercera conclusión general es la de que, al menos por el momento, no existe un sistema único de indicadores sociales que haya sido aceptado por toda la comunidad de científicos e investigadores sociales como más idóneo.

El objetivo principal de esta investigación, que se concibe 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.

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

Por consiguiente, se ha optado por construir un sistema de indicadores subjetivos (en el sentido de que son los propios individuos quienes proporcionan la información), aunque a veces existe posibilidad de contrastación con indicadores objetivos procedentes de fuentes estadísticas. En

segundo lugar, se ha optado por construir un sistema de indicadores que incluye algunos susceptibles de variación en cortos períodos de tiempo para 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, con el fin de adoptar sus decisiones en base a una información más completa y actualizada que la que suelen proporcionar otras fuentes (como las estadísticas). Asimismo, el sistema de indicadores ASEP incluye otros que suelen variar a lo largo de 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).

Así, 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. El sistema de indicadores de ASEP es el producto, provisional y revisable en cualquier caso, de una experiencia investigadora de casi treinta años sobre la sociedad española, pero también de una larga experiencia sobre la utilidad que puede darse a los hallazgos de la investigación en el sector público y el privado.

En este sentido, y como demostración de que la afirmación anterior implica algo más que buenas intenciones, ASEP ha revisado anualmente su sistema de indicadores, desde el inicial en el curso 1986-87 hasta el actual para el curso 1.995-96, tratando de mejorarlo sobre la base de la experiencia de su utilización durante esos años. Los criterios en los que se basan 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.

El gran volumen de información política difundida por los medios de comunicación, así como su contenido e interés metodológico, son los principales motivos que han llevado a ASEP, a principios de este año, a ampliar la batería de indicadores políticos con cuatro indicadores más de carácter político basados, como es lógico, en esos mismos criterios.

En primer lugar, se ha optado por incluir un nuevo indicador, el Índice de Interés por los Acontecimientos Políticos (IP), cuestión ya introducida con carácter permanente en el sondeo correspondiente al mes de octubre del pasado año; y, en segundo lugar, incluir en esta batería tres indicadores analizados en los informes ASEP desde enero de 1993, destinados a sondear las actitudes de los españoles hacia la consolidación de la integración de España en la UE, a saber, el Índice de Satisfacción con la Pertenencia de España a la UE (ISUE), el Índice de Beneficio de la Pertenencia de España a la UE (IBUE) y, por último, el Índice de Beneficio de la Pertenencia de las Comunidades Autónomas a la UE (IBCA).

De los dieciocho indicadores que componen ahora el Sistema de Indicadores ASEP (dejando aparte la intención de voto), doce pueden variar en una escala de 0 a 200, con punto de equilibrio en 100 (ISC, IESE, IPA, ISCV, IO, ISD, ISG, IP, ISUE, IBUE, IBCA, IED). De los demás, tres constituyen medias aritméticas en escalas: de 1 a 5 (ISN e IPR), y de 1 a 7 (IPI). Y los últimos, finalmente, son porcentajes, y por tanto pueden variar entre 0 y 100: IA, IAP e IPM. Además, se ofrecen tres indicadores en forma de índices, como habitualmente, pero también en forma de medias aritméticas, entre paréntesis, con el fin de comprobar cuál de las dos modalidades es mejor: ISCV, ISD e ISG.

Como ya se ha señalado, todos los indicadores son exactamente iguales de un mes a otro, pues se basan en preguntas que son absolutamente idénticas todos los meses.

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

Este curso se ha optado por mantener cinco variables explicativas fijas, tal y como se presentó los cursos pasados. No obstante, siempre que se considere necesario se añadirán las variables precisas para el mejor análisis e interpretación de los datos.

Además de la serie temporal de los dieciocho indicadores, se presenta el valor de cada indicador según los diferentes segmentos de población definidos en base al propio sistema de indicadores.

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

1.1. ANALISIS GENERAL DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Los dieciocho indicadores utilizados son:

- 1.·ISC: Índice de Sentimiento del Consumidor
- 2.·IESE: Índice de Evaluación de la Situación Económica.
- 3.·IPA: Índice de Propensión al Ahorro.
- 4.·IA: Índice de Ahorro.
- 5.·ISCV: Índice de Satisfacción con la Calidad de Vida.
- 6.·IO: Índice de Optimismo.
- 7.·IPR: Índice de Práctica Religiosa.
- 8.·IPM: Índice de Postmaterialismo.
- 9.·ISD: Índice de Satisfacción con la Democracia.
- 10.·ISG: Índice de Satisfacción con el Gobierno.
- 11.·IAP: Índice de Alienación Polítca.
- 12.·IPI: Índice de Posicionamiento Ideológico.
- 13.·ISN: Índice de Sentimiento Nacionalista.
- 14.·IEI: Índice de Exposición a la Información.
- 15.·IP: Índice de Interés por los Acontecimientos Políticos.
- 16.·ISUE: Índice de Satisfacción con la Pertenencia de España en la UE.
- 17.·IBUE: Índice del Beneficio de la Pertenencia de España a la UE.
- 18.·IBCA: Índice del Beneficio de la Pertenencia de las Comunidades Autónomas a la UE.

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

El análisis global del Sistema de Indicadores ASEP para el mes de marzo de 1996 puede resumirse así:

- El persistente descontento con la situación económica que viene reflejándose desde hace algo más de dos años en los dos indicadores que miden la confianza en la situación económica y en el futuro económico (ISC e IESE principalmente), sigue manifestándose en ambos indicadores ya que continúan situándose por debajo del nivel de equilibrio. Sin embargo, este mes, ambos indicadores aumentan ligeramente, alcanzando el nivel más alto

desde marzo del año pasado, observándose que, sin llegar a reflejar actitudes de confianza en la economía, sí indican una cierta amortiguación del pesimismo predominante, sentimiento que hay que atribuir sin ninguna duda a las expectativas de cambio derivadas de las pasadas elecciones generales del 3 de marzo.

Los indicadores sobre ahorro (IPA e IA) se mantienen en los niveles del primer mes de este año, es decir, existe cierto predominio de los ahorradores sobre los que se endeudan.

- Como se puede comprobar analizando la serie de datos del último año, los indicadores sociales son menos susceptibles de variación, si bien de un mes a otro pueden producirse ligeras oscilaciones. Así, el ISCV se mantiene respecto a febrero y se muestra bastante estable en relación a lo largo del último año, y continúa mostrando que en la sociedad española predomina la satisfacción con la calidad de vida.

Por su parte, el IO continúa situándose por debajo del nivel de equilibrio, aunque este mes alcanza el nivel más alto de todo el año, aunque su valor todavía apunta un relativo predominio del pesimismo. El IPM desciende ligeramente, manteniéndose en los niveles de hace un año. El IPR se mantiene, tal y como viene siendo habitual, en unos niveles muy similares a los de todo el curso.

- Los indicadores políticos, más susceptibles de variación, muestran, un notable ascenso respecto al mes de febrero; así, el ISD aumenta el nivel de equilibrio hacia un más que moderado optimismo. Sin duda alguna, hay que atribuir este ligero ascenso del optimismo a las elecciones generales. También el grado de satisfacción con el Gobierno (ISG) aumenta por comparación con el valor alcanzado en el último sondeo, y obtiene el nivel más alto de todo el curso aunque sigue situándose por debajo del punto de equilibrio. Este mes los indicadores políticos superan los niveles obtenidos el pasado mes de junio a raíz de la celebración de las elecciones locales y autonómicas. A pesar de este notable incremento los indicadores políticos reflejan cierto pesimismo e incertidumbre en relación a la esfera política, aunque en menor medida que en los meses anteriores, mientras la insatisfacción con el Gobierno continúa contrastando con una satisfacción con la democracia.

Concretamente, se observa que el índice de alienación política (IAP), es el más bajo de todo el curso; y que los otros indicadores políticos, de ideología (IPI) y de sentimiento nacionalista (ISN) permanecen en sus niveles habituales, como era lógico esperar.

Los indicadores que evalúan el interés por los acontecimientos políticos y la pertenencia a la Unión Europea muestran un notable ascenso (excepto el ISUE) respecto al mes pasado alcanzando los niveles más altos de los últimos doce meses.

Así, el grado de interés por los acontecimientos políticos (IP) se sitúa casi en el nivel de equilibrio, lo que significa que quienes se sienten poco o nada interesados son una proporción ligeramente mayor que quienes tienen más interés. Dicho índice alcanza el nivel más alto desde octubre pasado, lo que se debe probablemente a las expectativas creadas por los resultados de las elecciones generales.

Por su parte, los indicadores de pertenencia a la Unión Europea aumentan respecto a los meses anteriores, aunque la satisfacción por la pertenencia española a la UE continúa rozando el nivel de equilibrio sin alcanzarlo. Por el contrario, el IBUE y el IBCA muestran claramente el predominio de quienes consideran beneficiosa la pertenencia a la UE, aunque se percibe un mayor beneficio en el caso de España que en el de las Comunidades Autónomas, como es ya habitual.

- El índice de exposición a la información (IEI) desciende en 5 puntos porcentuales y se mantiene en el mismo nivel de hace un año.

- 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 3 de marzo de 1.996 se observan unos cambios significativos. Respecto a éstos cabe destacar:
 - Aumento del voto al PP y a los nacionalistas de centro y derecha.
 - Estabilidad en el voto hacia el PSOE, IU, nacionalistas de izquierda y "otros partidos".
 - Ligero descenso de la abstención.



Cuadro 1.1.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
ECONOMICOS Y DE CONSUMO												
1 -ISC	70	75	80	81	83	79	78	79	80	86	86	90
2 -IESE	48	58	68	70	68	63	63	64	67	81	79	86
3 -IPA	114	109	113	112	117	111	114	120	112	117	116	118
4 -IA	26	23	26	26	28	24	26	30	25	28	28	29
SOCIALES												
5 -ISCV	163	164	162	160	160	166	160	162	163	162	165	165
	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,6)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)	(3,7)
6 -IO	82	83	84	86	92	89	88	87	90	92	91	97
7 -IPR	2,4	2,3	2,4	2,3	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4	2,3
8 -IPM	31	31	32	33	35	37	38	37	32	35	31	30
POLITICOS												
9 -ISD	98	101	105	109	96	92	98	99	108	105	107	127
	(2,9)	(2,9)	(3,0)	(3,0)	(2,9)	(2,8)	(2,9)	(2,9)	(3,0)	(3,0)	(3,0)	(3,2)
10 -ISG	53	55	71	68	53	56	59	57	66	66	71	90
	(2,2)	(2,2)	(2,5)	(2,4)	(2,3)	(2,3)	(2,3)	(2,3)	(2,4)	(2,4)	(2,5)	(2,8)
11 -IAP	31	33	34	28	24	36	37	35	33	32	34	21
12 -IPI	3,5	3,4	3,5	3,5	3,6	3,4	3,5	3,4	3,5	3,4	3,4	3,4
13 -ISN	3,2	3,3	3,2	3,2	3,3	3,3	3,2	3,1	3,2	3,2	3,2	3,2
14 -IP	-	-	-	-	-	-	77	92	90	93	83	99
15 -ISUE	92	88	80	89	89	87	90	93	95	98	96	98
16 -IBUE	136	130	114	132	131	124	130	133	145	146	138	152
17 -IBCA	127	125	110	122	120	115	125	125	136	138	132	146
EXPOSICION A INFORMACION												
18 -IEI	72	69	72	80	66	79	76	72	79	75	77	72
	(2,8)	(2,9)	(2,8)	(2,7)	(2,9)	(2,7)	(2,8)	(2,8)	(2,7)	(2,7)	(2,7)	(2,8)
INTENCION DIRECTA DE VOTO												
- PP	23,8	22,8	23,7	26,1	29,5	24,2	22,0	23,4	25,2	25,1	22,4	27,1
- CDS	1,2	1,0	0,8	0,2	1,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	-



- PSOE	20,9	22,3	23,7	21,7	23,0	19,8	19,1	22,3	22,5	24,6	26,0	32,1
- IU	14,4	12,2	10,6	11,5	12,3	9,3	11,8	10,6	11,4	10,0	10,0	9,3
- Otros	10,7	14,0	9,4	10,8	12,2	11,8	11,4	10,6	9,1	10,4	9,6	12,4
- No Votará	9,4	10,7	8,4	6,6	6,4	11,4	11,3	9,9	9,3	7,7	6,3	5,5
- NS/NC	19,6	20,0	23,4	19,9	15,4	23,3	24,1	22,9	22,1	21,9	25,3	13,6
INTENCION DE VOTO ESTIMADA												
- PP	28,2	27,0	29,0	29,1	31,0	30,4	28,1	29,7	29,8	30,5	29,1	31,1
- CDS	1,4	0,9	0,9	0,2	1,2	0,3	0,3	0,3	0,6	0,2	0,2	-
- PSOE	18,7	20,0	19,4	21,1	20,0	19,7	21,5	22,9	23,6	24,1	23,9	29,0
- IU	11,5	10,5	9,1	10,6	10,7	9,3	11,2	9,1	9,5	9,3	9,9	8,3
- Nacional.Derecha	5,4	6,4	5,7	7,4	7,2	7,7	7,0	6,6	6,4	6,8	6,5	6,9
- Nacional. Izquierda	1,4	1,6	1,8	2,1	1,3	2,1	2,5	2,0	1,6	1,6	2,1	1,6
- Otros	3,9	3,0	2,3	3,0	3,8	4,1	2,9	4,3	4,0	3,6	4,2	2,6
- Abstención	29,5	30,6	31,8	26,5	24,8	26,4	26,5	25,1	24,5	23,9	24,1	20,5

1.2. ANALISIS ESPECIFICO DEL SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES ASEP

Aunque cada uno de los dieciocho indicadores (más la intención de voto) que componen el Sistema de Indicadores Sociales 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 diecisiete 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.

Así, desde un punto de vista descriptivo, y muy simplificado, los rasgos más característicos de la sociedad española mostrarían un predominio de:

- los pesimistas sobre los optimistas en la evaluación de la situación económica,
- los que ahorran sobre los que se endeudan,
- los satisfechos sobre los insatisfechos con su calidad de vida,
- los pesimistas sobre los optimistas en el nivel personal,
- los de práctica religiosa baja sobre los de práctica religiosa alta,
- los materialistas sobre los post-materialistas,
- los satisfechos con el funcionamiento de la Democracia sobre los insatisfechos,
- los insatisfechos con el Gobierno, sobre los satisfechos,
- los autopoisonados en la izquierda, sobre los de centro y los de derecha,
- los españolistas sobre los nacionalistas, aunque predominan, como siempre, y en proporción de alrededor del 50%, los que se consideran tan españoles como nacionalistas,
- los que consideran que la pertenencia de España a la UE la beneficia sobre los que creen que la perjudica,
- los que consideran que la pertenencia de las Comunidades Autónomas a la UE las beneficia sobre los que creen que las perjudican,

- los de alta exposición a la información sobre los de ninguna exposición a la información, y
- los de baja posición social sobre los de posición alta.
- los que piensan votar al PSOE sobre los que piensan votar al PP.

Y cierto equilibrio entre:

- los no interesados por los acontecimientos políticos frente a los interesados, y,
- los insatisfechos con la pertenencia de España a la UE frente a los satisfechos.



Cuadro 1.2.0.

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

INDICADORES:	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1210)	(1214)	(1214)	(1216)	(1215)	(1.212)
Evaluación Situación Económica												
Optimistas	12%	12%	16%	16%	17%	14%	15%	16%	16%	19%	18%	18%
Pesimistas	64	55	48	46	49	51	52	52	49	38	39	32
Propensión al Ahorro												
Ahorran	26%	23%	26%	26%	28%	24%	26%	30%	25%	28%	28%	29%
Se Endeudan	12	14	13	14	11	13	12	10	13	11	11	11
Satisfacción con Calidad de Vida												
Satisfechos	77%	77%	76%	75%	74%	78%	75%	77%	77%	76%	77%	79%
Insatisfechos	14	13	14	15	14	12	15	14	14	15	12	14
Optimismo Personal												
Optimistas	15%	14%	15%	16%	18%	16%	17%	16%	18%	16%	16%	17%
Pesimistas	33	31	30	30	26	27	29	28	28	25	25	20
Práctica Religiosa												
Alta	20%	19%	21%	20%	22%	21%	23%	20%	20%	19%	22%	17%
Baja	55	59	53	58	51	49	52	52	52	54	54	55
Postmaterialismo												
Materialistas	69%	69%	68%	67%	65%	63%	62%	63%	68%	65%	69%	70%
Post-materialistas	31	31	32	33	35	37	38	37	32	35	31	30
Satisfacción con Democracia												
Satisfechos	41%	41%	43%	44%	38%	36%	40%	42%	46%	43%	44%	56%
Insatisfechos	43	40	38	35	42	44	42	43	39	39	37	28
Satisfacción con Gobierno												
Satisfechos	20%	20%	27%	25%	19%	20%	20%	22%	25%	25%	27%	36%
Insatisfechos	68	66	55	57	65	64	61	64	59	59	56	46
Posicionamiento Ideológico												
Izquierda	41%	37%	40%	40%	41%	38%	36%	39%	36%	42%	41%	45%
Centro	15	17	16	12	18	18	18	16	17	16	19	20
Derecha	19	17	18	21	23	16	17	16	18	16	18	18



Sentimiento Nacionalista												
Más nacionalistas	20%	18%	20%	21%	21%	19%	21%	20%	21%	21%	21%	24%
Más españoles	29	29	28	26	31	31	32	26	28	27	30	28
Interés por Acontecimientos Políticos												
Interesados	-%	-%	-%	-%	-%	-%	38%	45%	45%	46%	41%	49%
No interesados	-	-	-	-	-	-	61	53	54	53	58	50
Satisfacción con Pertenencia a UE												
Satisfechos	15%	12%	12%	14%	12%	14%	14%	15%	13%	14%	14%	14%
Insatisfechos	23	24	32	24	23	27	24	22	18	16	18	15
Beneficio de España en la UE												
Beneficia	63%	60%	51%	60%	58%	56%	60%	62%	67%	68%	63%	70%
Perjudica	27	30	37	28	28	33	30	29	23	22	25	18
Beneficio de las CC.AA. en la UE												
Beneficia	58%	56%	49%	55%	52%	52%	57%	58%	63%	64%	59%	66%
Perjudica	31	31	39	33	31	37	32	34	26	26	27	20
Exposición a Información												
Alta	36%	35%	36%	40%	33%	40%	38%	36%	39%	38%	38%	36%
Ninguna	21	24	23	20	24	19	23	24	16	18	20	20
Posición Social												
Alta	12%	14%	14%	13%	15%	14%	13%	13%	14%	13%	14%	14%
Baja	42	40	41	41	41	42	40	39	40	42	40	30
Intención de Voto Directa												
PP	24%	23%	24%	26%	30%	24%	22%	23%	25%	25%	22%	27%
PSOE	21	22	24	22	23	20	19	22	22	25	26	32
IU	14	12	11	11	12	9	12	11	11	10	10	9



Cuadro 1.2.1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

MARZO 1996	Total	Económicos y de Consumo				Sociales			
		ISC	IESE	IPA	IA	ISCV	IO	IPR	IPM
TOTAL	(1212)	90	86	118	29	3,7	97	2,3	30
Evaluación de la Situación Económica:									
Optimistas	(217)	130	200	120	33	3,7	127	2,3	27
Pesimistas	(389)	53	-	115	28	3,6	75	2,3	29
Propensión al Ahorro:									
Ahorro algo	(353)	96	89	200	100	3,8	106	2,4	33
Prestan dinero	(136)	80	81	-	-	3,5	80	2,4	37
Satisfacción con la Calidad de Vida:									
Satisfecho	(954)	93	88	122	31	4,1	101	2,3	30
Insatisfecho	(165)	74	74	101	19	1,9	75	2,3	26
Optimismo Personal:									
Optimista	(203)	128	119	122	32	3,8	200	2,0	33
Pesimista	(243)	43	51	98	18	3,4	-	2,5	24
Práctica Religiosa:									
Alta	(210)	86	88	119	32	3,7	86	4,4	23
Media	(268)	87	85	124	33	3,7	91	3,0	23
Baja	(671)	91	85	115	26	3,7	101	1,3	32
Postmaterialismo:									
Materialistas	(852)	89	86	118	28	3,7	94	2,4	-
Post-materialistas	(360)	92	85	118	32	3,7	102	2,0	100
Satisfacción con Democracia:									
Satisfechos	(673)	93	92	120	29	3,8	100	2,2	30
Insatisfechos	(346)	84	77	116	30	3,5	92	2,3	34
Satisfacción con Gobierno:									
Satisfechos	(438)	94	92	121	29	3,8	100	2,2	30
Insatisfechos	(552)	86	81	119	31	3,6	93	2,2	31
Posicionamiento Ideológico:									
Izquierda	(542)	92	87	116	27	3,6	99	1,9	35
Centro	(237)	92	88	126	35	3,8	103	2,5	26
Derecha	(220)	84	84	120	32	3,7	91	2,8	21



Sentimiento Nacionalista:									
Más nacionalistas	(288)	90	82	116	30	3,7	99	2,3	35
Igual	(558)	90	88	114	25	3,7	94	2,2	30
Más españoles	(346)	88	85	125	34	3,6	98	2,3	23
Interés por acontecimientos políticos:									
Interesados	(597)	91	89	120	31	3,7	97	2,3	31
No interesados	(610)	88	83	115	27	3,7	97	2,3	28
Satisfacción con pertenencia a UE:									
Satisfechos	(163)	97	88	126	36	3,8	105	2,3	29
Insatisfechos	(184)	83	82	114	29	3,5	85	2,5	32
Beneficio de España en la UE:									
Beneficia	(847)	92	87	120	30	3,7	101	2,2	31
Perjudica	(222)	84	85	113	29	3,6	88	2,5	34
Beneficio de las CC,AA, en la UE:									
Beneficia	(800)	92	89	122	31	3,7	100	2,2	31
Perjudica	(245)	85	81	111	27	3,6	90	2,4	33
Exposición a la Información:									
Alta	(435)	93	88	121	33	3,7	103	2,2	33
Baja	(238)	85	79	107	20	3,6	91	2,5	23
Posición Social:									
Baja	(368)	87	81	110	23	3,7	90	2,6	24
Media	(679)	91	89	117	28	3,7	99	2,2	30
Alta	(165)	92	85	140	47	3,8	104	1,8	42
Intención de Voto:									
PP	(328)	86	88	119	31	3,7	92	2,7	23
PSOE	(389)	90	81	117	28	3,7	96	2,1	27
IU	(113)	95	93	100	19	3,4	110	1,7	44



Cuadro 1.2.1. (Continuación)

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

MARZO 1996	Total	Políticos										Intención de Voto Directa		
		ISD	ISG	IAP	IPI	ISN	IP	ISUE	IBES	IBCA	IEI	PP	PSOE	IU
TOTAL	(1212)	3,2	2,8	21	3,4	3,2	2,8	2,5	2,0	2,8	2,8	27%	32	9
Evaluación de la Situación Económica:														
Optimistas	(217)	3,3	2,7	13	3,6	3,2	2,6	2,4	2,0	2,9	2,8	35%	24	13
Pesimistas	(389)	3,0	2,6	18	3,5	3,1	2,8	2,6	2,0	2,8	2,7	30%	32	9
Propensión al Ahorro:														
Ahorro algo	(353)	3,2	2,8	22	3,6	3,2	2,7	2,4	2,0	2,9	2,8	29%	31	6
Prestan dinero	(136)	3,0	2,6	15	3,4	3,0	2,7	2,6	1,9	2,7	2,6	29%	30	16
Satisfacción con la Calidad de Vida:														
Satisfecho	(954)	3,3	2,8	21	3,4	3,1	2,8	2,6	2,0	2,8	2,8	27%	34	8
Insatisfecho	(165)	2,8	2,6	21	3,2	3,3	2,9	2,6	1,8	2,7	2,7	25%	30	16
Optimismo Personal:														
Optimista	(203)	3,2	2,8	15	3,4	3,2	2,7	2,5	2,0	2,9	2,9	29%	28	14
Pesimista	(243)	3,0	2,6	20	3,5	3,2	2,9	2,6	1,9	2,7	2,7	35%	29	7
Práctica Religiosa:														
Alta	(210)	3,1	2,6	21	4,1	3,2	2,8	2,5	1,9	2,7	2,7	44%	22	4
Media	(268)	3,2	2,8	22	3,8	3,2	2,9	2,6	2,0	2,8	2,7	33%	31	6
Baja	(671)	3,3	2,8	20	3,1	3,1	2,8	2,6	2,0	2,9	2,8	21%	35	12
Postmaterialismo:														
Materialistas	(852)	3,3	2,8	21	3,6	3,2	2,8	2,6	2,0	2,8	2,8	30%	33	7
Post-materialistas	(360)	3,2	2,7	21	3,1	3,0	2,7	2,5	2,0	2,8	2,8	21%	30	14
Satisfacción con Democracia:														
Satisfechos	(673)	4,0	3,1	19	3,3	3,1	2,8	2,4	2,0	2,9	2,9	21%	42	9
Insatisfechos	(346)	1,8	2,2	19	3,7	3,2	2,8	2,5	1,8	2,7	2,7	39%	19	11
Satisfacción con Gobierno:														
Satisfechos	(438)	3,6	4,1	14	3,0	3,1	2,9	2,4	2,1	3,0	2,9	13%	58	5
Insatisfechos	(552)	2,9	1,7	20	3,8	3,1	2,7	2,5	1,9	2,7	2,7	42%	12	13
Posicionamiento Ideológico:														
Izquierda	(542)	3,4	3,1	13	2,3	3,1	2,7	2,4	2,0	2,9	2,8	4%	53	19
Centro	(237)	3,2	2,6	22	4,0	3,1	2,7	2,6	2,0	2,9	2,8	38%	22	3
Derecha	(220)	3,0	2,2	6	5,6	3,3	2,8	2,4	1,9	2,7	2,7	79%	6	*



Sentimiento Nacionalista:														
Más nacionalistas	(288)	3,2	2,7	22	3,4	1,6	2,7	2,6	1,9	2,8	2,7	21%	23	7
Igual	(558)	3,3	2,9	22	3,4	3,0	2,9	2,5	2,0	2,9	2,8	27%	35	9
Más españoles	(346)	3,1	2,7	19	3,5	4,7	2,8	2,5	2,0	2,8	2,8	33%	34	11
Interés por acontecimientos políticos:														
Interesados	(597)	3,3	2,9	15	3,3	3,2	2,6	1,8	2,0	2,9	2,8	28%	35	11
No interesados	(610)	3,2	2,7	26	3,5	3,1	3,0	3,3	1,9	2,8	2,7	26%	29	8
Satisfacción con pertenencia a UE:														
Satisfechos	(163)	3,5	3,2	9	3,3	3,3	2,7	2,2	3,0	3,5	3,4	22%	52	4
Insatisfechos	(184)	2,9	2,3	25	3,6	3,1	2,7	2,5	1,0	1,8	1,8	39%	11	17
Beneficio de España en la UE:														
Beneficia	(847)	3,3	2,9	18	3,3	3,2	2,8	2,5	2,2	3,1	3,0	25%	37	8
Perjudica	(222)	3,0	2,3	23	3,6	3,1	2,7	2,5	1,3	1,7	1,8	37%	16	16
Beneficio de las CC.AA. en la UE:														
Beneficia	(800)	3,3	2,9	17	3,3	3,2	2,8	2,5	2,1	3,1	3,1	25%	37	9
Perjudica	(245)	3,0	2,4	25	3,5	3,0	2,7	2,6	1,4	2,0	1,7	35%	18	16
Exposición a la Información:														
Alta	(435)	3,3	2,5	18	3,4	3,1	1,9	2,3	1,9	2,8	2,8	31%	23	12
Baja	(238)	3,2	2,9	27	3,5	3,1	4,0	2,9	1,9	2,8	2,8	24%	35	7
Posición Social:														
Baja	(368)	3,3	3,0	24	3,4	3,0	3,0	2,8	2,0	2,9	2,8	24%	40	6
Media	(679)	3,2	2,7	20	3,4	3,2	2,8	2,5	2,0	2,8	2,8	28%	29	11
Alta	(165)	3,2	2,5	17	3,4	3,2	2,4	2,1	1,9	2,8	2,8	31%	27	12
Intención de Voto:														
PP	(328)	2,9	2,2	-	4,8	3,4	2,7	2,5	1,9	2,7	2,7	100%	-	-
PSOE	(389)	3,6	3,5	-	2,7	3,3	2,9	2,5	2,2	3,0	3,0	-%	100	-
IU	(113)	3,1	2,4	-	2,2	3,4	2,6	2,3	1,7	2,6	2,6	-%	-	100

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

No obstante, la adaptación de algunas de las preguntas de este sondeo del mes de marzo a un estudio internacional realizado en varios países europeos ha motivado algunos cambios en las cuestiones relacionadas con la ocupación y el sector económico de los entrevistados y del cabeza de familia. Las variaciones observadas en los datos, sin ser decisivas, si son lo suficientemente significativas, y aportan una interesante información a modo de experimento para futuros posibles cambios. Dichas variaciones se refieren principalmente a una distribución algo más equilibrada entre las distintas categorías del status ocupacional, motivada por la mayor desagregación de las ocupaciones de los entrevistados, y por un mayor número de preguntas relativas a la situación laboral y a la descripción de la ocupación de los entrevistados activos, que ha obligado a la combinación de una cantidad de información mayor y más diversa que en los sondeos habituales.

En cualquier caso, hay que reseñar que los resultados de este mes son absolutamente comparables con los de los meses anteriores y que los cambios observados son atribuibles a la mayor información disponible en este sondeo.

Los datos que se muestran en los Cuadros 2.1.1. a 2.1.3. 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:

- Tan sólo un 5-8% de los españoles de 18 y más años residen en hogares unipersonales, mientras que más de dos tercios residen en hogares de dos, tres o cuatro personas, y alrededor de una cuarta parte reside en hogares de cinco o más personas . Por comparación

con otros países europeos, el promedio resultante de 3,7- 3,4 personas por hogar es relativamente elevado, y refleja la persistencia de pautas familiares tradicionales (natalidad más elevada y coexistencia de varias generaciones en un mismo hogar).

- 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, por una parte, y en cinco diferentes, por otra, atendiendo al sector de actividad más que a la ocupación propiamente dicha.

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

Debe resaltarse, por otra parte, que algo más de uno de cada diez cabezas de familia trabajan en el sector público, mientras que alrededor de 4 de cada 10 trabajan por cuenta ajena en el sector privado y un 12-17% de los cabezas de familia trabajan en el sector privado por cuenta propia, mientras que la proporción de parados entre los cabezas de familia fluctúa entre 4-9%.

- 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 (un 30% en el presente estudio); 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, el 50% en el presente mes, los ingresos mensuales no superan las 150.000 pesetas.
- De los nueve bienes o artículos incluidos en este estudio, y que pueden formar el equipamiento del hogar, la TV en color y la lavadora parecen ser los más ubicuos, pues los tienen más del 95% de los hogares (debido a la difusión acelerada que ambos artículos han tenido en los hogares españoles). El 81% de los hogares tienen vivienda propia (España sigue siendo uno de los países con mayor proporción de propietarios -frente a arrendatarios- de vivienda) y un 82% tiene teléfono (aunque alrededor de una quinta parte de los hogares sigue aún careciendo de este artículo, que hoy puede ser considerado de primera necesidad). La proporción de hogares que tienen automóvil es algo superior a dos tercios (ya que ha dejado de ser un artículo de lujo y de consumo de minorías, salvo por lo que respecta a ciertas marcas y modelos) mientras que en el caso del vídeo es algo inferior a dicha proporción. Alrededor de 4 de cada 10 hogares (44%) tienen un equipo de HIFI; y alrededor de un 15% dispone de lavavajillas y de microordenador, aunque parecería previsible que estos dos últimos bienes experimenten un importante crecimiento en poco tiempo, como ha sucedido con el vídeo en los últimos años.

El promedio de artículos es de 5,6 por hogar, con un coeficiente de variación del 31% (derivado del cociente entre la media aritmética y la desviación standard). Estos valores coinciden en general con los datos de anteriores sondeos, observándose, en conjunto, un estancamiento de la proporción de hogares que poseen los diferentes artículos.

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, algo más de la mitad tiene un status socioeconómico medio y un 24% de los hogares pueden catalogarse de status socioeconómico alto o medio-alto, como suele ser habitual.



Cuadro 2.1.1.

**Distribución de los Hogares según el Número de
Personas que lo Componen**

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
1	6%	7%	7%	5%	6%	7%	8%	5%	6%	5%	7%	7%
2	24	20	19	18	21	21	22	23	21	22	23	22
3	22	22	22	22	21	21	20	24	23	22	22	21
4	24	27	28	27	26	25	27	24	24	26	26	26
5	15	14	13	16	16	15	13	14	15	15	13	15
6	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6	6	6
7	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3
8 y más	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	*
NS/NC	*	*	*	1	*	*	*	*	*	*	*	*
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
Tamaño Medio del Hogar	3,5	3,6	3,6	3,7	3,6	3,6	3,5	3,5	3,6	3,6	3,4	3,5

Cuadro 2.1.2.

Status Ocupacional del Cabeza de Familia . (*)

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Alto	5%	5%	5%	8%	7%	7%	6%	6%	6%	6%	5%	10%
Medio	46	50	48	43	47	46	46	48	49	45	48	32
Bajo	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	26
En Paro	9	8	8	8	6	9	7	7	8	7	6	4
Ama de Casa	*	*	*	-	*	1	*	1	1	-	*	2
Jubilado	34	31	33	35	33	32	35	32	31	34	34	25
NS/NC	*	-	-	1	*	-	*	-	-	2	1	1
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)



Cuadro 2.1.3.

Sector Económico del Cabeza de Familia . (*)

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
No Activos	35%	31%	33%	35%	33%	33%	35%	32%	32%	35%	34%	28%
En Paro	9	8	8	8	6	9	7	7	8	7	6	4
Sector Público	5	5	6	6	6	6	4	6	4	5	5	15
Privados C. Ajena	39	43	39	33	41	40	40	40	41	40	40	40
Privados C. Propia	12	13	14	17	14	13	14	14	15	12	14	12
NS/NC	*	-	-	1	*	-	*	-	-	2	1	1
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)

(*) El cambio observado en los datos correspondientes al mes de marzo es atribuible a la modificación de esta pregunta en dicho sondeo, al hacer referencia a la ocupación actual o última.

Cuadro 2.1.4.

Distribución de los Hogares por Niveles de Renta Familiar

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Menos de 45.000 pts.	5%	3%	4%	4%	5%	4%	3%	3%	3%	4%	2%	3%
De 45 a 75.000 pts.	16	15	15	14	14	17	14	15	15	13	13	13
De 75 a 100.000 pts.	17	15	17	13	17	16	15	15	16	18	18	14
De 100 a 150.000 pts.	22	22	21	18	18	19	22	22	20	20	20	20
De 150 a 200.000 pts.	9	11	9	10	10	9	11	9	9	9	9	11
De 200 a 275.000 pts.	4	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5
De 275 a 350.000 pts.	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2
De 350 a 450.000 pts.	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
Más de 450.000 pts.	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
Sin Respuesta	24	25	24	30	26	25	25	26	27	27	28	30
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.215)



Cuadro 2.1.5.

Equipamiento de los Hogares

Porcentaje de Hogares con:	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Lavadora	96	96	97	96	96	95	96	96	95	96	96	95
T.V. color	98	97	97	98	98	96	97	98	98	98	98	98
Vivienda Propia	79	77	80	79	80	82	78	80	77	80	80	81
Teléfono	82	82	81	81	82	79	81	82	83	82	84	82
Automóvil	67	68	68	69	67	66	67	70	70	69	70	68
Equipo HIFI	44	43	42	45	47	42	42	46	40	44	45	44
Vídeo	61	62	61	64	65	56	62	62	62	66	63	65
Lavavajillas	14	16	14	16	15	17	14	16	14	15	15	15
Microordenador	12	16	14	16	17	14	15	16	13	14	16	16
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
Media (\bar{x}) artículos por Hogar	5,5	5,6	5,5	5,6	5,7	5,5	5,5	5,7	5,5	5,6	5,7	5,6
Coefficiente de Variación (%)	32	32	32	32	31	34	33	31	31	31	30	31



Cuadro 2.1.6.

Equipamiento de los Hogares según Características Socioeconómicas de los Hogares.

MARZO 1996	Total Muestra	Equipamiento:										CV%
		Vivienda Propia	Auto-móvil	TV Color	Vídeo	Teléfono	Lavadora	Lavavajillas	HIFI	Microordenador	X Art.	
TOTAL	(1212)	81	68	98	65	82	95	15	45	16	5,6	31
Edad:												
18 a 29 años	(316)	75	74	98	75	79	95	18	70	24	6,1	29
30 a 49 años	(412)	75	84	98	75	79	96	16	50	18	5,9	28
50 a 64 años	(261)	92	67	99	60	87	96	15	32	11	5,6	30
65 y más años	(222)	86	29	98	36	87	92	7	12	5	4,5	32
Posición Social:												
Baja	(368)	85	57	98	51	76	95	8	30	10	5,1	32
Media	(679)	79	70	98	67	84	95	15	47	15	5,7	30
Alta	(165)	77	84	99	87	89	96	30	67	33	6,6	25
Ideología:												
Izquierda	(542)	79	68	99	65	80	97	16	46	18	5,6	31
Centro	(237)	89	74	97	66	87	95	19	48	16	5,9	30
Derecha	(220)	78	68	100	70	83	95	15	48	15	5,7	30
Status Socioeconómico:												
Alto, Medio alto	(295)	85	87	100	89	95	97	31	74	36	6,9	19
Medio	(638)	80	71	98	66	81	97	11	42	12	5,6	29
Medio Bajo	(251)	83	44	98	40	80	95	5	20	3	4,7	27
Bajo	(27)	30	-	82	-	7	48	4	4	-	1,8	23
Clientes de:												
Bancos	(337)	81	75	98	71	85	95	18	49	17	5,9	30
Cajas	(827)	83	67	99	65	84	96	14	44	16	5,6	30



Cuadro 2.1.7.

Índice de Status Socioeconómico Familiar

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Alto, Medio Alto	17%	20%	18%	22%	22%	20%	21%	21%	19%	20%	20%	24%
Medio	57	54	56	49	54	52	54	55	56	54	57	53
Medio Bajo	24	24	24	26	22	26	23	22	24	23	22	21
Bajo	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2
	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)

2.2. STATUS SOCIOECONOMICO DE LOS INDIVIDUOS

Siendo los propios entrevistados las unidades de análisis básicas de 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 posición social, la clase social subjetiva, y el status laboral.

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 1.991 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 3-4%. 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. En conjunto, algo más de 5 de cada 10 personas de 18 y más años han logrado finalizar, como mucho, los estudios primarios, y entre el 5-7% habría logrado terminar los estudios universitarios o técnicos superiores.
- Respecto a la ocupación, la proporción de parados (el 14% sobre la población total de 18 y más años, y el 30% sobre la población activa total) es algo inferior a la de las cifras oficiales, confirmando así la opinión de que las cifras oficiales pueden estar algo "infladas". La proporción de amas de casa es muy semejante a la procedente de fuentes estadísticas oficiales, alrededor de una cuarta parte de la población de 18 y más años. Y la proporción de activos (incluyendo a los parados) suele ser similar también a la procedente de fuentes estadísticas oficiales (46% respecto a 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 2-6%, y los que trabajan por cuenta ajena en el sector privado duplican el número 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.
- 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.

- 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.

--Los que tienen entre 30 y 49 años tienden a posicionarse a la izquierda en mayor proporción que los demás grupos de edad.

--El "centro social" (líderes de opinión) está compuesto básicamente por personas de 30 a 49 años, de status socioeconómico familiar alto y posicionados ideológicamente algo más a la izquierda que en el centro y a la derecha.

--La clientela de bancos, por comparación con la de cajas, tiene una posición social y un status socioeconómico familiar más alto y se autoposiciona ideológicamente más en el centro y en la derecha.



Cuadro 2.2.1.

**Distribución de los Entrevistados por
Características Demográficas**

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
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	5%	4%	5%	6%	5%	6%	4%	6%	5%	4%	5%	5%
20 a 29	21	22	21	20	21	20	22	20	21	22	21	21
30 a 39	18	18	19	18	18	18	18	18	19	18	18	18
40 a 49	16	16	15	16	16	16	16	16	15	16	16	16
50 a 59	13	12	13	13	13	13	14	13	12	12	11	13
60 a 64	8	9	9	8	9	9	7	8	9	9	10	9
65 y más	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
Estado Civil												
Soltero/a	26%	25%	28%	29%	26%	27%	28%	27%	28%	26%	28%	28%
Casado/a	64	63	60	61	62	60	61	62	61	66	60	61
En Pareja	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
Viudo/a	7	8	8	7	9	9	8	7	7	5	9	8
Divorciado/a	1	1	1	1	1	*	1	1	1	1	1	*
Separado/a	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2
NS/NC	*	-	*	-	-	*	-	*	-	-	-	-
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)



Cuadro 2.2.2.

**Distribución de los Entrevistados por
Características Socioeconómicas . (*)**

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Educación Entrevistado:												
No Sabe Leer	3%	4%	4%	4%	4%	3%	3%	4%	4%	3%	4%	3%
Sabe Leer	22	21	21	22	22	22	21	21	22	22	19	22
Primarios	35	33	35	34	31	30	32	32	34	32	34	31
F.P. 1er. Grado	4	4	3	6	5	6	5	6	4	5	4	5
F.P. 2do. Grado	5	6	5	6	6	7	6	5	6	5	6	7
Bach. Elemental	9	9	9	7	10	9	10	8	9	9	10	11
Bach. Superior	10	11	12	11	11	12	11	11	10	11	12	11
Tit. Grado Medio	6	6	5	6	5	6	5	6	6	6	6	4
Universitarios	5	6	6	6	6	5	6	7	5	6	5	5
NC	1	*	*	*	*	*	*	1	*	1	1	1
Status Ocupa. Entrevistado:												
Alto	3%	3%	4%	5%	4%	3%	3%	3%	3%	4%	3%	6%
Medio	25	28	27	22	26	26	27	27	28	25	26	15
Bajo	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	11
En Paro	11	12	11	12	10	11	11	11	12	12	11	14
Ama de Casa	26	26	25	24	26	25	26	26	25	28	25	26
Jubilado	20	20	21	22	20	19	20	18	18	19	21	19
Estudiantes	8	6	8	9	9	11	8	10	8	8	9	8
NS/NC	*	*	*	*	*	*	-	*	-	-	*	*
Sector Econ. Entrevistado:												
No Activos	55%	52%	54%	55%	55%	55%	54%	54%	51%	54%	54%	54%
En Paro	11	12	11	12	10	11	11	11	12	12	11	14
Sector Público	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	6
Privado C. Ajena	23	26	25	20	25	24	24	25	26	24	23	18
Privado C. Propia	6	7	7	9	7	6	7	7	8	7	8	8
NS/NC	*	*	*	*	*	*	-	*	-	-	*	*
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)

(*) Los cambios observados en los datos sobre el status ocupacional y el sector económico del entrevistado correspondientes al mes de marzo son atribuibles a la modificación de esta pregunta en dicho sondeo.



Cuadro 2.2.3.

**Distribución de los Entrevistados por
Características Ecológicas**

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Comunidad Autónoma												
Andalucía	18%	18%	18%	18%	18%	18%	18%	18%	18%	18%	18%	18%
Aragón	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Asturias	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Baleares	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Canarias	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cantabria	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Castilla y León	6	6	7	7	6	6	6	7	6	6	6	6
Castilla-Mancha	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cataluña	16	16	16	16	16	16	15	16	16	16	16	16
Extremadura	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Galicia	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
La Rioja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Madrid	13	12	13	13	13	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	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
C. Valenciana	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Hábitat												
Rural	24%	26%	24%	24%	25%	25%	25%	26%	24%	25%	24%	25%
Urbano	50	48	48	48	48	46	48	47	47	47	48	48
Metropolitano	26	27	28	28	28	29	28	26	28	28	28	28
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)



Cuadro 2.2.4.

Índice de Posición Social

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Muy Baja	4%	4%	4%	3%	4%	5%	3%	4%	4%	4%	3%	2%
Baja	38	35	37	38	37	37	37	36	36	38	37	28
Media	46	47	45	45	44	45	47	47	46	45	46	56
Alta	11	12	12	12	13	13	12	12	12	11	12	12
Muy Alta	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)

Cuadro 2.2.5.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Alta	*%	*%	*%	*%	1%	-%	*%	*%	*%	1%	*%	-%
Media Alta	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3
Media Media	51	51	51	56	52	50	50	54	53	55	57	53
Media Baja	29	31	30	29	31	29	29	27	25	28	28	31
Baja	14	11	14	10	10	14	15	13	14	11	11	10
NS/NC	3	3	2	2	3	3	3	2	4	2	1	2
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)



Cuadro 2.2.6.

Relación entre las Variables Explicativas ASEP.

MARZO 1996	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	Izquier- da	Dere- cha	Centro	Alto	Medio	Bajo	Bajo	
TOTAL	(1212)	26%	34	22	18	30%	56	14	45%	20	18	24%	53	21	2	
Edad:																
18 a 29 años	(316)	100%	-	-	-	35%	60	5	47%	21	15	31%	56	12	1	
30 a 49 años	(412)	-%	100	-	-	16%	58	26	49%	19	17	32%	56	10	2	
50 a 64 años	(261)	-%	-	100	-	25%	59	15	39%	21	19	20%	52	26	2	
65 y más años	(222)	-%	-	-	100	57%	43	*	41%	16	24	6%	42	47	5	
Posición Social:																
Baja	(368)	30%	18	18	34	100%	-	-	42%	17	16	7%	57	32	4	
Media	(679)	28%	35	23	14	-%	100	-	45%	20	19	25%	54	19	2	
Alta	(165)	10%	65	25	1	-%	-	100	49%	22	19	62%	35	3	-	
Ideología:																
Izquierda	(542)	27%	37	19	17	29%	56	15	100%	-	-	24%	54	20	2	
Centro	(237)	29%	33	24	15	27%	58	16	-%	100	-	31%	53	15	1	
Derecha	(220)	22%	32	22	24	27%	59	14	-%	-	100	32%	47	18	2	
Status Socioeconómico Familiar:																
Alto, Medio alto	(295)	33%	45	18	5	8%	57	34	44%	25	24	100%	-	-	-	
Medio	(638)	28%	36	21	15	33%	58	9	46%	20	16	-%	100	-	-	
Medio Bajo	(251)	15%	17	27	41	47%	51	2	43%	14	16	-%	-	100	-	
Bajo	(27)	15%	26	18	41	52%	48	-	33%	11	18	-%	-	-	100	
Clientes de:																
Bancos	(337)	25%	41	22	13	22%	59	18	42%	24	21	31%	53	15	1	
Cajas	(827)	24%	34	22	20	31%	56	13	48%	19	17	26%	50	22	2	

3. Actitudes y Comportamientos Económicos

3.1. EVALUACION DE LA COYUNTURA ECONOMICA

Recordatorio Previo

Como ya es habitual desde hace varios años, ASEP ha seguido este mes la evolución que los entrevistados hacen de su propia situación económica y de la de España, por comparación con 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 Estables en la Evaluación de la Coyuntura Económica.

Al analizar los resultados de cada mes, conviene recordar que los datos acumulados en sondeos anteriores muestran la existencia de cuatro pautas que se repiten de forma estable:

- Los entrevistados creen que la situación económica futura, tanto de uno mismo como de España en general, será menos mala que la actual.
- En segundo lugar, tienden a valorar menos negativamente la situación económica personal que la de España.
- Sus perspectivas económicas personales suelen ser valoradas menos negativamente que las tres situaciones restantes.
- 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)

son los grupos que cuentan con los índices de sentimiento más altos, es decir los que muestran un pesimismo menos pronunciado.

La Evaluación de la Coyuntura en Marzo de 1996

Una vez conocidos los resultados de las últimas Elecciones Generales, las respuestas dadas por los entrevistados sobre su sentimiento con respecto a su economía personal y la del país, presente y futura, pueden interpretarse como la evaluación que la opinión pública ha hecho de los porcentajes de votos otorgados a los distintos partidos políticos.

El hecho de que todos los índices experimenten alzas y que el ISC-5 que los sintetiza haya alcanzado el nivel 90, el más alto en el último año, es el reflejo de que los entrevistados sienten que la victoria del Partido Popular servirá para que la economía esté mejor en todos los sentidos.

Todos los indicadores, analizados de forma individual, se sitúan en los máximos anuales y el ISC-2, que mide el sentimiento sobre la situación económica personal futura es de 101, siendo la primera vez en los últimos años que un Índice del Sentimiento del Consumidor iguala o supera el nivel de equilibrio.

En todos los casos, son los más jóvenes y los que cuentan con mejores recursos (mayor posición social, mayor status socioeconómico y los que ahorran) los que presentan los datos más próximos al índice de equilibrio en todos los casos, superándolo cuando se mide el ISC-2.

Estas tendencias explican que el Índice de Optimismo también alcance su máximo anual, situándose en el 97, próximo al nivel de equilibrio, mientras que el IESE también alcanza su máximo nivel, siendo ahora de 86 puntos.



Cuadro 3.1.1.

Índices del Sentimiento del Consumidor

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
ISC-1												
Econ. Person. Presente	79	79	79	80	85	84	80	82	81	84	86	88
ISC-2												
Econ. Person. Futura	89	91	94	96	97	96	96	95	97	98	97	101
ISC-3												
Econ. País Presente	42	54	64	62	65	58	58	57	60	71	68	76
ISC-4												
Econ. País Futura	69	75	83	84	83	78	79	80	82	92	92	94
ISC-5	70	75	80	81	83	79	78	79	80	86	86	90



Cuadro 3.1.2.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total ISC-5	70	75	80	81	83	79	78	79	80	86	86	90
Edad:												
Menos de 30 años	78	80	83	89	92	87	88	86	91	94	94	99
30 a 49 años	68	74	81	80	81	79	78	78	79	86	81	88
50 a 64 años	61	71	73	73	72	75	69	72	69	78	81	88
65 y más años	74	74	82	78	85	74	76	78	80	87	87	83
Posición Social:												
Baja	71	71	80	78	80	75	75	79	80	82	81	87
Media	68	76	80	82	84	82	79	78	78	87	89	91
Alta	73	84	84	84	86	84	85	82	87	95	91	92
Ideología:												
Izquierda	76	82	87	88	88	85	82	87	83	92	90	92
Centro	70	75	77	77	84	79	78	76	90	86	86	92
Derecha	58	66	69	71	76	76	73	70	72	80	82	84
Propensión al ahorro:												
Endeudados	52	65	65	75	72	70	78	64	70	80	82	80
Vive al día	68	74	77	76	78	77	74	74	77	81	82	88
Ahorran	82	84	95	92	98	89	87	91	93	100	96	96
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	76	82	86	83	88	85	89	84	91	98	96	94
Medio	69	75	79	81	83	79	75	78	79	86	84	89
Medio bajo	68	70	78	78	77	77	76	72	74	78	82	87
Bajo	71	61	78	78	91	63	63	90	64	66	78	84
Clientes de												
Bancos	71	76	80	81	83	78	80	78	80	90	88	90
Cajas	69	77	81	82	82	81	80	78	81	87	85	89



Cuadro 3.1.3.

Situación Económica Actual

Situación Personal Respecto a hace seis meses:

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Mejor	9%	8%	8%	8%	9%	9%	7%	8%	8%	8%	9%	8%
Igual	61	63	63	63	67	66	65	65	65	67	68	72
Peor	30	29	29	29	24	25	28	26	27	25	23	20
NS/NC	*	*	1	*	1	*	-	*	*	*	*	*
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
ISC-1 (Econ. Personal Presente)	79	79	79	80	85	84	80	82	81	84	86	88

Situación del País respecto a hace seis meses:

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Mejor	6%	7%	11%	9%	11%	8%	8%	9%	8%	10%	8%	8%
Igual	28	38	39	41	39	39	38	36	41	48	48	56
Peor	64	53	47	46	46	50	50	52	48	39	40	32
NS/NC	2	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
ISC-3 (Econ. del País Presente)	42	54	64	62	65	58	58	57	60	71	68	76



Cuadro 3.1.4.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total ISC-1	79	79	79	80	85	84	80	82	81	84	86	88
Edad:												
Menos de 30 años	93	87	87	89	97	96	91	93	93	97	97	98
30 a 49 años	74	78	79	82	84	83	76	79	77	82	80	84
50 a 64 años	62	70	67	67	75	73	72	73	71	70	79	83
65 y más años	88	79	83	76	84	81	79	81	82	85	88	84
Posición Social:												
Baja	82	74	78	76	82	79	77	80	81	79	82	86
Media	75	80	80	80	87	87	80	80	78	86	88	86
Alta	81	89	83	90	90	90	88	93	88	91	90	96
Ideología:												
Izquierda	85	82	81	86	90	87	89	80	81	91	89	92
Centro	79	81	76	75	84	84	81	80	88	85	87	90
Derecha	74	79	76	74	83	85	78	76	77	75	80	78
Propensión al ahorro:												
Endeudados	56	70	62	67	61	60	70	60	68	68	78	66
Viven al día	77	75	75	75	80	81	76	78	75	76	79	86
Ahorran	92	95	97	96	106	103	92	96	100	105	103	100
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	92	91	90	85	92	96	96	94	90	98	95	95
Medio	76	80	78	81	86	85	77	81	83	84	86	87
Medio bajo	76	68	74	73	76	75	73	73	68	72	77	80
Bajo	79	60	85	74	87	66	66	84	80	66	94	74
Clientes:												
Bancos	78	83	81	79	87	82	82	83	81	89	90	88
Cajas	79	81	80	82	86	86	81	81	82	84	84	87



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-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total ISC-3	42	54	64	62	65	59	58	57	60	71	68	76
Edad:												
Menos de 30 años	42	52	64	68	67	58	58	58	64	68	70	82
30 a 49 años	44	51	63	61	66	58	56	54	60	71	63	75
50 a 64 años	34	59	57	55	51	61	53	56	53	66	63	77
65 y más años	49	57	73	66	76	56	66	54	64	80	77	69
Posición Social:												
Baja	46	50	65	61	63	56	54	58	63	66	63	76
Media	38	56	62	64	65	60	60	55	56	72	70	77
Alta	46	59	67	62	72	61	60	62	64	82	71	76
Ideología:												
Izquierda	47	64	74	72	72	68	67	74	66	82	84	84
Centro	41	56	65	61	66	62	58	50	72	64	61	73
Derecha	30	36	46	50	54	44	43	39	44	52	48	62
Propensión al ahorro:												
Endeudados	28	43	49	58	61	46	56	43	56	65	65	65
Viven al día	41	54	62	59	60	58	54	53	58	66	65	75
Ahorran	50	60	76	72	76	67	68	70	66	84	73	82
Status Socioeconómico familiar:												
Alto, Medio Alto	39	55	68	58	69	56	64	59	68	81	77	77
Medio	42	55	62	63	62	59	54	56	59	70	64	76
Medio bajo	44	52	65	65	66	60	62	57	57	66	70	76
Bajo	58	43	69	71	74	50	46	85	45	56	56	71
Cientes de:												
Bancos	42	50	61	58	67	54	54	56	56	71	68	74
Cajas	40	57	66	67	63	60	60	59	62	71	69	75



Cuadro 3.1.6.

Perspectivas Económicas

Situación Personal dentro de seis meses:

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Mejor	11%	10%	12%	13%	13%	12%	14%	12%	14%	12%	11%	13%
Igual	56	60	60	58	61	60	58	61	61	62	61	61
Peor	21	19	17	17	16	16	18	17	17	14	14	12
NS/NC	12	10	12	12	10	11	10	11	9	11	14	14
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
ISC-2 (Economía Personal Futura)	89	91	94	96	97	96	96	95	97	98	97	101

Situación de España dentro de seis meses:

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX- 95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Mejor	10%	10%	12%	13%	13%	11%	12%	12%	12%	14%	14%	14%
Igual	34	40	43	40	42	41	41	40	41	46	41	43
Peor	41	35	29	28	30	32	33	32	30	21	22	20
NS/NC	16	15	16	18	15	15	14	16	17	18	22	24
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
ISC-4 (Economía del País Futura)	69	75	83	84	83	78	79	80	82	92	92	94



Cuadro 3.1.7.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total ISC-2	89	91	94	96	97	96	96	95	97	98	97	101
Edad:												
Menos de 30 años	107	101	100	110	114	114	115	111	114	114	108	112
30 a 49 años	86	92	100	95	93	94	97	96	98	96	94	101
50 a 64 años	78	82	86	87	88	86	82	82	81	87	93	95
65 y más años	84	85	85	87	91	86	84	87	92	94	92	92
Posición Social:												
Baja	90	86	92	91	94	92	92	96	96	95	92	96
Media	89	92	95	99	100	98	96	95	97	99	100	103
Alta	88	102	99	98	97	101	106	95	103	106	102	103
Ideología:												
Izquierda	94	96	100	101	99	100	96	100	98	101	97	101
Centro	91	88	86	92	101	93	96	94	107	102	102	106
Derecha	83	87	89	86	94	98	98	91	91	102	101	99
Propensión al Ahorro:												
Endeudado	70	81	84	94	88	93	103	87	86	94	96	96
Vive al día	86	89	91	92	91	93	92	92	94	94	92	100
Ahorran	106	102	108	106	113	103	102	105	112	109	108	105
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	101	102	99	100	104	108	110	102	109	109	109	107
Medio	89	90	94	98	98	95	93	96	97	100	96	100
Medio bajo	82	85	91	89	86	92	92	89	90	88	89	97
Bajo	79	84	92	90	104	79	75	90	70	74	81	93
Clientes de:												
Bancos	94	94	95	101	99	97	105	93	99	103	99	104
Cajas	88	92	93	93	96	98	96	95	99	99	96	100



Cuadro 3.1.8.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total ISC-4	69	75	83	84	83	78	79	80	82	92	92	94
Edad:												
Menos de 30 años	70	78	81	89	92	81	87	82	92	96	101	99
30 a 49 años	66	75	84	84	81	80	80	82	83	94	88	88
50 a 64 años	69	74	82	82	72	80	70	76	71	87	90	88
65 y más años	74	74	85	83	85	71	77	80	79	91	92	83
Posición Social:												
Baja	68	73	84	83	80	72	75	80	79	89	86	87
Media	69	75	82	85	84	83	81	81	82	92	96	91
Alta	77	84	86	89	86	82	86	77	92	103	101	92
Ideología:												
Izquierda	80	82	93	91	89	85	84	86	85	94	90	92
Centro	68	75	81	81	85	76	78	82	89	95	96	92
Derecha	48	66	64	74	73	75	73	73	75	90	99	84
Propensión al ahorro												
Endeudados	54	66	66	83	76	82	81	67	71	94	88	94
Vive al día	68	76	79	80	79	75	76	75	79	85	89	93
Ahorran	79	80	99	94	95	85	86	94	94	103	101	95
Status Socioeconómico familiar												
Alto, Medio alto	72	82	84	88	85	82	87	83	99	102	104	94
Medio	69	75	83	83	83	78	78	82	77	93	89	89
Medio Bajo	68	70	83	84	81	79	78	72	81	85	90	87
Bajo	66	61	65	77	100	58	63	100	59	70	81	84
Clientes de												
Bancos	69	76	81	85	78	78	79	80	85	95	96	90
Cajas	68	77	85	85	83	81	81	80	82	94	91	89



Cuadro 3.1.9.

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

Índice de Optimismo

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Optimista	15%	14%	15%	16%	18%	16%	17%	16%	18%	16%	16%	17%
Indiferente	52	55	55	53	57	57	53	56	54	59	59	63
Pesimista	33	31	30	30	26	27	29	28	28	25	25	20
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
IO	82	83	84	86	92	89	88	87	90	92	91	97

Índice de Evaluación de la Situación Económica

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	X-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Optimistas	12%	12%	16%	16%	17%	14%	15%	16%	16%	19%	18%	18%
Indiferentes	24	33	37	37	34	35	33	32	36	42	43	50
Pesimistas	64	55	48	46	49	51	52	52	48	38	39	32



Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)

IESE	48	58	68	70	68	63	63	64	67	81	79	86



Cuadro 3.1.10.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total IO	82	83	84	86	92	89	88	87	90	92	91	97
Edad:												
Menos de 30 años	104	97	94	105	115	113	111	108	109	115	107	114
30 a 49 años	76	85	87	86	88	87	86	85	90	89	85	96
50 a 64 años	63	70	71	72	78	74	73	73	71	72	84	86
65 y más años	81	75	80	74	83	78	77	78	86	86	87	85
Posición Social:												
Baja	85	76	82	79	87	83	83	87	88	86	83	90
Media	79	85	85	90	95	93	89	85	89	93	96	98
Alta	80	98	88	94	96	98	99	96	100	106	98	104
Ideología:												
Izquierda	88	90	89	94	96	96	88	95	93	98	93	99
Centro	83	84	77	80	95	83	88	85	101	94	97	102
Derecha	73	80	78	77	84	93	94	84	83	89	93	90
Propensión Ahorro:												
Endeudado	60	68	66	82	77	81	93	68	78	88	88	80
Vive al Día	78	80	80	80	82	85	82	83	83	83	82	95
Ahorra	99	100	102	103	117	103	100	101	112	112	114	106
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	94	100	93	95	100	105	107	100	104	107	108	106
Medio	81	83	84	88	94	89	85	87	91	92	91	96
Medio bajo	75	71	76	76	78	81	79	75	77	80	77	89
Bajo	76	70	89	77	109	68	66	84	75	74	81	82
Clientes de:												
Bancos	85	88	86	92	96	88	98	87	90	98	95	101
Cajas	81	86	82	85	91	92	89	86	92	92	90	95



Cuadro 3.1.11.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total IESE	48	58	68	70	68	63	63	65	67	81	79	86
Edad:												
Menos de 30 años	49	60	68	75	73	63	71	65	78	83	88	96
30 a 49 años	48	55	68	68	65	66	63	64	66	82	74	82
50 a 64 años	42	60	62	65	58	64	51	61	55	72	73	86
65 y más años	52	57	74	71	80	56	64	70	67	85	84	77
Posición Social:												
Baja	48	53	68	68	67	58	59	65	67	75	69	81
Media	46	58	66	70	67	65	64	64	64	81	85	89
Alta	56	70	76	72	74	68	68	66	75	97	89	85
Ideología:												
Izquierda	58	71	80	82	78	73	71	77	72	89	84	87
Centro	49	59	68	66	71	62	64	65	76	79	78	88
Derecha	28	39	48	56	55	58	49	52	54	73	81	84
Actitud ante el ahorro:												
Endeudado	30	45	52	64	64	64	67	46	60	82	80	81
Vive al día	46	58	65	66	63	60	58	59	65	74	74	85
Ahorran	59	65	83	80	82	70	71	80	77	96	88	89
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	53	65	75	70	72	66	70	66	79	96	94	92
Medio	47	57	66	68	66	62	60	66	64	79	76	83
Medio bajo	47	55	67	72	67	64	64	58	66	74	77	87
Bajo	52	43	65	71	91	50	46	85	35	52	62	82
Clientes de:												
Bancos	47	53	67	69	69	63	61	64	68	82	83	85
Cajas	46	61	70	73	68	65	64	65	67	81	78	84

3.2. PAUTAS DE AHORRO Y CONSUMO

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 y Consumo.

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:

- Dos tercios de los españoles suelen vivir al día, es decir, gastando lo que ganan. Algo más de un diez por ciento vive por encima de sus posibilidades y algo más de la cuarta parte ahorra parte de lo que gana.
- Los individuos de status socioeconómico familiar y posición social más altos tienen una mayor propensión al ahorro, mientras que la situación opuesta se da entre quienes tienen un menor poder adquisitivo, es decir las capas más bajas de la sociedad y los de mayor edad, que dependen de sus pensiones de jubilación.
- Los españoles son generalmente cautos respecto a sus gastos (la media oscila normalmente en torno a 2,2 puntos en la escala de 1 a 7 ya definida en líneas anteriores). Los más jóvenes y los de mayor status gastan más alegremente, es decir quienes tienen una menor responsabilidad familiar y quienes disfrutan de una mejor situación económica.

Pautas de Ahorro y Consumo en Marzo 1996.

El parámetro que con más firmeza suele repetirse durante todo el año, es el que mide la actitud ante el consumo, constatándose normalmente que más del 40 por ciento sostiene sin dudar que piensa muy bien todos los gastos que hace e incluso reduce todos los gastos que puede, dando muestras evidentes de la inquietud que la población siente ante la incertidumbre que viene arrastrando la sociedad española en los últimos dos años.

El IPA de marzo se ha situado dos puntos por encima del IPA de febrero y es ahora de 118, con lo que se sitúa en un nivel similar al de enero y febrero de 1996, lo que indica que la inquietud de la población y su temor a gastar innecesariamente o a endeudarse, suele aumentar de forma provisional cuando comienza el año. Otro de los indicadores que otorga un valor mayor a esta observación está en que la propensión al ahorro ha aumentado entre casi todas las capas de la población, sea cual sea su status y posición social, su edad o condición socioeconómica.

Coherentemente con este indicador, la escala de 1 a 7 que mide la actitud ante el consumo apunta un incremento en el porcentaje de personas que piensan muy bien todos los gastos que hacen e incluso reducen todos los gastos que pueden. Conforme avanza la edad y es más baja la

posición social o el status socioeconómico del entrevistado, mayor es la proporción de quienes muestran una disposición a pensar y reducir los gastos. En marzo de 1996, este índice es de 2,1, igual al de los últimos meses.



Cuadro 3.2.1.

Situación Financiera del Hogar

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Me prestan dinero	3%	6%	5%	6%	6%	6%	5%	4%	5%	4%	4%	4%
Gasto mis ahorros	9	8	8	8	6	7	7	6	7	7	8	7
Gasto lo que gano	61	62	59	58	60	62	60	58	61	60	60	59
Ahorro algo	24	22	25	24	26	23	24	29	24	26	26	27
Ahorro bastante	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2
NS/NC	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
IPA	114	109	113	112	117	111	114	120	112	117	116	118



Cuadro 3.2.2.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total IPA	114	109	113	112	117	111	114	120	112	117	116	118
Edad:												
18-29 años	121	112	112	105	117	110	116	121	114	116	118	122
30-49 años	113	110	121	117	121	120	115	121	113	122	122	121
50-64 años	108	103	105	112	112	105	109	117	109	115	108	113
65 y más años	111	109	110	111	115	104	114	120	113	114	112	112
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	138	131	140	131	133	135	130	137	128	133	131	142
Medio	113	108	113	110	114	112	113	119	112	115	118	114
Medio Bajo	100	94	97	102	108	94	104	109	102	111	101	103
Bajo	90	86	77	77	104	95	79	79	90	89	89	93
Posición Social:												
Baja	110	102	106	106	110	102	107	116	109	110	111	110
Media	111	108	112	109	116	112	115	119	111	118	115	117
Alta	135	130	139	138	138	136	131	134	128	139	135	140
Clientes de:												
Bancos	120	120	120	119	121	115	116	126	122	125	122	120
Cajas	114	110	116	115	119	115	116	123	115	116	115	118



Cuadro 3.2.3.

Actitud ante el Consumo

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96	
96	-----												
-													
	Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	
(1.212)													
1.	Pienso muy bien todos los gastos que hago e incluso reduzco todos los gastos que puedo.....	42%	41%	43%	44%	47%	43%	45%	46%	37%	41%	41%	40%
2.	30	29	25	24	23	25	24	26	30	30	29	31
3.	12	14	12	13	12	13	13	10	14	11	14	13
4.	8	9	11	10	10	9	10	10	10	10	8	8
5.	5	3	5	5	3	4	3	3	5	5	3	5
6.	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
7.	Gasto con cierta alegría, o al menos sin preocupaciones.....	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2
NS/NC	*	*	*	1	1	1	*	1	1	1	1	1
-	-----												
99	% Calificación Gasto	100	100	100	99	99	99	100	99	99	99	99	99
2,1	Media X	2,1	2,1	2,2	2,2	2,1	2,2	2,1	2,1	2,2	2,1	2,1	2,1
	% Discrepancia	64	64	66	68	69	68	68	68	62	63	64	64



Cuadro 3.2.4.

**Frase que refleja mejor el Comportamiento ante el Gasto,
por Características Socioeconómicas de los Entrevistados.**

MARZO 1996	Total	Pienso y reduzco los gastos	2	3	4	5	6	Gastos sin preocupaciones	NS/ NC	Cali- fican	Valoración Media	Discre- pancia
TOTAL	(1212)	40%	31	13	8	5	1	2	1	99	2,1	64
Edad:												
18 a 29 años	(316)	30%	32	15	10	7	3	2	*	100	2,5	61
30 a 49 años	(412)	40%	29	13	10	5	1	1	*	100	2,2	64
50 a 64 años	(261)	46%	33	12	6	2	-	*	1	99	1,8	56
65 y más años	(222)	48%	31	10	5	4	-	2	*	100	1,9	67
Posición Social:												
Baja	(368)	46%	34	10	5	3	1	2	1	99	1,9	64
Media	(679)	39%	30	13	10	4	2	1	*	100	2,2	63
Alta	(165)	31%	28	17	9	10	1	2	1	99	2,5	61
Ideología:												
Izquierda	(542)	40%	31	13	10	3	1	1	1	99	2,1	61
Centro	(237)	32%	35	14	8	5	3	2	-	100	2,3	61
Derecha	(220)	45%	27	9	7	7	2	2	*	100	2,2	71
Status Socioeconómico:												
Alto, Medio alto	(295)	33%	28	17	9	7	3	2	*	100	2,5	62
Medio	(638)	40%	33	11	9	4	1	2	*	100	2,1	63
Medio Bajo	(251)	48%	28	13	6	3	*	1	*	100	1,9	62
Bajo	(27)	59%	30	4	-	-	-	4	4	96	1,6	76
Clientes de:												
Bancos	(337)	37%	28	15	10	7	1	2	*	100	2,3	63
Cajas	(827)	39%	33	13	8	4	1	1	*	100	2,1	62

3.3. SATISFACCION CON LA VIDA

En línea con los datos de años anteriores, que habían venido confirmando de una forma sistemática que algo más del 75% de los españoles de 18 y más años se sienten satisfechos e incluso muy satisfechos con su calidad de vida, el sondeo de marzo de 1996 ha confirmado esta observación, siendo el porcentaje en esta ocasión del 79 por ciento.

Tampoco ha variado apenas la proporción de insatisfechos y muy insatisfechos, que se mantiene en un 14 por ciento en enero.

El índice de satisfacción con la calidad de vida (ISCV), se mantiene pues en un nivel habitual (165), muy por encima del índice del equilibrio (100).

Resulta curioso que, 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 que se relacionan muy directamente con su propia persona, parecen ser indicadores de su éxito/fracaso personal.

El punto medio en la escala de satisfacción de 5 puntos apenas varía, manteniéndose en 3,7, lo que determina una vez más un nivel muy alto y consensado de satisfacción que se ha mantenido prácticamente invariable a lo largo de estos últimos doce meses.

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, pues tan sólo entre los entrevistados de status socioeconómico familiar bajo y medio-bajo el valor es inferior al de los otros grupos, situándose en un nivel de 144 y 156 respectivamente. (En marzo de 1996 el índice general se sitúa en 165).

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. Sin embargo, el grado de satisfacción suele ser consistentemente mayor cuanto más alto es el status socioeconómico familiar del entrevistado al igual que suele ser mayor entre los encuestados más jóvenes, si bien los diferentes valores medios que se exponen demuestran que existe poca variación entre segmentos en el grado de satisfacción con la calidad de vida.

Conviene resaltar, aún así, que, independientemente de la percepción que se tenga respecto a la situación económica, el ISCV se suele mantener en unos niveles similares, y como ya hemos comentado, por comparación con el mes anterior este índice no varía.



Cuadro 3.3.1.

Nivel de Satisfacción con la Calidad de Vida

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Muy Satisfechos	5%	5%	6%	6%	7%	9%	7%	7%	7%	7%	5%	6%
Satisfechos	72	72	70	69	68	69	68	70	70	69	72	73
Indiferentes	9	9	8	9	10	9	8	8	9	8	9	7
Insatisfechos	13	12	13	13	14	11	13	13	13	13	11	13
Muy Insatisfechos	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1
NS/NC	*	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	*
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
ISCV	163	164	162	160	160	166	160	162	163	162	165	165
Valoración Media	3,7	3,7	3,7	3,6	3,7	3,7	3,6	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7
% Discrepancia	23	23	24	25	23	23	25	24	24	24	22	23



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-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total ISCV	163 (3,7)	164 (3,7)	162 (3,7)	160 (3,6)	160 (3,7)	166 (3,7)	160 (3,6)	162 (3,7)	163 (3,7)	162 (3,7)	165 (3,7)	165 (3,7)
Edad:												
Menos de 30 años	165 (3,6)	169 (3,7)	167 (3,7)	166 (3,7)	170 (3,8)	177 (3,9)	167 (3,7)	166 (3,7)	164 (3,7)	165 (3,7)	172 (3,8)	174 (3,8)
30 a 49 años	167 (3,7)	163 (3,7)	160 (3,6)	161 (3,7)	164 (3,7)	168 (3,7)	159 (3,6)	163 (3,7)	164 (3,7)	161 (3,6)	165 (3,7)	166 (3,7)
50 a 64 años	150 (3,7)	156 (3,6)	155 (3,6)	151 (3,5)	149 (3,5)	159 (3,6)	152 (3,5)	159 (3,6)	151 (3,5)	158 (3,6)	159 (3,6)	157 (3,6)
65 y más años	169 (3,5)	170 (3,7)	165 (3,7)	160 (3,6)	151 (3,5)	154 (3,6)	163 (3,7)	159 (3,6)	172 (3,7)	163 (3,7)	163 (3,7)	161 (3,6)
Posición social:												
Baja	158 (3,6)	164 (3,7)	159 (3,6)	159 (3,6)	155 (3,6)	161 (3,7)	160 (3,6)	161 (3,6)	164 (3,7)	159 (3,6)	165 (3,7)	166 (3,7)
Media	161 (3,6)	163 (3,7)	160 (3,6)	158 (3,6)	161 (3,7)	165 (3,7)	155 (3,6)	162 (3,6)	160 (3,7)	162 (3,7)	163 (3,7)	164 (3,7)
Alta	186 (3,9)	168 (3,7)	176 (3,8)	168 (3,8)	168 (3,8)	184 (3,9)	177 (3,8)	165 (3,7)	167 (3,8)	167 (3,7)	171 (3,8)	170 (3,8)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	180 (3,9)	175 (3,8)	185 (3,9)	176 (3,8)	175 (3,8)	184 (4,0)	178 (3,9)	171 (3,8)	173 (3,9)	175 (3,8)	176 (3,8)	171 (3,8)
Medio	165 (3,7)	166 (3,7)	164 (3,7)	164 (3,7)	166 (3,7)	171 (3,8)	163 (3,7)	164 (3,7)	166 (3,7)	165 (3,7)	166 (3,7)	167 (3,7)
Medio bajo	151 (3,5)	155 (3,6)	140 (3,4)	142 (3,4)	136 (3,4)	144 (3,5)	140 (3,4)	152 (3,5)	150 (3,5)	148 (3,5)	154 (3,5)	156 (3,6)
Bajo	117 (3,2)	133 (3,2)	158 (3,6)	135 (3,4)	70 (2,7)	144 (3,4)	141 (3,4)	137 (3,4)	115 (3,1)	100 (2,9)	144 (3,4)	144 (3,4)



Ideología:												
Izquierda	165 (3,7)	161 (3,6)	160 (3,6)	163 (3,7)	166 (3,7)	169 (3,8)	160 (3,6)	164 (3,7)	155 (3,6)	161 (3,7)	165 (3,7)	162 (3,6)
Centro	168 (3,7)	178 (3,8)	165 (3,6)	166 (3,7)	160 (3,6)	159 (3,6)	168 (3,7)	152 (3,6)	175 (3,8)	162 (3,7)	166 (3,7)	172 (3,8)
Derecha	166 (3,7)	169 (3,7)	162 (3,7)	164 (3,7)	156 (3,6)	165 (3,7)	160 (3,6)	159 (3,6)	160 (3,7)	166 (3,7)	166 (3,7)	166 (3,7)
Cientes de:												
Bancos	168 (3,7)	166 (3,7)	169 (3,7)	160 (3,7)	172 (3,8)	169 (3,8)	171 (3,8)	165 (3,7)	163 (3,7)	169 (3,7)	168 (3,7)	169 (3,7)
Cajas	164 (3,7)	168 (3,7)	162 (3,7)	164 (3,7)	161 (3,7)	170 (3,8)	163 (3,7)	163 (3,7)	163 (3,7)	162 (3,7)	166 (3,7)	164 (3,7)

3.4. CLIENTELA DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

Dada la constante actualidad de los temas financieros, ha parecido interesante identificar la clientela de los diferentes bancos y cajas de ahorros, puesto que ello ayuda en gran medida a conocer su implantación lo que sin duda influye sobre la imagen de los mismos.

De acuerdo con los datos disponibles desde hace años, y especialmente durante los últimos meses, algo más de un 80 por ciento de los españoles de 18 y más años dicen tener cuenta corriente o libreta de ahorros en algún Banco o Caja de Ahorros, lo que significa una cobertura bastante completa de la población, especialmente cuando se tiene en cuenta que buena parte de la población entre 18 y 30 años no son todavía económicamente (y en muchas ocasiones familiarmente) independientes. La clientela total de Bancos o Cajas ha sido del 86% en marzo.

Tomando en consideración los datos que se presentan a continuación, se constata que la proporción de clientes de instituciones financieras es prácticamente igual o superior al 80% en todos los segmentos de la población, excepto entre los de status socioeconómico bajo (67%).

Aproximadamente un tercio de los españoles de 18 y más años tienen cuenta corriente o libreta en algún banco y un 14% de los entrevistados clientes de bancos, lo son también de alguna Caja de Ahorros. En este caso, los segmentos que en mayor proporción son clientes de bancos son los de mayor status socioeconómico familiar (38%) y más alta posición social (42%).

Pero al analizar la clientela específica de las Cajas de Ahorros (más del doble de la clientela de Bancos), se aprecia que en algunos de los segmentos la proporción de clientes de las Cajas de Ahorro se aproxima al 90%. Además, entre los clientes de Cajas de Ahorro un 36% son también clientes de algún Banco.

Estos datos indican que los porcentajes de clientes con cuenta en cajas de ahorros y que además tienen cuenta en bancos ha disminuido 20 puntos porcentuales en comparación con los que tuvieron lugar hace un mes. Sucede lo mismo entre los clientes específicos de Bancos que lo son también de alguna Caja, cuya proporción es 14 puntos inferior, lo que significaría que los indicadores se han situado en un nivel normal, tras el desajuste que tuvo lugar el mes pasado con motivo de las Elecciones Generales.

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

Entre los bancos, el BBV (8,1%) cuenta con una clientela actualmente superior a la del Banco Central Hispano (6,1%) y a la de los demás competidores: Santander (4,7%), Banesto (3,9%), Argentaria (2,9%) y Popular (2,2%).

Por lo que respecta a las Cajas de Ahorro, se han desglosado de forma nominal, debido a la política expansionista que la mayoría de ellas están realizando fuera de su territorio de origen (un 5,9% cita otras cajas de ahorros). Así, se puede comprobar que la Caixa y la Caja de Madrid (11,6% y 10,5%, respectivamente) tienen una proporción de clientes superior incluso a la de los grandes bancos nacionales. En general, la clientela de Bancos y de Cajas parece ser bastante estable, pues los datos, salvo algunas fluctuaciones, son similares a los observados hace un año.



Cuadro 3.4.1.

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

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total Clientes	87	84	92	86	82	83	84	84	86	84	93	86
Edad :												
Menos de 30 años	81	78	85	79	78	80	80	81	80	77	88	81
30 a 49 años	90	85	93	90	85	86	86	84	88	88	96	88
50 a 64 años	86	88	94	88	83	82	85	82	87	84	95	88
65 y más años	88	86	96	86	83	86	84	91	92	87	94	88
Posición Social :												
Baja	85	84	90	82	78	81	80	85	86	82	93	83
Media	86	82	92	88	84	83	86	84	86	83	92	87
Alta	92	89	96	91	90	90	89	84	90	91	99	90
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	93	90	95	92	90	91	92	88	91	91	96	92
Medio	88	86	92	88	82	83	83	84	86	84	93	84
Medio bajo	81	77	90	81	76	82	79	82	83	81	91	86
Bajo	69	73	77	58	65	58	79	68	80	52	75	67



Cuadro 3.4.2.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total I.B.	29	31	31	34	32	32	29	31	33	28	41	32
Edad :												
Menos de 30 años	28	32	29	34	34	30	29	30	33	33	39	32
30 a 49 años	31	35	35	36	36	33	32	31	37	27	45	38
50 a 64 años	28	30	33	36	29	40	28	36	28	30	39	32
65 y más años	26	21	23	25	27	24	26	29	30	25	38	22
Posición Social :												
Baja	24	24	22	29	26	26	27	28	26	24	35	24
Media	30	34	34	35	34	33	29	29	35	33	42	34
Alta	39	39	47	42	45	44	37	48	46	30	52	42
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	37	44	46	45	42	45	40	42	44	38	53	38
Medio	29	30	30	34	31	27	26	30	32	26	39	33
Medio bajo	24	20	23	22	25	30	26	24	25	25	35	23
Bajo	10	23	15	17	20	45	21	31	31	14	33	22
Clientes de:												
Bancos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Cajas	13	14	22	15	15	13	11	13	13	12	28	14



Cuadro 3.4.3.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total C.A.	82	80	78	78	79	78	80	79	77	81	82	79
Edad :												
Menos de 30 años	83	81	71	76	77	78	80	80	78	76	82	79
30 a 49 años	81	78	80	78	77	80	79	79	75	82	83	77
50 a 64 años	82	80	76	78	81	72	81	77	83	82	81	79
65 y más años	83	84	86	83	84	82	78	79	76	86	81	84
Posición Social :												
Baja	83	82	80	79	83	78	78	81	81	86	82	83
Media	82	78	76	78	78	79	81	81	76	77	82	78
Alta	79	79	77	80	74	79	78	67	71	83	80	75
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	80	80	76	80	77	74	75	70	74	76	85	80
Medio	82	78	78	75	78	82	82	81	78	83	82	77
Medio bajo	83	85	80	82	84	75	78	83	80	81	79	83
Bajo	90	82	69	83	80	59	79	69	69	86	75	78
Clientes de:												
Bancos	37	35	55	35	36	32	30	33	31	35	56	36
Cajas	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



Cuadro 3.4.4.

Clientela de Instituciones Financieras por Institución (*)

INSTITUCION FINANCIERA	% que Tienen c/c o Libreta en Bancos y Cajas de Ahorro											
	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Base: Tiene C/C o Libreta	(1.055)	(1.018)	(1.112)	(1.050)	(991)	(1.010)	(1.013)	(1.021)	(1.047)	(1.022)	(1.130)	(1.044)
Santander	3,6%	4,5%	3,5%	3,0%	4,2%	4,0%	2,8%	4,8%	3,3%	4,5%	6,1%	4,7%
Popular	1,4	1,1	1,7	1,0	0,8	1,7	1,1	1,5	1,4	0,6	2,5	2,2
Banesto	4,5	5,0	5,7	4,5	4,4	4,6	4,5	3,2	3,3	2,5	4,7	3,9
Bilbao-Vizcaya	7,1	8,5	8,2	10,1	8,3	7,2	7,6	9,2	10,8	6,9	12,1	8,1
Central/Hispano	7,6	6,2	7,3	8,0	7,2	7,7	6,5	5,8	6,4	7,2	8,4	6,1
Exterior/Argentaria	1,0	2,1	1,6	1,3	2,0	3,0	1,7	2,8	2,6	2,3	3,8	2,9
Otros Bancos	6,4	6,6	7,6	8,2	8,5	7,5	8,0	7,5	8,0	6,7	8,9	7,9
Caja de Madrid	12,3	9,8	8,7	11,2	12,2	11,5	12,1	11,3	11,9	11,0	10,8	10,5
Caixa	11,3	11,6	10,2	12,4	12,5	11,3	12,5	12,2	11,6	11,8	14,2	11,6
Caja de Cataluña	2,1	2,9	3,3	1,8	2,8	2,3	2,2	2,4	2,9	2,1	2,9	2,6
Caja de Galicia	2,6	2,9	3,5	2,4	1,6	2,5	3,7	2,0	2,5	3,9	2,5	3,0
Ibercaja	3,5	3,0	3,0	3,5	3,2	3,8	3,8	3,0	3,5	3,4	3,9	3,4
Cajas de Ahorros (Otras)	53,5	51,6	52,9	50,5	50,4	49,6	47,1	50,9	47,3	51,3	53,9	51,9

(*) 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.

4. Actitudes y Comportamientos Políticos

4.1. DIMENSIONES IDEOLÓGICAS BÁSICAS

La experiencia derivada de diversas investigaciones pasadas ha aconsejado referirse a algunas actitudes básicas que puedan ayudar a comprender mejor las actitudes y comportamientos políticos específicos de los españoles. Así, como dimensiones ideológicas básicas se consideran la ideología, la religiosidad, el sentimiento nacionalista, el recuerdo de voto y el postmaterialismo.

Debe señalarse que a partir del primer mes del año se han incorporado como indicadores políticos fijos cuatro nuevos que habiéndose utilizado durante meses han demostrado ser de gran utilidad: el interés por los acontecimientos políticos, 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.

Los datos que a continuación se analizan ponen de relieve que la mayoría de los españoles dicen ser de izquierdas, tienen un nivel de práctica religiosa baja, se sienten tan nacionalistas como españoles, dicen haber votado al PSOE en las últimas elecciones generales y son materialistas. Además, el interés por los acontecimientos políticos ha ido aumentando paulativamente y se encuentra en el nivel más alto desde que se comenzara a medir dicho indicador el pasado mes de octubre. De igual forma, el grado de satisfacción con la incorporación de España a la UE es el más alto, y registra el valor obtenido el pasado mes de enero; en cuanto a los otros dos indicadores sobre la percepción de beneficios para España y la Comunidad del entrevistado obtienen unos niveles de satisfacción muy positivos, al registrar ambos indicadores los niveles más altos desde que se comenzaran a medir dichos indicadores.

Se ha comprobado que el autopercepción ideológica de los propios entrevistados constituye una de las variables explicativas más útiles para describir e interpretar las diferencias de actitudes y comportamientos políticos. Su relación con la intención de voto es tan grande que utilizar las dos como variables explicativo-predictivas sería incluso redundante.

Se ha utilizado una escala de auto-posicionamiento ideológico de siete puntos, en la que el 1 corresponde a la extrema izquierda y el 7 a la extrema derecha, con posiciones intermedias de izquierda (2), centro- izquierda (3), centro (4), centro-derecha (5) y derecha (6). La distribución que se muestra en el Cuadro 4.1.1. es semejante a la obtenida por diferentes investigaciones en estos últimos años, que evidencian un claro auto-posicionamiento de los españoles en la izquierda.

La distribución global entre izquierda, centro y derecha, habitualmente ha mostrado que la izquierda tiene un peso generalmente doble que la derecha, y algo superior también a la suma del centro y de la derecha. Respecto al último sondeo, se observan unos resultados similares, lo que pone de manifiesto una vez más la gran estabilidad de este indicador; aunque se experimenta un aumento entre los autopercepcionados en la escala de ideología como consecuencia de la influencia de las pasadas elecciones generales.

Los datos sobre autopercepción ideológica (sumando en una las tres posiciones de izquierda y en otra las tres de derecha) según diversas características del electorado pueden resumirse así:

1. La proporción de entrevistados que se autopercepcionan en la izquierda es mayoritaria (en términos relativos) en casi todos los segmentos de la población, excepto entre los de alta práctica religiosa y los votantes del PP (que se posicionan sobre todo en la derecha).

2. La proporción de los que se sitúan en la izquierda es incluso superior a la suma de quienes lo hacen conjuntamente en el centro y la derecha en todos los segmentos de la población, excepto entre los mismos segmentos ya mencionados y los compuestos por personas de 50 a 64 años, los de alto status socioeconómico, los de práctica religiosa media y entre los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha, y entre los que no contestan su intención de voto, así como los clientes de bancos.
3. El "izquierdismo" parece estar negativamente relacionado con la práctica religiosa, pero está positivamente relacionado con la posición social. En otras palabras, las minorías sociales que constituyen el "centro social" prefieren considerarse preferentemente "de izquierdas", o lo que es igual, ser de "izquierdas" sigue estando de moda, y difícilmente se podrá cambiar esta tendencia mientras perdure esta relación.
4. Además, los votantes del PP se posicionan fundamentalmente en la derecha; los nacionalistas de centro y derecha en el centro; los del PSOE, IU y los nacionalistas de izquierda, así como los votantes a otros partidos en la izquierda; y los que dicen que no votarán, no saben o no contestan, muestran pautas menos definidas, entre otras cosas porque una proporción importante tampoco contesta su ubicación ideológica.

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 define habitualmente como católico, ha sido necesario buscar otro indicador de práctica religiosa que sirva para diferenciar a los entrevistados en este rasgo, sean o no católicos.

Se observa así que alrededor de una quinta parte afirma tener una alta práctica religiosa, mientras que algo más de la mitad afirman que la suya es baja. Se observa que el grupo de baja práctica religiosa es especialmente importante entre los menores de 49 años, los de posición social y status socioeconómico medio y alto, y los que se autoubican en la izquierda. A juzgar por la clara relación negativa entre posición social y religiosidad, se podría concluir que la religión ha dejado de interesar a los que ocupan el "centro social".

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

La identificación con alguna subcultura regional ha tenido siempre importancia en España, especialmente en el País Vasco, Cataluña, y en menor medida en Galicia, Andalucía, Canarias, etc.; en algunas otras regiones (Castilla-León, Castilla-La Mancha, Extremadura) el sentimiento nacionalista ha sido prácticamente inexistente. El proceso autonómico que ha acompañado a la transición democrática, sin embargo, ha hecho que todos los españoles tomen conciencia, en mayor o menor medida, de su identidad regional/nacionalista.

En el Cuadro 4.1.5. se comprueba que, mientras entre un 5-9% de los entrevistados se sienten sólo identificados con su Comunidad Autónoma (se sienten sólo vascos, o andaluces, o gallegos, etc.), alrededor de un 17-24% se sienten sólo españoles. Tomando en consideración a

quienes se sienten más "nacionalistas" o más "españoles", se observa habitualmente que el españolismo supera claramente al nacionalismo.

Sin embargo, algo menos de la mitad de los españoles mayores de 18 años afirman generalmente considerarse tan vascos, gallegos, etc. como españoles.

Los datos demuestran que existen diferencias socio- económicas y políticas importantes entre quienes se consideran más "nacionalistas" o más "españoles", lo que demuestra que este indicador también tiene gran poder discriminador y, por consiguiente, debería tener asimismo gran poder explicativo-predictivo.

La relación entre posición social y status socioeconómico con "nacionalismo" sugiere que estas son cuestiones independientes entre sí, pero los "españolistas" predominan en las diferentes categorías, salvo entre los menores de 30 años, los de bajo status socioeconómico y posición social, y los que no votarán. Por otra parte, resulta cuando menos sorprendente que los de derecha se consideren en mayor proporción más españoles que nacionalistas, siendo así que es en la derecha donde hay más partidos y votantes "nacionalistas". Sin embargo, en ningún segmento predomina claramente el nacionalismo sobre el españolismo, excepto entre los propios votantes a partidos nacionalistas.

Se ha considerado oportuno incluir, como cuarto indicador ideológico, el comportamiento electoral en las últimas elecciones legislativas de marzo de 1996, 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.

Este mes se observa un recuerdo "deficiente", es decir, inferior a los resultados obtenidos el pasado 3 de marzo, entre los que dicen haber votado al PP y a los partidos nacionalistas de centro y derecha; sin embargo, el resto de partidos obtienen un recuerdo muy similar al real, salvo los que mencionan el recuerdo de voto al PSOE (que obtienen un recuerdo superior al real).

La importancia de este indicador de "recuerdo de voto" radica en que puede estar señalando las actuales orientaciones hacia los diferentes partidos políticos. Debe resaltarse, en este sentido, la gran semejanza de resultados entre los estudios realizados antes de las últimas elecciones generales, lo que parece demostrar que este indicador es muy estable, y que las diferencias respecto a los resultados reales no son en general producto de error muestral, sino de "errores" intencionados por parte de los entrevistados al contestar. La experiencia ha demostrado, además, que cuando un partido pierde imagen social, su recuerdo de voto suele ser inferior al real, y viceversa.

En el Cuadro 4.1.8. se ofrece, para cada partido, la diferencia (en puntos porcentuales y en porcentajes) entre los resultados reales del pasado 3 de marzo y el voto ahora recordado. Este mes se observa una infraestimación del recuerdo de voto hacia el PP y hacia los partidos nacionalistas de centro y derecha (-15% y -14%, respectivamente). Sin embargo, IU tiene un valor ligeramente positivo (7%), y el PSOE tiene un valor notablemente positivo (13%) al igual que los partidos nacionalistas de izquierda (11%) y los "otros" partidos (12%). El recuerdo de la abstención en las últimas elecciones está como siempre infraestimado (-53%), lo que es lógico, ya que está "mal visto" no votar, y por tanto se oculta esa falta de participación cívica. Tal y como apuntábamos en el estudio anterior, en el presente sondeo hay una menor discrepancia entre los resultados y el recuerdo de voto de los entrevistados alcanzando uno de los niveles más bajos del último año, como consecuencia de la reciente celebración de las elecciones generales que han provocado un mayor ajuste en los resultados, como las elecciones autonómicas y municipales pusieron también en evidencia.

Finalmente, debe señalarse el hecho de que el 12% de los entrevistados no contestaron 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.

En resumen, se observa que el índice de discrepancia entre el recuerdo de voto y el resultado real de 1996 ha sido del 16,9%, inferior al obtenido en el último sondeo, debido a la proximidad de las últimas elecciones generales.

Desde hace años, ASEP ha venido utilizando diferentes versiones de una escala para medir una dimensión actitudinal "latente", el 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.

Una vez validada la escala de materialismo/post-materialismo, se ha dividido en dos listas de items, que se presentan en los Cuadros 4.1.9. y 4.1.10., en donde los items postmaterialistas han sido señalados con *. Se pidió a los entrevistados que seleccionasen el objetivo más importante (primero de cuatro, luego de ocho), que España debería esforzarse por alcanzar en los próximos diez años.

Como puede comprobarse, de la primera lista, los dos objetivos más mencionados en primer lugar, son los de mantener el orden en la nación y, luchar contra la subida de precios, y dar a la gente mayor facilidad de participación, mencionadas en segundo lugar por una proporción idéntica de entrevistados, y al tomar en cuenta conjuntamente las dos primeras menciones del entrevistado dicho orden se mantiene. Los dos primeros items, por comparación con los otros dos, pueden ser considerados como indicadores de materialismo.

Pero, en la segunda lista, los items más mencionados como deseables (en las tres menciones) son los de luchar contra la delincuencia, mantener una economía estable, mantener un alto nivel de crecimiento económico, proteger el medio ambiente y dar a la gente mayor facilidad de participación. A causa de la situación económica actual, la proporción que menciona la protección del medio ambiente entre los temas más prioritarios es algo inferior a la proporción que menciona el mantenimiento de una economía estable.

Así pues, de los cinco objetivos más deseables tres forman parte este mes de los cuatro que serían indicadores de materialismo y dos de los cinco que indican postmaterialismo. Sin embargo, si sólo se tiene en cuenta la primera mención, nuevamente los cinco objetivos prioritarios son este mes el crecimiento económico, la lucha contra la delincuencia, la estabilidad económica, dar a la gente mayores facilidades de participación y proteger el medio ambiente, lo que evidencia un incremento en la importancia de los valores materialistas que posiblemente obedece a la situación económica en que nos encontramos, y un descenso de los indicadores considerados postmaterialistas como se observa más adelante. Sin embargo, el avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero no parece ser deseable como objetivo prioritario.

Partiendo de estas respuestas se ha clasificado a los entrevistados en materialistas o post-materialistas. Así, alrededor de una tercera parte de los españoles pueden ser considerados como post-materialistas, mientras que el resto, posiblemente a causa de no tener suficientemente garantizadas todavía su seguridad personal y económica, pueden ser considerados como de orientación predominantemente materialista. El dato de este mes es ligeramente inferior al del mes precedente, y muy inferior a los valores obtenidos de septiembre a noviembre, en los que se

observó un aumento progresivo del postmaterialismo alcanzando los valores más altos del último año.

Se puede comprobar que esta variable está muy relacionada con la estructura social en el sentido esperado, de acuerdo con la teoría elaborada por Inglehart. Así, la proporción de post-materialistas es mayor entre los jóvenes (más abiertos a las nuevas ideas), y disminuye significativamente cuanto más alta es la edad. Además, la proporción de post-materialistas es mayor cuanto más alta es la posición social y el status socioeconómico, pero es menor entre los de derecha que entre los de izquierda.

El nuevo indicador político, incorporado de manera estable al sondeo ASEP desde hace unos meses, muestra que la mitad de los entrevistados dicen estar muy o bastante interesados por los acontecimientos políticos relativos a España, proporción que resulta mayor a la obtenida el mes pasado, alrededor de un tercio se muestra poco interesada, mientras que algo menos de una quinta parte no se muestra nada interesada. Así, el índice resultante (99) es el más alto de los cinco últimos meses.

El grado de interés por los acontecimientos políticos es especialmente alto entre los de 30 a 64 años, entre los de posición social y status socioeconómico alto, y los votantes a IU y de partidos nacionalistas de izquierda; y en menor medida también entre los votantes del PP, del PSOE, los autopusicionados en la izquierda, los más nacionalistas y los más españolistas.

La opinión sobre la pertenencia de España a la Unión Europea se mantiene relativamente estable, como ya viene siendo habitual, con una mayoría de entrevistados que se sienten algo satisfechos de esa pertenencia, y una proporción algo mayor de los que no están nada satisfechos que de los que están muy satisfechos; aunque la proporción de los que se encuentran nada satisfechos ha descendido a lo largo del último año. Por tanto, el índice se encuentra ligeramente por debajo del nivel de equilibrio y alcanza una vez más (junto con el mes de enero) el nivel más alto desde que se comenzara a medir dicho indicador. Los segmentos sociales más satisfechos, como es habitual, son los mayores de 65 años, los votantes del PSOE, los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha, y los autopusicionados en la izquierda.

Además, más de dos tercios de los entrevistados opinan que esa pertenencia es más bien beneficiosa para España y para su Comunidad Autónoma, proporciones que se han incrementado en el presente sondeo. Ningún segmento socioeconómico analizado considera que esa pertenencia ha sido perjudicial tanto para España como para su Comunidad Autónoma, salvo los que afirman no sentirse nada satisfechos con la pertenencia de España a la Unión Europea. Pero, además, el beneficio de la pertenencia a la Unión Europea para España y la Comunidad Autónoma del entrevistado parece estar inversamente relacionado con la posición social y el status socioeconómico (salvo en el caso de la Comunidad Autónoma del entrevistado); y directamente relacionado con el "izquierdismo" y la satisfacción con la pertenencia a la Unión Europea.



Cuadro 4.1.1.

Autoposicionamiento Ideológico

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Extrema Izquierda	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%
Izquierda	27	25	27	28	26	22	23	26	23	28	25	29
Centro Izquierda	13	12	12	11	14	14	11	12	12	14	14	15
Centro	15	17	16	12	18	18	18	16	17	16	19	20
Centro Derecha	8	10	7	10	12	7	8	7	9	7	9	8
Derecha	11	7	11	12	11	8	8	9	8	9	8	10
Extrema Derecha	*	*	*	*	*	*	1	1	*	*	*	*
NS/NC	25	29	26	27	19	28	29	28	29	25	23	18
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)



Cuadro 4.1.2.

Autoposicionamiento Ideológico, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	TOTAL	Izquierda	Centro	Derecha
TOTAL	(1212)	45%	20	18
Edad:				
18 a 29 años	(316)	47%	21	15
30 a 49 años	(412)	49%	19	17
50 a 64 años	(261)	39%	21	19
65 y más años	(222)	41%	16	24
Posición Social:				
Baja	(367)	42%	17	16
Media	(680)	45%	20	19
Alta	(165)	49%	22	19
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(286)	44%	25	23
Medio	(609)	47%	20	16
Medio Bajo	(289)	42%	15	18
Bajo	(28)	32%	14	18
Nacionalismo:				
Más nacionalista	(288)	46%	21	17
Tan nac.como esp.	(558)	45%	20	17
Más españolista	(346)	43%	18	22
Práctica Religiosa:				
Alta	(210)	25%	22	32
Media	(268)	33%	27	23
Baja	(671)	54%	17	13
Intención de Voto:				
PP	(328)	7%	28	53
PSOE	(389)	74%	13	4
IU	(113)	90%	6	1
Nacion. derecha	(83)	35%	36	20
Nacion. izquierda	(28)	93%	4	4
Otros, en blanco	(40)	35%	22	5
No votará	(66)	29%	11	3
No sabe	(68)	31%	18	4
No contesta	(97)	24%	30	7



Cientes de:				
Bancos	(337)	42%	24	21
Cajas	(827)	48%	19	17

Cuadro 4.1.3.

Práctica Religiosa

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Alta	20%	19%	21%	20%	22%	21%	23%	20%	20%	19%	22%	17%
Media	22	19	21	19	22	22	21	22	21	22	19	22
Baja	55	59	53	58	51	49	52	52	52	54	54	55
NS/NC	2	4	5	4	5	7	4	5	6	5	5	5
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)



Cuadro 4.1.4.

Práctica Religiosa, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	TOTAL	Alta	Media	Baja
TOTAL	(1212)	17%	22	55
Edad:				
18 a 29 años	(316)	8%	17	68
30 a 49 años	(412)	13%	19	62
50 a 64 años	(261)	23%	31	45
65 y más años	(222)	34%	24	38
Posición Social:				
Baja	(367)	25%	28	44
Media	(680)	15%	20	59
Alta	(165)	10%	16	66
Ideología:				
Izquierda	(542)	10%	16	67
Centro	(237)	19%	31	48
Derecha	(220)	31%	28	39
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(286)	16%	18	60
Medio	(609)	14%	23	57
Medio Bajo	(289)	25%	24	48
Bajo	(28)	32%	18	50
Clientes de:				
Bancos	(337)	17%	25	51
Cajas	(827)	17%	22	56



Cuadro 4.1.5.

Sentimiento Nacionalista-Español

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Sólo Nacionalista	6%	5%	7%	6%	7%	7%	9%	6%	6%	7%	7%	9%
Más Nacio. que español	14	12	14	15	14	12	12	14	15	13	14	15
Tan Nacio. como español	48	52	50	50	46	47	44	52	49	50	46	47
Más espa. que Nacion.	8	8	8	6	8	7	8	9	9	6	8	7
Sólo se siente español	22	21	20	20	23	24	24	17	19	20	22	21
NS/NC	2	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)



Cuadro 4.1.6.

Sentimiento Nacionalista-Español, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	TOTAL	Más Nacionalista	Igual	Más Español
TOTAL	(1212)	24%	46	29
Edad:				
18 a 29 años	(316)	28%	46	24
30 a 49 años	(412)	21%	46	31
50 a 64 años	(261)	22%	47	29
65 y más años	(222)	25%	45	28
Posición Social:				
Baja	(367)	25%	50	24
Media	(680)	22%	45	31
Alta	(165)	25%	40	30
Ideología:				
Izquierda	(542)	25%	47	27
Centro	(237)	25%	46	27
Derecha	(220)	22%	42	34
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	(286)	24%	43	30
Medio	(609)	23%	47	29
Medio Bajo	(289)	25%	47	26
Bajo	(28)	29%	50	21
Intención de Voto:				
PP	(328)	19%	45	34
PSOE	(389)	17%	51	30
IU	(113)	19%	46	34
Nacion. derecha	(83)	59%	35	4
Nacion. izquierda	(28)	75%	22	4
Otros, en blanco	(40)	25%	47	23
No votara	(66)	36%	36	24
No sabe	(68)	12%	53	35
No contesta	(97)	28%	48	24
Cientes de:				
Bancos	(337)	21%	44	33
Cajas	(827)	26%	45	28



Cuadro 4.1.7.

Partido Votado en las Elecciones Generales de 1993/1996
(Recuerdo de Voto)

96		Resultados Reales de 1993											Resultados Reales de 1996		
		de 1993	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	de 1996	III-
	PP	26,7%	19,6%	18,1%	17,3%	21,0%	21,8%	18,8%	19,0%	19,5%	20,9%	19,7%	18,5%	30,2%	25,7%
	CDS	1,4	1,2	1,6	1,3	0,7	0,8	0,6	0,5	0,9	0,8	0,7	0,7	-	-
	PSOE	29,1	31,3	29,6	32,4	29,1	30,7	28,9	26,5	28,7	27,7	30,3	34,8	29,1	32,8
	IU	8,2	9,8	8,0	7,2	7,4	7,9	7,6	8,4	9,4	9,3	9,5	7,7	8,2	8,8
	Nacionalistas Dcha.	6,3	4,7	4,8	3,4	6,6	4,5	4,5	5,3	4,0	4,1	4,3	4,2	6,3	5,4
	Nacionalistas Izq.	1,8	1,5	1,1	1,1	2,0	2,1	0,8	1,5	1,2	0,7	1,6	1,3	1,8	2,0
	Otros	2,5	1,0	2,0	2,6	1,6	1,2	2,9	1,7	2,3	1,9	2,4	1,2	2,5	2,8
	No Votó	21,9	18,2	20,0	18,5	16,9	16,4	18,9	19,5	19,2	17,6	17,3	17,7	21,9	10,4
	NS/NC	-	12,7	14,8	16,2	14,7	14,6	17,0	17,6	14,8	17,0	14,2	13,9	-	12,1
Total		Votantes											(30.520.730)		
(1.219) (1.213) (1.213) (1.221) (1.209) (1.217) (1.210) (1.214) (1.214) (1.216) (1.215) (32.531.074) (1.212)															



Cuadro 4.1.8.

**Diferencias entre el Recuerdo de Voto y
los Resultados Electorales de 1993/1996**

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-	
96	Diferencias en puntos												
	Porcentuales:												
4,5	PP	- 7,1	- 8,6	- 9,4	- 5,7	- 4,9	- 7,9	- 7,7	- 7,2	- 5,8	- 7,0	- 8,2	-
3,7	CDS	- 0,2	+ 0,2	- 0,1	- 0,7	- 0,6	- 0,8	- 0,9	- 0,5	- 0,6	- 0,7	- 0,7	-
0,6	PSOE	+ 1,6	- 0,1	+ 2,7	- 0,6	+ 1,0	- 0,8	- 3,2	- 1,0	- 2,0	+ 0,6	+ 5,1	+
0,9	IU	+ 2,4	+ 0,6	- 0,2	-	+ 0,5	+ 0,2	+ 1,0	+ 2,0	+ 1,9	+ 2,1	+ 0,3	+
0,2	Nacionalistas Dcha.	- 2,1	- 2,0	- 3,4	- 0,2	- 2,3	- 2,3	- 1,5	- 2,8	- 2,7	- 2,5	- 2,6	-
0,3	Nacionalistas Izq.	- 0,2	- 0,6	- 0,6	+ 0,3	+ 0,4	- 0,9	- 0,2	- 0,5	- 1,0	- 0,1	- 0,4	+
11,5	Otros	- 2,6	- 1,6	- 1,0	- 2,0	- 2,4	- 0,7	- 1,9	- 1,3	- 1,7	- 1,2	- 2,4	+
+12,1	No Votó	- 4,5	- 2,7	- 4,2	- 5,8	- 6,3	- 3,8	- 3,2	- 3,5	- 5,1	- 5,4	- 5,0	-
16,9	NS/NC	+12,7	+14,8	+16,2	+14,7	+14,6	+17,0	+17,6	+14,8	+17,0	+14,2	+13,9	
	Indice de Discrepancia	16,7	15,6	18,9	15,0	16,5	17,2	18,6	16,8	18,9	16,9	19,3	
	Diferencias en porcentajes respecto a 1993/1996:												
	PP	-27	-32	-35	-21	-18	-29	-29	-27	-22	-26	-31	-15
	CDS	-14	+14	+ 7	-50	-43	-57	-64	-36	-43	-50	-50	-
	PSOE	+ 5	- 0,3	+ 9	- 2	+ 3	- 3	-11	- 3	- 7	+ 2	+17	+13
	IU	+32	+ 8	- 3	-	+ 7	+ 3	+14	+27	+26	+28	+ 4	+ 7
	Nacionalistas Dcha.	-31	-29	-50	- 3	-34	-34	-22	-41	-40	-37	-38	-14
	Nacionalistas Izq.	-12	-35	-35	+18	+24	-53	-12	-29	-59	- 6	-24	+11
	Otros	-72	-44	-28	-56	-67	-19	-53	-36	-47	-33	-67	+12
	No Votó	-20	-12	-18	-26	-28	-17	-14	-15	-22	-24	-22	-53



Cuadro 4.1.9.

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

MARZO 1996 1ª Lista de Objetivos	1ª Mención	1ª y 2ª Mención	Ultima Mención
- Mantener el orden en la nación.....	45%	67%	13%
* - Dar a la gente más posi- bilidades para que parti- cipe en las decisiones importantes gubernamenta- les o políticas.....	19	41	21
- Luchar contra la subida de los precios.....	19	52	19
* - Proteger la libertad de expresión.....	16	37	20
- Ninguno.....	*	1	17
- NS/NC.....	1	1	10
Total	(1.212)	(1.212)	(1.212)



Cuadro 4.1.10.

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

MARZO 1996 2ª Lista de Objetivos	1ª Mención	1ª, 2ª y 3ª Mención	Penúltima o Última Mención
- Mantener un alto nivel de crecimiento económico.....	33%	43%	15%
- Tener unas Fuerzas Armadas capaces de garantizar la defensa de España.....	5	15	34
*- Dar a la gente mayores fa- cilidades para que participe en las decisiones importan- tes que tengan que ver con su trabajo o la comunidad en la que viven.....	11	31	16
*- Proteger el medio ambiente..	9	42	14
- Mantener una economía es- table.....	19	57	12
- Luchar contra la delincuen- cia.....	20	59	16
*- Avanzar hacia una sociedad menos impersonal y más humana.....	7	29	22
*- Avanzar hacia una sociedad en la que las ideas sean más importantes que el dinero...	4	17	21
- Ninguno.....	*	1	18
- NS/NC.....	1	1	8
Total	(1.212)	(1.212)	(1.212)

* Items de carácter postmaterialista.



Cuadro 4.1.11.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total PM	31	31	32	33	35	37	38	37	32	35	31	30
Edad												
18 a 29 años	43	44	46	49	49	51	54	53	50	48	47	43
30 a 49 años	34	33	36	37	40	40	40	43	37	40	35	32
50 a 64 años	28	21	23	23	24	27	31	22	17	26	20	20
65 y más años	13	18	16	16	18	22	18	20	15	17	14	17
Posición Social												
Baja	25	26	23	26	26	30	32	29	26	27	23	24
Media	33	32	34	36	38	40	41	39	36	38	33	30
Alta	46	37	50	46	50	46	43	50	37	46	48	42
Ideología												
Izquierda	38	36	38	41	42	46	47	45	41	43	39	35
Centro	25	36	31	29	30	30	34	32	32	35	32	26
Derecha	24	29	26	23	25	30	34	33	22	28	24	21
Status Socioeconómico Familiar												
Alto, Medio alto	39	34	48	40	44	43	47	50	44	46	47	34
Medio	32	34	31	35	33	39	39	37	32	34	28	32
Medio bajo	23	21	24	26	31	29	27	24	24	26	25	20
Bajo	21	30	15	16	4	13	26	21	5	30	25	15
Clientes de												
Bancos	30	30	35	32	37	40	39	39	34	35	35	28
Cajas	32	31	32	34	34	38	38	37	32	34	31	28



Cuadro 4.1.12.

Grado de Interés por los Acontecimientos Diarios que
suceden en la Política Española.

	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
Estoy muy interesado	10%	10%	8%	12%	9%	12%
Estoy bastante interesado	28	35	37	35	32	38
Estoy poco interesado	36	36	38	34	36	34
No estoy nada interesado	25	17	16	19	21	17
NS/NC	3	1	1	1	1	*
IP	77	92	90	93	83	99



Cuadro 4.1.13.

Grado de Interés hacia los acontecimientos diarios que suceden en la política española, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	Estoy muy interesado	Estoy bastante interesado	Estoy poco interesado	No estoy nada interesado	Ns/Nc	INDICE
TOTAL	(1212)	12%	38	34	17	*	99
Edad:							
18 a 29 años	(316)	7%	38	37	18	*	90
30 a 49 años	(412)	11%	41	34	13	*	105
50 a 64 años	(261)	15%	38	31	16	1	107
65 y más años	(222)	15%	31	32	22	*	92
Posición Social:							
Baja	(367)	7%	30	36	27	*	75
Media	(680)	11%	40	35	14	*	103
Alta	(165)	22%	47	25	6	1	138
Ideología:							
Izquierda	(542)	14%	44	32	10	*	117
Centro	(237)	8%	38	40	14	*	93
Derecha	(220)	14%	37	37	11	1	104
Status Socioeconómico:							
Alto, Medio alto	(286)	18%	43	32	8	*	121
Medio	(609)	9%	37	35	19	1	93
Medio Bajo	(289)	11%	35	33	20	-	93
Bajo	(28)	7%	25	36	32	-	64
Nacionalismo:							
Más nacionalista	(288)	10%	40	26	23	1	101
Tan nac.como esp.	(558)	11%	38	36	15	*	97
Más españolista	(346)	14%	36	36	14	-	101
Práctica Religiosa:							
Alta	(210)	15%	34	34	16	-	99
Media	(268)	11%	36	37	15	1	95
Baja	(671)	10%	39	33	18	*	98



Intención de Voto:							
PP	(328)	16%	35	34	15	*	102
PSOE	(389)	10%	44	33	13	1	108
IU	(113)	13%	43	37	6	-	113
Nacion. derecha	(83)	11%	36	34	18	1	95
Nacion. izquierda	(28)	18%	39	18	25	-	114
Otros, en blanco	(40)	7%	30	40	22	-	75
No votará	(66)	6%	21	27	46	-	54
No sabe	(68)	9%	40	31	21	-	97
No contesta	(97)	10%	26	40	23	1	73
Cientes de:							
Bancos	(337)	13%	39	34	14	1	104
Cajas	(827)	11%	38	34	16	*	99



Cuadro 4.1.14.

Grado de Satisfacción con la Pertenencia de España a la UE

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
Muy Satisfecho	15%	12%	12%	14%	12%	14%	14%	15%	13%	14%	14%	14%
Algo Satisfecho	53	56	48	52	53	51	52	56	60	61	58	63
Nada Satisfecho	23	24	32	24	23	27	24	22	18	16	18	15
NS/NC	9	9	9	10	12	9	10	7	9	9	10	9
ISUE	92	88	80	89	89	87	90	93	95	98	96	98

Cuadro 4.1.15.

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

MARZO 1996	Total	Muy Sa- tisfecho	Algo Sa- tisfecho	Nada Sa- tisfecho	Ns/Nc	INDICE
TOTAL	(1212)	14%	63	15	9	98
Edad:						
18 a 29 años	(316)	15%	65	15	5	101
30 a 49 años	(412)	11%	65	18	6	93
50 a 64 años	(261)	14%	60	15	12	100
65 y más años	(222)	15%	58	12	15	103
Posición Social:						
Baja	(367)	12%	63	12	13	100
Media	(680)	14%	63	15	8	99
Alta	(165)	13%	61	22	4	92



Ideología:						
Izquierda	(542)	17%	63	14	6	103
Centro	(237)	14%	65	15	5	99
Derecha	(220)	11%	62	20	7	90
Status Socioeconómico:						
Alto, Medio alto	(286)	14%	61	20	5	94
Medio	(609)	15%	63	14	8	101
Medio Bajo	(289)	11%	63	13	13	98
Bajo	(28)	4%	64	11	22	93
Nacionalismo:						
Más nacionalista	(288)	13%	61	19	8	94
Tan nac.como esp.	(558)	14%	66	13	8	101
Más españolista	(346)	14%	59	16	10	98
Práctica Religiosa:						
Alta	(210)	15%	55	21	9	94
Media	(268)	13%	63	15	9	99
Baja	(671)	12%	67	13	8	99
Intención de Voto:						
PP	(328)	11%	61	22	6	89
PSOE	(389)	22%	66	5	8	116
IU	(113)	5%	62	28	4	77
Nacion. derecha	(83)	23%	64	6	7	117
Nacion. izquierda	(28)	14%	61	18	7	97
Otros, en blanco	(40)	2%	68	17	12	85
No votará	(66)	-%	59	27	14	73
No sabe	(68)	12%	60	12	16	100
No contesta	(97)	5%	60	17	18	88
Clientes de:						
Bancos	(337)	14%	62	18	7	96
Cajas	(827)	14%	64	15	7	98



Cuadro 4.1.16.

**Grado de Beneficio de la Pertenencia a la Unión Europea
para España y para su Comunidad Autónoma**

	España											
	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
Muy beneficioso	8%	8%	6%	9%	8%	9%	9%	9%	8%	10%	9%	9%
Algo beneficioso	55	52	45	51	50	47	51	53	59	59	54	60
Algo perjudicial	19	21	25	20	21	21	21	20	15	16	20	14
Muy perjudicial	8	9	12	8	7	12	9	9	8	6	5	4
NS/NC	10	11	12	12	14	11	11	9	11	9	12	12
IBUE	136	130	114	132	131	124	130	133	145	146	138	152
	Comunidad Autónoma											
	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
Muy beneficioso	8%	7%	6%	9%	8%	9%	9%	9%	8%	9%	8%	10%
Algo beneficioso	50	49	43	46	44	43	48	49	55	55	51	56
Algo perjudicial	20	20	23	21	20	20	18	21	16	18	18	14
Muy perjudicial	11	11	16	12	11	17	14	13	10	9	9	6
NS/NC	11	13	12	12	16	12	12	9	12	10	14	14
IBCA	127	125	110	122	120	115	125	125	136	138	132	146



Cuadro 4.1.17.

Índice sobre el Beneficio de la pertenencia a la Unión Europea para España y la CCAA del Entrevistado, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	ESPAÑA	CCAA
TOTAL	(1212)	152	146
Edad:			
18 a 29 años	(316)	152	147
30 a 49 años	(412)	152	145
50 a 64 años	(261)	148	146
65 y más años	(222)	153	145
Posición Social:			
Baja	(367)	151	144
Media	(680)	152	145
Alta	(165)	152	153
Ideología:			
Izquierda	(542)	158	152
Centro	(237)	159	152
Derecha	(220)	135	136
Status Socioeconómico:			
Alto, Medio alto	(286)	147	149
Medio	(609)	154	146
Medio Bajo	(289)	151	142
Bajo	(28)	157	146
Nacionalismo:			
Más nacionalista	(288)	144	135
Tan nac.como esp.	(558)	158	151
Más españolista	(346)	148	146
Práctica Religiosa:			
Alta	(210)	136	134
Media	(268)	147	139
Baja	(671)	158	152
Intención de Voto:			
PP	(328)	140	136
PSOE	(389)	172	165



IU	(113)	132	127
Nacion. derecha	(83)	169	171
Nacion. izquierda	(28)	164	146
Otros, en blanco	(40)	142	145
No votará	(66)	132	119
No sabe	(68)	147	134
No contesta	(97)	136	127
Clientes de:			
Bancos	(337)	149	139
Cajas	(827)	152	150
Pertenencia a la UE:			
Muy satisfecho	(163)	193	188
Algo satisfecho	(760)	180	170
Nada satisfecho	(184)	23	34

4.2. IMAGEN DE INSTITUCIONES Y GRUPOS SOCIALES

En este capítulo se analiza la imagen social de diferentes instituciones mediante tres indicadores básicos, se determina la satisfacción con dos instituciones clave (la democracia y el Gobierno), y se evalúa la acción del Gobierno en seis áreas concretas.

De los datos de este mes cabe resaltar que La Corona es la institución mejor valorada por los españoles. Por otra parte, hay que resaltar que la satisfacción con el funcionamiento de la democracia ha aumentado notablemente y se mantiene muy por encima del nivel de equilibrio, reflejando el nivel más alto de hace unos años. Asimismo, la satisfacción con el Gobierno aunque ha aumentado considerablemente sigue siendo negativa, lo que demuestra una insatisfacción que se ha atenuado por la reciente celebración de las elecciones generales. Las áreas de actuación del Gobierno mejor valoradas son, la política internacional y la política de obras públicas habiendo aumentado ligeramente las valoraciones de las diferentes políticas gubernamentales. Por lo tanto, se detecta un cambio significativo de opiniones hacia el panorama político en el sentido de apreciarse un clima de mayor confianza y relativa tranquilidad. Sin embargo, no se observan variaciones significativas propias de otros períodos post-electorales, al aumentar en general todos los indicadores.

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

En este sondeo se ha preguntado por la imagen de siete instituciones o grupos sociales: El Consejo General del Poder Judicial, El Banco de España, La Junta Electoral Central, las Fuerzas Armadas, los Bancos, el Gobierno de la Nación y La Corona.

En los Cuadros 4.2.2. a 4.2.4. se ofrecen los datos para estas siete instituciones en los tres indicadores de imagen, junto con los datos de éstas y otras instituciones en los once meses anteriores, para poder comprobar su estabilidad (y por tanto su fiabilidad), ya que se pueden comparar los datos de varias instituciones en diferentes meses. En función de estos resultados pueden hacerse las siguientes consideraciones:

1. El porcentaje de españoles que opinan sobre las diferentes instituciones es en general bastante alto, superior al 85% en la mayoría de los casos, lo cual es un buen indicador de integración política e identificación con el sistema, ya que significa que más de tres cuartas partes de los españoles se sienten suficientemente capacitados e interesados como para opinar sobre las instituciones y grupos políticos y sociales fundamentales. Concretamente, y respecto a las siete instituciones incluidas este mes, opinan el 85% y más de los entrevistados sobre todas ellas, salvo en el caso del Banco de España, del Consejo General de Poder Judicial y de la Junta Electoral Central sobre los que opinan un 71%, 62% y 58%, respectivamente.

En el caso de las cuatro instituciones fijas se comprueba que la proporción de los que opinan es habitualmente superior al 85%, aunque este mes los Bancos alcanzan el nivel de conocimiento más alto (84%).

2. La valoración de las instituciones citadas es también, en general, bastante aceptable, puesto que, si se utiliza 6,0 puntos como límite diferenciador entre una valoración alta o media, y 4,5 como límite entre una valoración media y baja, se comprueba que sólo las Organizaciones Empresariales, la OTAN, UGT, el Congreso de los Diputados, los Tribunales de Justicia, el Senado, el Gobierno de la Nación, los Partidos Políticos, los Políticos, el CESID y ETA tienen una valoración realmente baja, inferior a 4,5 puntos, según los datos de los últimos meses.

Debe resaltarse que este mes el Gobierno obtiene su valoración más alta del último año de 4,9 puntos, institución que se coloca en el punto 31 del ranking de 35 instituciones. La valoración de las cuatro instituciones fijas se mantiene relativamente estable respecto a su valoración del pasado mes, aunque en el caso de los Bancos desciende ligeramente y el Gobierno aumenta levemente dicha valoración. Además, La Corona sigue recibiendo una valoración promedio muy por encima de todas las demás instituciones fijas (7,7 puntos) y alcanza, por segundo mes consecutivo, el nivel más alto del último año; y nuevamente este mes las FAS están mejor valoradas que el Gobierno y que los Bancos (5,8 puntos).

Por lo que respecta a las instituciones no fijas, debe resaltarse el ligero descenso en la valoración del Consejo General del Poder Judicial respecto a la última valoración registrada.

El orden de valoraciones este mes ha sido: La Corona (7,7), las Fuerzas Armadas (5,8), La Junta Electoral Central (5,5), el Banco de España (5,4), el Consejo General del Poder Judicial (5,0), el Gobierno de la Nación (4,9) y los Bancos (4,6).

3. 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, resulta que pocas instituciones tienen una imagen realmente controvertida. El Gobierno de la Nación, los Partidos Políticos, los

Políticos, el CESID y sobre todo ETA, obtienen un grado de controversia del 75% o superior, según los datos de los últimos meses.

El Gobierno de la Nación es la institución o grupo con una imagen más controvertida este mes (62%). Le siguen con grados inferiores de controversia los Bancos y el Consejo General del Poder Judicial (51%, en ambos casos), las Fuerzas Armadas (47%), El Banco de España (44%), La Junta Electoral Central (42%) y la Corona (36%), institución (la última) que como es habitual tiene una imagen muy poco 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 tomando las dimensiones de dos en dos, lo que permite interrelacionar 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 por los diferentes segmentos de la población, cabe subrayar varios aspectos:

- En primer lugar, ya se ha señalado la alta valoración de la Corona, lo que supone una aceptación y respaldo social fuera de toda duda. Pero, además, la Corona es la institución mejor valorada en todos los segmentos sociales.
- Por otra parte, la edad tiene cierta relación con la valoración de instituciones y grupos, aunque esa relación no es siempre igual. En efecto, se observa que, en líneas generales, cuanto más alta es la edad, mayor es la valoración promedio asignada a casi todas las instituciones, aunque en algunos casos puedan observarse fluctuaciones, como sucede con los Bancos y el Banco de España que no guardan una relación clara, y respecto al Consejo General del Poder Judicial mejor valorado entre los más jóvenes.
- La posición social también parece constituir un buen instrumento explicativo predictivo. En efecto, se observa una pauta bastante regular en el sentido de que la valoración suele ser más baja cuanto más alta es la posición social (excepto en cuanto a la Junta Electoral Central que no muestra una pauta clara. En general, por tanto, el "centro social" es más crítico que la "periferia" respecto a la valoración de instituciones y grupos sociales. Del mismo modo, las personas de inferior status socioeconómico (bajo o medio bajo) son quienes mejor valoran a casi todas las instituciones.
- La ideología ofrece pautas muy dispares para las diferentes instituciones, lo que significa que esta variable, al ser más ideológica, lleva a los entrevistados a discriminar más minuciosamente entre institución e institución. Así, se observa que la valoración del Gobierno es mayor entre los de izquierda; mientras que las Fuerzas Armadas y la Corona son mejor valoradas entre los de derecha; y en cuanto a las demás instituciones son mejor valoradas por los de centro, exceptuando al Banco de España que obtiene las máximas valoraciones tanto de los autopusicionados en el centro como en la derecha.

En los Cuadros 4.2.9. a 4.2.11. se han ordenado las treinta y cinco instituciones y grupos sociales por los que se ha preguntado desde marzo de 1995, 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, pero cabe señalar que la ONCE, la Cruz Roja, Cáritas, y la Corona son las instituciones más valoradas de todas las aquí incluidas, (habiéndose ratificado una vez más este mes) y que ETA ocupa el último lugar. El Gobierno de la Nación ocupa el lugar 31, de 35, en el ranking de valoración.

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

Se observa que la mayoría de los entrevistados se sienten satisfechos o muy satisfechos con el funcionamiento de la democracia en España, pero un 29% se consideran este mes insatisfechos o muy insatisfechos, mientras que el resto es indiferente o no opina sobre esta cuestión. En resumen, el índice que calcula la diferencia entre las dos posturas extremas se encuentra por primera vez desde hace unos años, muy por encima del límite entre la satisfacción y la insatisfacción (nivel de equilibrio), aunque ha aumentado notablemente en este último sondeo tras la celebración de las elecciones generales. Además, la satisfacción con la democracia parece ser una cuestión poco controvertida, aunque en el presente sondeo el nivel de satisfacción es muy superior al de hace un año.

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 este mes los de ideología de izquierda, los de baja posición social y status socioeconómico, y los mayores de 65 años son los segmentos que se muestran más satisfechos con el funcionamiento de la democracia. Sin embargo, se puede observar que el grado de insatisfacción es mayor entre los autopercepcionados en la derecha, los más jóvenes y los de posición social alta.

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

El ISG aumenta notablemente este mes en relación con el registrado el mes anterior, aunque continúa situándose por debajo del nivel de equilibrio lo que evidencia una muy intensa insatisfacción, acentuada a lo largo del último año.

Este mes el 34% de los españoles están satisfechos (en mayor o menor medida) con la labor que realiza el Gobierno, pero el 46% están insatisfechos. Así, el índice obtenido de nuevo este mes (90), es negativo, e indica la fuerte insatisfacción con la labor del Gobierno entre los españoles, aunque dicha insatisfacción sea menor que la observada el mes pasado.

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

Aparte de esas relaciones, cabe resaltar que todos los segmentos se muestran de nuevo insatisfechos con el Gobierno este mes, salvo las personas de izquierda, los de 65 y más años, los de status socioeconómico medio bajo y, menor medida, los de posición social baja.

En general, la insatisfacción con el Gobierno suele ser mayor cuanto menor es la edad, cuanto más alta es la posición social y el status socioeconómico, y cuanto más a la derecha se autopercepciona ideológicamente el entrevistado.

Además de la satisfacción general con el Gobierno, se ha evaluado la percepción que tienen los españoles sobre la actuación del Gobierno en seis áreas concretas (política económica, lucha contra el terrorismo, política internacional, lucha contra la droga y la delincuencia, política de obras públicas y transportes, y política de servicios sociales), indicador que se incluyó por vez primera en septiembre de 1992.

Se pidió a los entrevistados que valorasen cada una de estas políticas en una escala de 0 a 10 puntos en la que el 0 significa que el Gobierno lo está haciendo muy mal y el 10 muy bien. El primer dato que conviene resaltar es que la gran mayoría de los encuestados dieron una valoración a cada área concreta de actuación, lo que demuestra una notable implicación política, y sólo sobre la política internacional se detecta cierto menor conocimiento (80%), aunque también es elevado.

En el presente sondeo se observa, en general, una valoración relativamente positiva, respecto a los últimos meses del año pasado, y en todas las políticas por las que se ha preguntado, se detecta un ligero aumento siendo la política económica la que más aumenta. Destaca por segunda vez consecutiva la política internacional como el área que recibe la mejor valoración media, y a corta distancia la política de obras públicas y transportes ya que registran una valoración de 5,5 y 5,4 puntos, respectivamente; y a cierta distancia les sigue la política de Servicios Sociales (5,1 puntos). Las demás áreas reciben valoraciones medias inferiores y por lo tanto son peor valoradas: la lucha contra la delincuencia (4,1), y la lucha contra el terrorismo y la política económica (3,9, en ambos casos).

Las áreas peor valoradas son las que suscitan mayor controversia de opiniones, y la controversia es bastante menor para las áreas mejor valoradas.

En casi todos los segmentos sociales las mejores valoraciones las reciben la política internacional y la política de obras públicas, y las peores corresponden a la lucha contra la delincuencia. En general, las seis áreas son mejor valoradas por los encuestados de más edad (excepto en cuanto a la lucha contra la droga y la delincuencia que es mejor valorada por los menores de 30 años), los de más baja posición social (salvo la política internacional mejor valorada tanto por los de posición social baja como por los de alta) y los de izquierda. Lógicamente, quienes se muestran satisfechos con la labor del Gobierno valoran mejor la actuación de éste en las distintas áreas.

En general, se refleja una satisfacción en relación con la situación sociopolítica y económica del país, provocada por la reciente celebración de las elecciones generales que han incrementado considerablemente los indicadores políticos reflejando así una mayor confianza en el futuro político.



Cuadro 4.2.1.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
- Fuerzas Armadas	99	99	100	99	98	99	98	99	98	98	99	97
- Bancos	98	99	100	99	98	99	98	99	99	98	99	97
- Gobierno de la Nación	100	100	100	100	100	99	99	100	100	100	100	99
- La Corona	99	100	100	100	100	99	99	100	100	100	100	99
- La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-
- La Unión Europea	92	-	-	-	-	-	-	-	97	-	-	-
- Congreso de los Diputados	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Partidos Políticos	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Sindicatos	-	-	-	-	96	-	-	-	-	-	-	-
- OTAN	92	-	-	-	-	-	-	-	94	-	-	-
- Las Organizaciones Empresariales	-	92	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Guardia Civil	-	-	100	-	-	-	99	-	-	-	-	-
- ETA	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Senado	-	94	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	-	-	96	-	-	-	-	-
- Los Funcionarios	-	-	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-
- Los Políticos	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-
- Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99	-
- La Cruz Roja	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-
- ONCE	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-	-
- La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	79	-	-
- El Banco de España	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	81
- Comisiones Obreras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	96	-	-
- UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	96	-	-
- La ONU	92	-	-	-	-	-	-	-	94	-	-	-
- Cáritas	-	-	-	98	-	-	-	-	-	-	-	-
- La Universidad	-	-	-	-	95	-	-	-	-	-	-	-
- La Iglesia	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-
- Los Medios de Comunicación	-	-	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-



- El Tribunal Constitucional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92	-
- Los Médicos	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-
- El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	94	-	-	-	-	93	-
- El CESID	-	-	-	-	-	86	-	-	-	-	-	-
- El Banco de España	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	93
- La Junta Electoral Central	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	78



Cuadro 4.2.2.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Fuerzas Armadas	86	86	89	85	88	86	85	90	87	85	90	85
Bancos	85	86	90	87	86	86	85	89	87	86	90	84
Gobierno de la Nación	93	92	94	93	93	92	90	94	93	92	95	90
La Corona	91	91	93	92	92	92	89	93	94	92	93	94
La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	89	-	-	-	-	-
La Unión Europea	78	-	-	-	-	-	-	-	83	-	-	-
Congreso de Diputados	-	-	83	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Partidos Políticos	-	84	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Sindicatos	-	-	-	-	79	-	-	-	-	-	-	-
OTAN	74	-	-	-	-	-	-	-	76	-	-	-
Organizaciones Empresariales	-	73	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Guardia Civil	-	-	92	-	-	-	90	-	-	-	-	-
ETA	-	-	95	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Senado	-	75	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	-	-	82	-	-	-	-	-
Los Funcionarios	-	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-	-
Los Políticos	-	-	-	-	-	-	-	92	-	-	-	-
Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	88	-
La Cruz Roja	-	-	-	-	-	-	-	96	-	-	-	-
ONCE	-	-	-	95	-	-	-	-	-	-	-	-
La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	55	-	-
El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	62
Comisiones Obreras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	76	-	-
UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75	-	-
La ONU	74	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-	-
Cáritas	-	-	-	91	-	-	-	-	-	-	-	-
La Universidad	-	-	-	-	80	-	-	-	-	-	-	-
La Iglesia	-	-	-	-	90	-	-	-	-	-	-	-
Los Medios de Comunicación	-	-	-	-	-	92	-	-	-	-	-	-
El Tribunal Constitucional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	71	-



Los Médicos	-	-	-	95	-	-	-	-	-	-	-	-
El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	71	-	-	-	-	74	-
El CESID	-	-	-	-	-	60	-	-	-	-	-	-
El Banco de España	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	71
La Junta Electoral Central	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58



Cuadro 4.2.3.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Fuerzas Armadas	5,0	5,3	6,2	5,4	5,6	5,6	5,9	5,5	5,3	5,3	5,9	5,8
Bancos	4,6	4,4	4,8	4,6	4,7	4,5	4,5	4,4	4,6	4,3	4,9	4,6
Gobierno de la Nación	3,6	3,6	4,0	4,0	3,7	3,6	3,8	3,7	4,1	4,1	4,3	4,9
La Corona	7,1	7,2	7,5	7,2	7,2	7,2	7,3	7,6	7,5	7,3	7,7	7,7
La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	6,1	-	-	-	-	-
La Unión Europea	5,6	-	-	-	-	-	-	-	5,6	-	-	-
Congreso de los Diputados	-	-	4,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Partidos Políticos	-	3,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Sindicatos	-	-	-	-	4,6	-	-	-	-	-	-	-
OTAN	4,1	-	-	-	-	-	-	-	4,7	-	-	-
Organizaciones Empresariales	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Guardia Civil	-	-	6,6	-	-	-	6,1	-	-	-	-	-
ETA	-	-	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Senado	-	4,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	-	-	4,1	-	-	-	-	-
Los Funcionarios	-	-	-	-	-	-	-	5,1	-	-	-	-
Los Políticos	-	-	-	-	-	-	-	2,7	-	-	-	-
Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,2	-
La Cruz Roja	-	-	-	-	-	-	-	7,9	-	-	-	-
ONCE	-	-	-	8,0	-	-	-	-	-	-	-	-
La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,9	-	-
El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,0
Comisiones Obreras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,9	-	-
UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,4	-	-
La ONU	5,5	-	-	-	-	-	-	-	5,8	-	-	-
Cáritas	-	-	-	7,8	-	-	-	-	-	-	-	-
La Universidad	-	-	-	-	6,7	-	-	-	-	-	-	-
La Iglesia	-	-	-	-	5,4	-	-	-	-	-	-	-
Los Medios de Comunicación	-	-	-	-	-	6,4	-	-	-	-	-	-
El Tribunal Constitucional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,7	-



Los Médicos	-	-	-	6,1	-	-	-	-	-	-	-	-
El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	5,5	-	-	-	-	5,8	-
El CESID	-	-	-	-	-	2,7	-	-	-	-	-	-
El Banco de España	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,4
La Junta Electoral Central	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5



Cuadro 4.2.4.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Fuerzas Armadas	59	53	45	59	54	49	48	52	55	52	45	47
Bancos	51	54	48	53	51	53	54	56	50	55	47	51
Gobierno de la Nación	83	84	72	73	80	82	76	81	72	72	68	62
La Corona	43	40	37	40	39	39	39	36	36	37	35	36
La Policía Nacional	-	-	-	-	-	-	42	-	-	-	-	-
La Unión Europea	45	-	-	-	-	-	-	-	47	-	-	-
Congreso de los Diputados	-	-	62	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Partidos Políticos	-	76	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Sindicatos	-	-	-	-	60	-	-	-	-	-	-	-
OTAN	67	-	-	-	-	-	-	-	59	-	-	-
Organizac. Empresariales	-	54	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Guardia Civil	-	-	43	-	-	-	44	-	-	-	-	-
ETA	-	-	492	-	-	-	-	-	-	-	-	-
El Senado	-	65	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Los Tribunales de Justicia	-	-	-	-	-	-	64	-	-	-	-	-
Los Funcionarios	-	-	-	-	-	-	-	46	-	-	-	-
Los Políticos	-	-	-	-	-	-	-	90	-	-	-	-
Los Jueces	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	49	-
La Cruz Roja	-	-	-	-	-	-	-	28	-	-	-	-
ONCE	-	-	-	26	-	-	-	-	-	-	-	-
La CEOE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46	-	-
El Consejo General del Poder Judicial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	51
Comisiones Obreras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	53	-	-
UGT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57	-	-
La ONU	50	-	-	-	-	-	-	-	46	-	-	-
Cáritas	-	-	-	31	-	-	-	-	-	-	-	-
La Universidad	-	-	-	-	34	-	-	-	-	-	-	-
La Iglesia	-	-	-	-	56	-	-	-	-	-	-	-
Los Medios de Comunicación	-	-	-	-	-	35	-	-	-	-	-	-
El Tribunal Constitucional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	42	-
Los Médicos	-	-	-	45	-	-	-	-	-	-	-	-



El Tribunal Supremo	-	-	-	-	-	44	-	-	-	-	44	-
El CESID	-	-	-	-	-	95	-	-	-	-	-	-
El Banco de España	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44
La Junta Electoral Central	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	42



Cuadro 4.2.5.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

MARZO 1995 - MARZO 1996

		VALORACION		
		Alta (+6,0)	Media (4,5-6,0)	Baja (-4,5)
CONOCIMIENTO	Alto (+85%)	Corona Guardia Civil La Cruz Roja La ONCE Policía Nacional Cáritas Medios de Comunicación Los Médicos	Los Funcionarios Los Jueces Bancos Fuerzas Armadas La Iglesia Tribunal Constitucional El Banco de España	ETA Los Políticos Los Tribunales de Justicia Gobierno de la Nación
	Medio (70-85%)	Universidad	La Junta Electoral Central El Tribunal Supremo Comisiones Obreras Unión Europea ONU Los Sindicatos Consejo Gnral. del Poder Judicial	El Senado Organizaciones Empresariales OTAN Congreso de los Diputados Partidos Políticos UGT
	Bajo (-70%)		CEOE	CESID



Cuadro 4.2.6.

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

MARZO 1995 - MARZO 1996

		IMAGEN CONTROVERTIDA		
		Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
CONOCIMIENTO	Alto (+85%)	ETA Los Políticos Gobierno de la Nación Partidos Políticos	Los Tribunales de Justicia Iglesia Congreso de los Diputados Bancos	El Banco de España Medios de Comunicación Corona Fuerzas Armadas Policía Nacional Guardia Civil Los Funcionarios La Cruz Roja La ONCE Cáritas Los Jueces Los Médicos Tribunal Constitucional
	Medio (70-85%)		OTAN Organizaciones Empresariales El Senado Los Sindicatos Comisiones Obreras UGT Consejo General del Poder Judicial	La Unión Europea ONU Universidad Tribunal Supremo La Junta Electoral Central
	Bajo (-70%)	CESID	CEOE	



Cuadro 4.2.7.

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

MARZO 1995 - MARZO 1996

		IMAGEN CONTROVERTIDA		
		Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
VALORACION	Alto (+6,0)			Corona La Cruz Roja La ONCE Policía Nacional Cáritas Universidad Medios de Comunicación Guardia Civil Los Médicos
	Medio (4,5-6,0)		Consejo General del Poder Judicial Comisiones Obreras CEOE Iglesia Los Sindicatos Bancos	Fuerzas Armadas Unión Europea Los Funcionarios Los Jueces Tribunal Constitucional ONU Tribunal Supremo Banco de España La Junta Electoral Central
	Bajo (-4,5)	ETA Los Políticos Los Partidos Políticos Gobierno de la Nación CESID	UGT Tribunales de Justicia El Senado Organizaciones Empresariales Congreso de los Diputados OTAN	



Cuadro 4.2.8.

**Valoración (X) de Instituciones y Grupos Sociales,
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1996	TOTAL	Consejo Gral. Poder Judicial	Banco de España	FAS	Los Bancos	Junta Elec- toral Central	Gobierno Nación	La Corona
TOTAL	(1212)	5,0	5,4	5,8	4,6	5,5	4,9	7,7
Edad:								
18 a 29 años	(316)	5,3	5,6	5,2	4,9	5,5	4,6	7,3
30 a 49 años	(412)	4,9	5,2	5,5	4,4	5,4	4,9	7,5
50 a 64 años	(261)	4,9	5,2	6,5	4,6	5,5	5,0	8,1
65 y más años	(222)	4,6	5,8	6,5	4,9	5,6	5,3	8,3
Posición Social:								
Baja	(367)	5,5	5,8	6,2	5,1	5,8	5,2	8,2
Media	(680)	4,9	5,4	5,7	4,5	5,3	4,9	7,7
Alta	(165)	4,7	5,1	5,5	4,2	5,5	4,4	6,7
Ideología:								
Izquierda	(542)	4,9	5,4	5,4	4,4	5,6	5,7	7,4
Centro	(237)	5,2	5,6	6,0	4,9	5,9	4,6	8,0
Derecha	(220)	4,9	5,6	6,6	4,8	5,4	3,6	8,1
Status Socioeconómico:								
Alto, Medio alto	(286)	4,9	5,3	5,5	4,5	5,7	4,5	7,1
Medio	(609)	5,0	5,4	5,8	4,7	5,4	5,0	7,7
Medio Bajo	(289)	5,1	5,7	6,1	4,6	5,3	5,2	8,1
Bajo	(28)	5,0	5,0	6,4	5,1	6,8	5,4	9,0
Clientes de:								
Bancos	(337)	5,1	5,5	6,0	4,8	5,6	4,9	7,7
Cajas	(827)	4,9	5,4	5,7	4,6	5,5	4,9	7,6



Cuadro 4.2.9.

Ranking de Notoriedad

MARZO 95 - MARZO 96	% Opinan
1. La Cruz Roja	96
2. La ONCE	95
3. ETA	95
4. Los Médicos	95
5. Gobierno de la Nación	93
6. Medios de Comunicación	92
7. Los Políticos	92
8. La Corona	92
9. Guardia Civil	91
10. Cáritas	91
11. Iglesia	90
12. Policía Nacional	89
13. Jueces	88
14. Los Funcionarios	87
15. Fuerzas Armadas	87
16. Bancos	87
17. Partidos Políticos	84
18. Congreso de los Diputados	83
19. Tribunales de Justicia	82
20. Universidad	80
21. Unión Europea	80
22. Los Sindicatos	79
23. ONU	76
24. Comisiones Obreras	76
25. El Senado	75
26. OTAN	75
27. UGT	75
28. Organizac. Empresariales	73
29. Tribunal Supremo	72
30. Banco de España	71
31. Tribunal Supremo	71
32. El Consejo General del	



Poder Judicial	62
33. CESID	60
34. La Junta Electoral Central	58
35. La CEOE	55



Cuadro 4.2.10.

Ranking de Valoración

MARZO 95 - MARZO 96

	Valoración media (x)
1. La ONCE	8,0
2. La Cruz Roja	7,9
3. Cáritas	7,8
4. La Corona	7,4
5. Universidad	6,7
6. Medios de Comunicación	6,4
7. Guardia Civil	6,3
8. Policía Nacional	6,1
9. Los Médicos	6,1
10. Tribunal Constitucionanl	5,7
11. Unión Europea	5,6
12. ONU	5,6
13. Tribunal Supremo	5,6
14. La Junta Electoral Central	5,6
15. Fuerzas Armadas	5,5
16. Banco de España	5,4
17. Iglesia	5,4
18. Jueces	5,2
19. Consejo General del Poder Judicial	5,0
20. Los Funcionarios	5,1
21. CEOE	4,9
22. Comisiones Obreras	4,8
23. Sindicatos	4,6
24. Bancos	4,6
25. Organizac. Empresariales	4,4
26. OTAN	4,4
27. UGT	4,4
28. Congreso de los Diputados	4,3
29. Tribunales de Justicia	4,1



30. El Senado	4,0
31. Gobierno de la Nación	3,9
32. Partidos Políticos	3,3
33. Los Políticos	2,7
34. CESID	2,7
35. ETA	0,2



Cuadro 4.2.11.

Ranking de Dispersión Opinática

MARZO 95 - MARZO 96

% Dispersión Opinática

(s/x)100

1. La ONCE	26
2. La Cruz Roja	28
3. Cáritas	31
4. Universidad	34
5. Medios de Comunicación	35
6. La Corona	38
7. La Junta Electoral Central	42
8. Tribunal Constitucional	42
9. Policía Nacional	42
10. Guardia Civil	44
11. Tribunal Supremo	44
12. Banco de España	44
13. Los Médicos	45
14. Unión Europea	46
15. CEOE	46
16. Los Funcionarios	46
17. ONU	48
18. Los Jueces	49
19. Consejo General del Poder Judicial	51
20. Bancos	52
21. Fuerzas Armadas	52
22. Comisiones Obreras	53
23. Organizac. Empresariales	54
24. La Iglesia	56
25. UGT	57
26. Los Sindicatos	60
27. Congreso de los Diputados	62
28. OTAN	63



29. Los Tribunales de Justicia	64
30. El Senado	65
31. El Gobierno de la Nación	75
32. Los Partidos Políticos	76
33. Los Políticos	90
34. CESID	95
35. ETA	492



Cuadro 4.2.12.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
Muy Satisfecho	2%	2%	2%	3%	3%	3%	3%	2%	3%	2%	2%	3%
Satisfecho	38	39	41	41	35	33	37	40	43	41	42	52
Indiferente	14	17	18	18	18	19	16	13	13	16	18	14
Insatisfecho	33	31	30	29	35	32	33	35	32	31	31	24
Muy Insatisfecho	10	9	8	6	7	12	8	8	7	8	6	5
NS/NC	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2
ISD	98	101	105	109	96	92	98	99	108	105	107	127
% Opinan	98	98	99	98	97	98	98	98	98	98	99	98
Valoración Media	2,9	2,9	3,0	3,0	2,9	2,8	2,9	2,9	3,0	3,0	3,0	3,2
% Discrepancia	39	37	36	35	37	40	38	38	36	37	35	32



Cuadro 4.2.13.

**Índice de Satisfacción con el Funcionamiento de la
Democracia en España, por Características Socioeconómicas
(Media en la escala de satisfacción de 1 a 5 puntos entre paréntesis)**

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total ISD	98 (2,9)	101 (2,9)	105 (3,0)	109 (3,0)	96 (2,9)	92 (2,8)	98 (2,9)	99 (2,9)	108 (3,0)	105 (3,0)	107 (3,0)	127 (3,2)
Edad												
18 a 29 años	90 (2,8)	94 (2,8)	95 (2,8)	100 (3,0)	98 (2,9)	86 (2,8)	100 (2,9)	85 (2,8)	97 (2,9)	97 (2,9)	103 (2,9)	119 (3,1)
30 a 49 años	97 (2,9)	103 (2,9)	100 (2,9)	107 (3,0)	94 (2,9)	90 (2,8)	88 (2,8)	100 (2,9)	108 (3,0)	104 (3,0)	101 (3,0)	123 (3,2)
50 a 64 años	94 (2,8)	95 (2,8)	109 (3,0)	108 (3,0)	90 (2,8)	91 (2,8)	98 (2,9)	102 (2,9)	104 (3,0)	102 (2,9)	115 (3,1)	131 (3,3)
65 y más años	116 (3,1)	115 (3,1)	122 (3,2)	127 (3,3)	105 (3,0)	106 (3,0)	113 (3,1)	113 (2,9)	126 (3,2)	119 (3,2)	116 (3,1)	142 (3,4)
Posición Social												
Baja	104 (3,0)	108 (3,0)	113 (3,1)	118 (3,1)	98 (2,9)	93 (2,8)	106 (3,0)	103 (3,0)	117 (3,2)	109 (3,0)	108 (3,0)	131 (3,3)
Media	92 (2,8)	94 (2,8)	98 (2,9)	101 (3,0)	95 (2,9)	87 (2,8)	96 (2,9)	97 (2,9)	100 (2,9)	103 (2,9)	109 (3,0)	126 (3,2)
Alta	97 (2,8)	107 (3,0)	101 (3,0)	108 (3,0)	94 (2,9)	101 (2,9)	81 (2,7)	92 (2,8)	106 (3,0)	99 (2,9)	100 (2,9)	120 (3,2)
Ideología												
Izquierda	114 (3,1)	120 (3,2)	122 (3,2)	122 (3,2)	116 (3,1)	111 (3,1)	108 (3,0)	117 (3,1)	122 (3,2)	119 (3,1)	121 (3,2)	142 (3,4)
Centro	105 (3,0)	112 (3,0)	106 (3,0)	109 (3,0)	92 (2,9)	95 (2,8)	116 (3,1)	95 (2,9)	118 (3,2)	100 (2,9)	111 (3,1)	125 (3,2)
Derecha	74 (2,6)	78 (2,7)	80 (2,6)	88 (2,8)	74 (2,6)	67 (2,5)	80 (2,7)	71 (2,6)	87 (2,8)	73 (2,6)	89 (2,8)	106 (3,0)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto	93 (2,8)	98 (2,9)	109 (3,0)	107 (3,0)	91 (2,8)	91 (2,8)	95 (2,9)	100 (2,9)	114 (3,1)	109 (3,0)	106 (3,0)	122 (3,2)
Medio	97 (2,9)	100 (2,9)	103 (3,0)	108 (3,0)	98 (2,9)	94 (2,8)	97 (2,9)	97 (2,9)	105 (3,0)	104 (3,0)	104 (3,0)	125 (3,2)



Medio bajo	101 (2,9)	108 (3,0)	100 (2,9)	111 (3,1)	98 (3,0)	89 (2,8)	103 (3,0)	102 (2,9)	106 (3,0)	103 (3,0)	114 (3,1)	136 (3,4)
Bajo	117 (3,1)	97 (2,9)	158 (3,6)	126 (3,3)	74 (2,5)	92 (2,7)	91 (2,6)	100 (2,9)	140 (3,3)	82 (2,7)	125 (3,3)	148 (3,5)
Clientes de:												
Bancos	103 (3,0)	100 (2,9)	106 (3,0)	107 (3,0)	93 (2,9)	85 (2,7)	97 (2,9)	96 (2,9)	98 (2,9)	107 (3,0)	110 (3,0)	127 (3,2)
Cajas	99 (2,9)	105 (3,0)	105 (3,0)	111 (3,1)	98 (2,9)	97 (2,9)	97 (2,9)	101 (2,9)	113 (3,1)	106 (3,0)	106 (3,0)	127 (3,2)



Cuadro 4.2.14.

Índice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG)

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
Muy Satisfecho	2%	2%	3%	2%	2%	3%	2%	2%	2%	3%	3%	3%
Algo Satisfecho	18	19	24	23	17	17	18	20	22	22	24	33
Indiferente	11	12	17	16	15	14	16	13	14	15	16	16
Algo Insatisfecho	35	33	32	34	37	34	35	36	36	36	36	32
Muy Insatisfecho	33	33	24	23	28	30	26	28	23	23	20	14
NS/NC	*	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2
ISG	53	55	71	68	53	56	59	57	66	66	71	90
% Opinan	100	99	99	98	99	98	98	99	98	99	99	98
Valoración Media	2,2	2,2	2,5	2,4	2,3	2,3	2,3	2,3	2,4	2,4	2,5	2,8
% Discrepancia	53	53	48	47	49	52	48	50	48	48	46	42



Cuadro 4.2.15.

**Índice de Satisfacción con la Labor del Gobierno (ISG),
por Características de los Entrevistados
(Media en la escala de satisfacción de 1 a 5 puntos entre paréntesis)**

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total ISG	53 (2,2)	55 (2,2)	71 (2,5)	68 (2,4)	53 (2,3)	56 (2,3)	59 (2,3)	57 (2,3)	66 (2,4)	66 (2,4)	71 (2,5)	90 (2,8)
Edad:												
- 30 años	38 (2,0)	44 (2,1)	52 (2,2)	50 (2,2)	38 (2,1)	42 (2,1)	42 (2,1)	42 (2,2)	47 (2,2)	52 (2,2)	58 (2,4)	78 (2,6)
30-49 años	44 (2,1)	46 (2,1)	63 (2,4)	62 (2,4)	47 (2,1)	49 (2,1)	53 (2,2)	51 (2,2)	57 (2,3)	60 (2,4)	61 (2,4)	85 (2,7)
50-64 años	60 (2,3)	55 (2,1)	82 (2,6)	75 (2,5)	57 (2,3)	62 (2,4)	66 (2,4)	64 (2,4)	69 (2,5)	66 (2,4)	83 (2,7)	92 (2,8)
65 y más años	81 (2,6)	86 (2,2)	103 (2,9)	97 (2,8)	83 (2,6)	82 (2,7)	85 (2,7)	82 (4,6)	104 (2,9)	96 (2,8)	95 (2,8)	117 (3,1)
Posición Social												
Baja	65 (2,4)	71 (2,4)	86 (2,7)	82 (2,6)	66 (2,4)	70 (2,5)	72 (2,5)	68 (2,5)	82 (2,7)	75 (2,6)	82 (2,7)	104 (3,0)
Media	47 (2,1)	44 (2,1)	62 (2,4)	59 (2,3)	45 (2,2)	51 (2,2)	51 (2,2)	51 (2,2)	55 (2,3)	60 (2,3)	69 (2,5)	88 (2,7)
Alta	35 (1,9)	46 (2,1)	57 (2,2)	54 (2,3)	44 (2,1)	32 (1,9)	47 (2,2)	46 (2,1)	51 (2,2)	54 (2,3)	49 (2,2)	70 (2,5)
Ideología:												
Izquierda	74 (2,5)	77 (2,6)	94 (2,8)	84 (2,7)	76 (2,6)	78 (2,6)	74 (2,5)	82 (2,7)	83 (2,7)	90 (2,8)	98 (2,9)	114 (3,1)
Centro	41 (2,1)	48 (2,2)	54 (2,3)	69 (2,5)	40 (2,1)	42 (2,1)	50 (2,3)	40 (2,1)	63 (2,4)	39 (2,1)	56 (2,4)	74 (2,6)
Derecha	26 (1,8)	19 (1,6)	34 (1,9)	29 (1,8)	27 (1,8)	25 (1,7)	29 (1,8)	16 (1,7)	28 (1,9)	26 (1,8)	28 (1,9)	52 (2,2)
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto	40 (2,0)	42 (2,0)	51 (2,2)	54 (2,2)	37 (2,0)	32 (1,9)	42 (2,1)	46 (2,1)	51 (2,2)	47 (2,2)	52 (2,3)	73 (2,5)
Medio alto	48 (2,2)	53 (2,2)	70 (2,5)	64 (2,4)	54 (2,3)	54 (2,3)	57 (2,3)	53 (2,3)	63 (2,4)	64 (2,4)	74 (2,5)	90 (2,8)



Medio Bajo	68 (2,4)	66 (2,4)	86 (2,7)	84 (2,7)	68 (2,5)	73 (2,5)	75 (2,5)	77 (2,6)	81 (2,6)	82 (2,7)	80 (2,7)	113 (3,1)
Bajo	104 (2,9)	83 (2,5)	131 (3,3)	104 (2,9)	52 (2,2)	92 (2,8)	96 (2,7)	69 (2,3)	95 (2,8)	93 (2,8)	94 (2,8)	86 (2,7)
Clientes de:												
Bancos	52 (2,2)	40 (2,0)	66 (2,4)	58 (2,3)	42 (2,1)	53 (2,2)	58 (2,3)	50 (2,2)	58 (2,2)	61 (2,4)	66 (2,5)	88 (2,7)
Cajas	51 (2,2)	57 (2,2)	73 (2,5)	70 (2,5)	55 (2,3)	56 (2,3)	59 (2,3)	58 (2,3)	70 (2,5)	67 (2,5)	72 (2,5)	92 (2,8)



Cuadro 4.2.16.

Valoración de la Actuación del Gobierno en las siguientes áreas

	% que Opinan											
	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
- Política Económica	93	92	94	91	91	93	90	94	93	91	94	92
- Lucha contra el Terrorismo	91	92	94	91	91	91	88	93	93	90	95	93
- Política Internacional	78	79	83	79	75	79	75	80	82	80	79	80
- Lucha contra la Droga y la Delincuencia	92	93	93	91	92	93	91	94	94	91	94	94
- Política de Obras Públicas y Transportes	88	88	90	88	86	90	86	90	90	88	89	90
- Política de Servicios Sociales	92	92	94	91	91	92	90	93	93	91	94	93

	Valoración Media											
	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
- Política Económica	3,0	2,9	3,2	3,3	3,0	3,2	3,3	3,2	3,1	3,5	3,5	3,9
- Lucha contra el Terrorismo	4,3	4,1	3,9	4,2	3,7	3,9	4,1	3,9	3,3	3,4	3,6	3,9
- Política Internacional	4,7	4,0	3,8	4,2	4,2	4,5	4,5	4,5	5,0	5,2	5,3	5,5
- Lucha contra la Droga y la Delincuencia	4,1	4,0	4,0	4,0	3,8	3,7	3,9	3,9	3,6	3,8	3,9	4,1
- Política de Obras Públicas y Transportes	5,1	5,1	5,1	5,2	5,1	5,1	5,2	5,2	5,0	5,1	5,3	5,4
- Política de Servicios Sociales	4,5	4,6	4,5	4,7	4,5	4,4	4,6	4,7	4,5	4,6	4,9	5,1

	% Dispersión Opinática											
	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
- Política Económica	83	84	77	74	80	76	75	77	78	70	71	64
- Lucha contra el Terrorismo	64	65	68	63	71	68	68	70	81	76	76	66
- Política Internacional	54	65	71	61	61	58	56	58	51	51	49	44
- Lucha contra la Droga y la Delincuencia	62	63	64	65	68	69	67	66	72	67	67	62
- Política de Obras Públicas y Transportes	48	44	47	46	46	48	46	45	48	47	44	42
- Política de Servicios Sociales	56	53	55	53	56	58	52	53	57	56	49	47



Cuadro 4.2.17.

**Valoración de la Actuación del Gobierno en las Sigüientes Áreas,
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1996	Total	Política Económica	Lucha contra terrorismo	Política Internacion.	Lucha contra droga y del.	Obras Públicas	Servicios Sociales
TOTAL	(1212)	3,9	3,9	5,5	4,1	5,4	5,1
Edad:							
18 a 29 años	(316)	3,6	3,7	5,3	4,3	5,1	4,9
30 a 49 años	(412)	3,8	3,8	5,6	3,9	5,5	5,1
50 a 64 años	(261)	4,0	3,9	5,4	4,0	5,4	5,0
65 y más años	(222)	4,3	4,2	5,8	4,0	5,6	5,4
Posición Social:							
Baja	(367)	4,2	4,2	5,6	4,3	5,5	5,3
Media	(680)	3,7	3,7	5,4	4,0	5,3	4,9
Alta	(165)	3,8	4,0	5,6	3,9	5,4	5,2
Ideología:							
Izquierda	(542)	4,4	4,4	6,1	4,5	5,9	5,5
Centro	(237)	3,9	3,8	5,5	4,1	5,4	5,1
Derecha	(220)	2,7	3,1	4,5	3,2	4,5	4,0
Status Socioeconómico:							
Alto, Medio alto	(286)	3,6	3,8	5,6	4,0	5,3	5,0
Medio	(609)	4,0	3,9	5,5	4,1	5,4	5,1
Medio Bajo	(289)	3,9	4,1	5,5	4,0	5,5	5,1
Bajo	(28)	4,3	4,1	3,5	3,8	5,4	5,6
Satisfacción con el Gobierno:							
Satisfechos	(438)	5,1	5,0	6,5	4,9	6,3	6,1
Indiferentes	(198)	4,0	3,9	5,6	4,2	5,6	5,3
Insatisfechos	(552)	2,9	3,0	4,7	3,4	4,6	4,2
Clientes de:							
Bancos	(337)	3,8	4,0	5,5	4,1	5,5	5,1
Cajas	(827)	3,9	3,9	5,6	4,1	5,4	5,1

4.3. IMAGEN DE PERSONAJES PUBLICOS

Por razones metodológicas nos ha parecido conveniente medir 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).

Este mes se ha preguntado por Felipe González, Julio Anguita, José María Aznar, el Rey Don Juan Carlos, Luis Ángel Rojo, Álvarez Cascos, Javier Arenas, Jordi Pujol y Rodrigo Rato. El Rey Don Juan Carlos es este mes el personaje público con mejor imagen social, siendo Jordi Pujol quien tiene la peor imagen de todos los personajes por los que se ha preguntado en el presente estudio.

Los principales líderes políticos son conocidos por casi la totalidad de los entrevistados, mientras que sólo entre dos terceras y tres cuartas partes de los entrevistados conocen a otros líderes políticos, aunque el menos conocido este mes resulta ser Luis Ángel Rojo que obtiene un 36% de conocimiento.

De los datos que se presentan en los Cuadros 4.3.2. a 4.3.4., donde se incluyen todos los líderes por los que se ha preguntado desde marzo de 1995, 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. Un 96% de los entrevistados opina sobre Felipe González y, al menos un 90% opina sobre los personajes públicos incluidos habitualmente en este sondeo (Aznar y Anguita) y sobre el Rey Don Juan Carlos pero algo más del 85% opina sobre Jordi Pujol; alrededor de la mitad opina sobre Rodrigo Rato, Álvarez Cascos y Javier Arenas; y un 22% opina sobre el Gobernador del Banco de España.
- c. Las valoraciones asignadas a estos nueve personajes han sido: el Rey Don Juan Carlos (8,0), Felipe González (5,4), Luis Angel Rojo (4,8), Julio Anguita (4,4), José M^a Aznar y Rodrigo Rato (4,2, en ambos casos), Javier Arenas (4,1), Álvarez Cascos (3,9) y Jordi Pujol (3,6 puntos).

Todos los líderes aumentan ligeramente o mantienen su valoración este mes, principalmente Felipe González (0,5 puntos porcentuales), excepto Julio Anguita y Álvarez Cascos que reducen muy levemente su valoración respecto a la última vez en la que se preguntó por ellos.

En todo caso, la peor valoración de todos los líderes o personajes por los que se ha preguntado desde marzo de 1995 es para Mario Conde, y las mejores las siguen manteniendo el Rey Juan Carlos y el resto de los miembros de la Familia Real, especialmente la Reina Dña. Sofía.

- 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 alta. En conjunto, puede afirmarse que los personajes públicos tienen una imagen más controvertida que las instituciones y grupos sociales, y que Mario Conde, el General Alonso Manglano, García Damborenea, Jacques Chirac, Rafael Vera, José Barrionuevo, Jordi Pujol, Alfonso Guerra, el Coronel Rodríguez Galindo, Trías de Bes, Narcís Serra, Xabier Arzallus, José M^a

Benegas, José Luis Corcuera, José M^a Aznar, Felipe González y García Vargas resultan ser los personajes públicos más controvertidos de todos los incluidos desde marzo de 1995.

Al observar la evolución de la valoración de los líderes españoles fijos desde hace un año hay que destacar la mejoría que se ha observado en la de González que alcanza la valoración más alta del último año; Aznar también mejora algo su valoración; y, sin embargo, Anguita mantiene la imagen que tenía entonces.

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. No parece existir una clara relación entre la edad y la valoración de personajes públicos en general , y en la mayoría de los casos tampoco existe una pauta específica, aunque es frecuente que la valoración sea mayor en los grupos de más edad, salvo en el caso de Anguita y el Rey Don Juan Carlos quien obtiene las mejores valoraciones de los grupos más jóvenes.
- b. Aunque 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), sí se observa una tendencia entre los entrevistados de baja posición social a valorar algo más positivamente a los líderes, aunque Javier Arenas, Julio Anguita, Rodrigo Rato y Jordi Pujol obtienen la valoración más alta de los de posición social alta.
- c. La ideología, sin embargo, es la variable que parece explicar mejor, y más coherentemente, las diferentes pautas de valoración . En efecto, el Rey Don Juan Carlos, José María Aznar, Alvarez Cascos, Rodrigo Rato y Javier Arenas reciben una valoración más alta entre los de derecha; mientras que Jordi Pujol y Luis Angel Rojo reciben sus máximas valoraciones entre los entrevistados autopositionados en el centro; y González y Anguita entre los de izquierda.

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 sondeos, y siguiendo el mismo procedimiento ya explicado para las instituciones.

De estos rankings, debe resaltarse la gran diferencia de valoración entre el Rey Don Juan Carlos, la Reina D^a Sofía, el Príncipe Felipe y las Infantas, con respecto a todos los demás personajes públicos, ya que ninguno de ellos se acerca a la valoración de la Familia Real. Por su parte, Conde, el General Alonso Manglano, Damborenea y Chirac son los personajes públicos que con diferencia peor valoran los españoles. Estos rankings son suficientemente expresivos por sí mismos.



Cuadro 4.3.1.

Porcentaje de Conocimiento de Personajes Públicos

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Felipe González	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100
Adolfo Suárez	99	-	-	-	99	-	-	-	-	-	-	-
Alfonso Guerra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-
Julio Anguita	98	98	98	97	99	98	98	99	99	98	98	99
J. María Aznar	99	98	99	99	99	99	99	99	99	99	99	100
Javier Solana	-	-	85	-	-	88	-	-	92	-	-	-
Narcís Serra	-	-	93	-	94	-	-	-	-	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	99	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-
El Rey Juan Carlos	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-
Miguel Roca	-	-	-	84	-	-	-	-	-	-	-	-
José M ^a Benegas	-	-	83	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Baltasar Garzón	94	93	92	-	-	95	-	-	-	-	-	-
Pedro Solbes	-	-	-	-	-	70	-	-	-	-	-	-
Jordi Pujol	-	95	-	-	-	98	-	-	-	-	-	97
Cristina Alberdi	-	-	-	-	-	-	70	-	-	-	-	-
Carmen Alborch	-	-	-	-	-	-	71	-	-	-	-	-
Luis Angel Rojo	45	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36
Mario Conde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	96	-
Jerónimo Saavedra	35	-	-	-	-	-	48	-	-	-	-	-
Pascual Sala	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54	-	-
Marino Barbero	64	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	-	-	-	-	-	-	79	-	-	-	-	-
El Juez Moreiras	-	-	-	-	61	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	-	-	50	-	-	-	-	-	-	-	-
Jose M ^a Cuevas	-	-	-	-	-	-	61	-	-	-	-	-
Xabier Arzallus	-	-	82	-	-	80	-	-	-	-	-	-
Luis Atienza	-	51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rodrigo Rato	-	-	-	-	-	-	-	-	73	-	75	72
A. Pérez Rubalcaba	-	-	-	-	-	-	-	-	-	67	-	-
José Barrionuevo	-	88	-	-	-	-	-	-	-	92	93	-



José Borrell	-	77	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Joaquín Leguina	-	80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Celia Villalobos	-	-	-	56	-	-	-	-	-	-	-	-
Alberto Ruiz Gallardón	-	-	-	70	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Hermoso	-	-	-	26	-	-	-	-	-	-	-	-
Pascual Maragall	-	-	-	80	-	-	-	-	-	-	-	-
García Vargas	-	-	-	-	73	-	-	-	-	-	-	-
General Alonso Manglano	-	-	-	-	72	-	-	-	-	-	-	-
Alvarez Cascos	-	-	-	-	72	-	-	-	-	-	70	68
García Damborenea	-	-	-	-	-	78	-	-	-	-	-	-
Trías de Bes	-	-	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-
Jacques Chirac	-	-	-	-	-	-	-	77	79	-	-	-
Bill Clinton	-	-	-	-	-	-	-	88	90	-	-	-
Simón Peres	-	-	-	-	-	-	-	72	-	-	-	-
Yaser Arafat	-	-	-	-	-	-	-	80	-	-	-	-
Helmut Kohl	-	-	-	-	-	-	-	-	67	-	-	-
Cándido Méndez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66	73	-
Javier Arenas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	67



Cuadro 4.3.2.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Felipe González	96	92	93	90	94	92	89	96	94	92	95	96
Adolfo Suárez	92	-	-	-	88	-	-	-	-	-	-	-
Alfonso Guerra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	86	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	-	-	93	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	-	93	-	-	-	-
Julio Anguita	91	88	87	86	89	87	84	91	90	88	91	91
J.María Aznar	94	90	90	88	90	88	87	92	91	90	92	93
Javier Solana	-	-	64	-	-	70	-	-	80	-	-	-
Narcis Serra	-	-	74	-	81	-	-	-	-	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	86	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90	-
El Rey Juan Carlos	94	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	61	-	-
Miguel Roca	-	-	-	67	-	-	-	-	-	-	-	-
José M ^a Benegas	-	-	64	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Baltasar Garzón	83	80	77	-	-	82	-	-	-	-	-	-
Pedro Solbes	-	-	-	-	-	47	-	-	-	-	-	-
Jordi Pujol	-	83	-	-	-	85	-	-	-	-	-	87
Cristina Alberdi	-	-	-	-	-	-	49	-	-	-	-	-
Carmen Alborch	-	-	-	-	-	-	53	-	-	-	-	-
Luis Angel Rojo	33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22
Mario Conde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	87	-
Jerónimo Saavedra	22	-	-	-	-	-	28	-	-	-	-	-
Pascual Sala	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35	-	-
Marino Barbero	52	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	-	-	-	-	-	-	61	-	-	-	-	-
El Juez Moreiras	-	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	-	-	35	-	-	-	-	-	-	-	-
Jose M ^a Cuevas	-	-	-	-	-	-	44	-	-	-	-	-
Xabier Arzallus	-	-	64	-	-	59	-	-	-	-	-	-
Luis Atienza	-	31	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Rodrigo Rato	-	-	-	-	-	-	-	-	56	-	62	56
A. Pérez Rubalcaba	-	-	-	-	-	-	-	-	-	47	-	-
José Barrionuevo	-	72	-	-	-	-	-	-	-	77	82	-
José Borrell	-	58	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Joaquín Leguina	-	57	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	34	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Celia Villalobos	-	-	-	35	-	-	-	-	-	-	-	-
Alberto Ruiz Gallardón	-	-	-	53	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Hermoso	-	-	-	14	-	-	-	-	-	-	-	-
Pascual Maragall	-	-	-	63	-	-	-	-	-	-	-	-
García Vargas	-	-	-	-	56	-	-	-	-	-	-	-
General Alonso Manglano	-	-	-	-	54	-	-	-	-	-	-	-
Alvarez Cascos	-	-	-	-	58	-	-	-	-	-	56	51
García Damborenea	-	-	-	-	-	58	-	-	-	-	-	-
Trías de Bes	-	-	-	-	-	-	21	-	-	-	-	-
Jacques Chirac	-	-	-	-	-	-	-	60	64	-	-	-
Bill Clinton	-	-	-	-	-	-	-	67	73	-	-	-
Simón Peres	-	-	-	-	-	-	-	50	-	-	-	-
Yaser Arafat	-	-	-	-	-	-	-	58	-	-	-	-
Helmut Kohl	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-	-
Cándido Méndez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46	-	-
Rodolfo Martín Villa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58	-
Javier Arenas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50



Cuadro 4.3.3.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Felipe González	3,9	3,9	4,4	4,4	4,2	4,1	4,2	4,1	4,3	4,5	4,9	5,4
Adolfo Suárez	5,4	-	-	-	6,5	-	-	-	-	-	-	-
Alfonso Guerra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,4	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	-	-	7,8	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	-	7,8	-	-	-	-
Julio Anguita	4,5	4,3	4,5	4,6	4,4	4,5	4,5	4,3	4,2	4,3	4,6	4,4
José María Aznar	4,0	3,7	4,5	4,5	4,3	4,1	3,9	3,8	3,9	3,9	4,2	4,2
Javier Solana	-	-	4,2	-	-	4,3	-	-	5,2	-	-	-
Narcís Serra	-	-	3,6	-	3,0	-	-	-	-	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	7,0	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,2	-
El Rey Juan Carlos	7,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8,0
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,6	-	-
Miguel Roca	-	-	-	4,4	-	-	-	-	-	-	-	-
José M ^a Benegas	-	-	3,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Baltasar Garzón	6,0	5,5	5,5	-	-	5,6	-	-	-	-	-	-
Pedro Solbes	-	-	-	-	-	4,3	-	-	-	-	-	-
Jordi Pujol	-	3,3	-	-	-	3,3	-	-	-	-	-	3,6
Cristina Alberdi	-	-	-	-	-	-	5,1	-	-	-	-	-
Carmen Alborch	-	-	-	-	-	-	4,4	-	-	-	-	-
Luis Angel Rojo	3,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,8
Mario Conde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,5	-
Jerónimo Saavedra	4,4	-	-	-	-	-	4,0	-	-	-	-	-
Pascual Sala	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,9	-	-
Marino Barbero	4,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	-	-	-	-	-	-	3,8	-	-	-	-	-
El Juez Moreiras	-	-	-	-	5,5	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	-	-	4,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Jose M ^a Cuevas	-	-	-	-	-	-	3,8	-	-	-	-	-
Xabier Arzallus	-	-	3,0	-	-	3,4	-	-	-	-	-	-
Luis Atienza	-	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Rodrigo Rato	-	-	-	-	-	-	-	-	4,1	-	3,8	4,2
A. Pérez Rubalcaba	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,8	-	-
José Barrionuevo	-	2,8	-	-	-	-	-	-	-	3,0	3,3	-
José Borrell	-	3,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Joaquín Leguina	-	3,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	3,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Celia Villalobos	-	-	-	5,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Alberto Ruiz Gallardón	-	-	-	5,4	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Hermoso	-	-	-	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Pascual Maragall	-	-	-	5,5	-	-	-	-	-	-	-	-
García Vargas	-	-	-	-	3,3	-	-	-	-	-	-	-
General Alonso Manglano	-	-	-	-	2,1	-	-	-	-	-	-	-
Alvarez Cascos	-	-	-	-	3,8	-	-	-	-	-	4,5	3,9
García Damborenea	-	-	-	-	-	2,6	-	-	-	-	-	-
Trías de Bes	-	-	-	-	-	-	3,1	-	-	-	-	-
Jacques Chirac	-	-	-	-	-	-	-	2,6	2,7	-	-	-
Bill Clinton	-	-	-	-	-	-	-	4,8	5,2	-	-	-
Simón Peres	-	-	-	-	-	-	-	5,7	-	-	-	-
Yaser Arafat	-	-	-	-	-	-	-	5,2	-	-	-	-
Helmut Kohl	-	-	-	-	-	-	-	-	5,6	-	-	-
Cándido Méndez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,9	-	-
Rodolfo Martín Villa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3	-
Javier Arenas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,1



Cuadro 4.3.4.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Felipe González	82	81	72	73	76	76	74	78	72	71	64	59
Adolfo Suárez	51	-	-	-	37	-	-	-	-	-	-	-
Alfonso Guerra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	86	-	-
Príncipe Felipe	-	-	-	-	-	-	-	32	-	-	-	-
Reina Dña. Sofía	-	-	-	-	-	-	-	33	-	-	-	-
Julio Anguita	60	60	58	59	58	56	56	61	63	61	58	63
José María Aznar	77	80	67	72	74	74	75	81	76	76	75	74
Javier Solana	-	-	63	-	-	62	-	-	51	-	-	-
Narcis Serra	-	-	74	-	87	-	-	-	-	-	-	-
Infanta Cristina	-	-	-	-	-	-	-	-	37	-	-	-
Infanta Elena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35	-
El Rey Juan Carlos	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32
Antonio Gutiérrez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	56	-	-
Miguel Roca	-	-	-	63	-	-	-	-	-	-	-	-
José M ^a Benegas	-	-	77	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Baltasar Garzón	50	53	54	-	-	54	-	-	-	-	-	-
Pedro Solbes	-	-	-	-	-	58	-	-	-	-	-	-
Jordi Pujol	-	89	-	-	-	88	-	-	-	-	-	85
Cristina Alberdi	-	-	-	-	-	-	49	-	-	-	-	-
Carmen Alborch	-	-	-	-	-	-	56	-	-	-	-	-
Luis Angel Rojo	63	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54
Mario Conde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	147	-
Jerónimo Saavedra	55	-	-	-	-	-	62	-	-	-	-	-
Pascual Sala	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-	-
Marino Barbero	61	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mariano Rubio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Juan Alberto Belloch	-	-	-	-	-	-	69	-	-	-	-	-
El Juez Moreiras	-	-	-	-	44	-	-	-	-	-	-	-
Antonio Romero	-	-	-	55	-	-	-	-	-	-	-	-
Jose M ^a Cuevas	-	-	-	-	-	-	63	-	-	-	-	-



Xabier Arzallus	-	-	85	-	-	75	-	-	-	-	-	-
Luis Atienza	-	69	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rodrigo Rato	-	-	-	-	-	-	-	-	64	-	73	70
A. Pérez Rubalcaba	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64	-	-
José Barrionuevo	-	90	-	-	-	-	-	-	-	93	87	-
José Borrell	-	69	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Joaquín Leguina	-	73	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Coronel Rodríguez Galindo	-	-	84	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Celia Villalobos	-	-	-	58	-	-	-	-	-	-	-	-
Alberto Ruiz Gallardón	-	-	-	54	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Hermoso	-	-	-	73	-	-	-	-	-	-	-	-
Pascual Maragall	-	-	-	50	-	-	-	-	-	-	-	-
García Vargas	-	-	-	-	74	-	-	-	-	-	-	-
General Alonso Manglano	-	-	-	-	110	-	-	-	-	-	-	-
Alvarez Cascos	-	-	-	-	76	-	-	-	-	-	66	73
García Damborenea	-	-	-	-	-	102	-	-	-	-	-	-
Trías de Bes	-	-	-	-	-	-	81	-	-	-	-	-
Jacques Chirac	-	-	-	-	-	-	-	103	95	-	-	-
Bill Clinton	-	-	-	-	-	-	-	53	47	-	-	-
Simón Peres	-	-	-	-	-	-	-	46	-	-	-	-
Yaser Arafat	-	-	-	-	-	-	-	55	-	-	-	-
Helmut Kohl	-	-	-	-	-	-	-	-	41	-	-	-
Cándido Méndez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64	-	-
Rodolfo Martín Villa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64	-
Javier Arenas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66



Cuadro 4.3.5.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

MARZO 95 - MARZO 96

		VALORACION		
		Alta (+5,5)	Media (4,0-5,5)	Baja (-4,0)
CONOCIMIENTO	Alto (+70%)	Reina Dña. Sofía	Felipe González	Alfonso Guerra
		El Rey Juan Carlos	J. María Aznar	Mario Conde
		Príncipe Felipe	Julio Anguita	José Barrionuevo
		Infanta Cristina	Nicolás Redondo	Narcís Serra
		Infanta Elena	Javier Solana	Jordi Pujol
		Baltasar Garzón		
		Adolfo Suárez		
		Simón Peres	Antonio Gutiérrez	García Vargas
			Javier Solana	Joaquín Leguina
			Alberto Ruiz Gallardón	José M ^a Benegas
			Pascual Maragall	Pedro Solbes
			Bill Clinton	Xabier Arzallus
			Yaser Arafat	J.A. Belloch
			Miguel Roca	José Borrell
			Rodolfo Martín Villa	General Alonso Manglano
			Alvarez Cascos	García Damborenea
			Rodrigo Rato	Jacques Chirac
		Helmut Kohl	Javier Arenas	Luis Atienza
			Cristina Alberdi	A. Pérez Rubalcaba
			Carmen Alborch	Coronel Rodríguez Galindo
			Jerónimo Saavedra	Pascual Sala
			Luis Angel Rojo	Manuel Hermoso
			Juez Moreiras	Trías de Bes
			Antonio Romero	José M ^a Cuevas
			Marino Barbero	Cándido Méndez
			Celia Villalobos	



Cuadro 4.3.6.

Conocimiento e Imagen Controvertida de Personajes Públicos

MARZO 95 - MARZO 96

		IMAGEN CONTROVERTIDA		
		Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
CONOCIMIENTO	Alto (+70%)	Alfonso Guerra Mario Conde José María Aznar Narcís Serra Felipe González Jordi Pujol José Barrionuevo	Julio Anguita Baltasar Garzón Javier Solana Bill Clinton	Reina Dña. Sofía El Rey Juan Carlos Príncipe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Adolfo Suárez
	Medio (50-70%)	Miguel Roca García Vargas José M ^a Benegas Xabier Arzallus Rodrigo Rato Juan Alberto Belloch José Borrell Joaquín Leguina General Alonso Manglano Alvarez Cascos García Damborenea Jacques Chirac Javier Arenas	Antonio Gutiérrez Alberto Ruiz Gallardón Pascual Maragall Pedro Solbes Yaser Arafat Carmen Alborch Rodolfo Martín Villa	Simón Peres
	Bajo (-50%)	Luis Atienza A. Pérez Rubalcaba Coronel Rodríguez Galindo Manuel Hermoso Triás de Bes	Jorge Semprún Antonio Romero Cristina Alberdi Jerónimo Saavedra Luis Angel Rojo	Juez Moreiras Helmut Kohl



José M^a Cuevas
Pascual Sala

Marino Barbero
Celia Villalobos
Cándido Méndez



Cuadro 4.3.7.

Valoración e Imagen Controvertida de
Personajes Públicos

MARZO 95 - MARZO 96

VALORACION	IMAGEN CONTROVERTIDA		
	Alta (+65%)	Media (50-65%)	Baja (-50%)
Alta (+5,5)		Baltasar Garzón	Reina Dña. Sofía El Rey Juan Carlos Principe Felipe Infanta Cristina Infanta Elena Adolfo Suárez Simón Peres Helmut Kohl
Media (4,0-5,5)	José María Aznar Felipe González Alvarez Cascos Javier Arenas Rodrigo Rato	Pascual Maragall Julio Anguita Alberto Ruiz Gallardón Carmen Alborch Antonio Gutiérrez Marino Barbero José María Cuevas Antonio Romero Javier Solana Yaser Arafat Celia Villalobos Bill Clinton Jerónimo Saavedra Miguel Roca Rodolfo Martín Villa Luis Angel Rojo	Juez Moreiras Cristina Alberdi



Baja
(-4,0)

Juan Alberto Belloch
Pascual Sala
José Luis Corcuera
Alfonso Guerra
Mario Conde
José Barrionuevo
Narcís Serra
Xabier Arzallus
Luis Atienza
Jordi Pujol
A. Pérez Rubalcaba
José Borrell
Joaquín Leguina
Coronel Rodríguez Galindo
Manuel Hermoso
García Vargas
General Alonso Manglano
García Damborenea
Trias de Bes
Jacques Chirac

Pedro Solbes
José M^a Cuevas
Cándido Méndez



Cuadro 4.3.8.

**Valoración (X) de Personajes Públicos,
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1996	TOTAL	Luis Angel Rey Rojo	D. Juan Carlos González	Felipe González	Julio Anguita	Fco. Alvarez Cascos	Javier Arenas	Rodrigo Rato	Jordi Pujol	José M ^a Aznar
TOTAL	(1212)	4,8	8,0	5,4	4,4	3,9	4,1	4,2	3,6	4,2
Edad:										
18 a 29 años	(316)	4,6	7,5	4,9	4,8	4,1	4,1	4,1	3,6	4,1
30 a 49 años	(412)	4,6	7,8	5,3	4,6	3,8	4,2	4,2	3,5	4,1
50 a 64 años	(261)	5,0	8,6	5,6	3,8	3,7	4,1	4,2	3,7	4,5
65 y más años	(222)	5,1	8,5	6,0	3,9	3,8	3,9	4,4	3,7	4,4
Posición Social:										
Baja	(367)	4,6	8,4	6,0	4,1	3,8	3,9	4,1	3,3	4,1
Media	(680)	4,8	8,0	5,2	4,4	3,9	4,1	4,2	3,7	4,3
Alta	(165)	4,7	7,1	4,6	4,7	3,7	4,2	4,3	3,8	4,2
Ideología:										
Izquierda	(542)	4,6	7,8	6,6	4,7	2,6	2,9	2,9	3,7	2,6
Centro	(237)	5,3	8,2	5,0	4,4	4,3	4,8	4,8	3,9	5,0
Derecha	(220)	4,9	8,4	3,2	3,6	6,2	5,7	6,5	2,9	7,1
Status Socioeconómico:										
Alto, Medio alto	(286)	5,1	7,5	4,7	4,7	4,4	4,5	4,6	3,6	4,8
Medio	(609)	4,5	8,0	5,5	4,3	3,6	4,0	4,0	3,6	3,9
Medio Bajo	(289)	4,9	8,4	5,9	4,2	3,5	3,8	3,9	3,5	4,1
Bajo	(28)	4,5	9,2	5,5	4,7	6,6	3,7	5,2	2,2	4,6
Clientes de:										
Bancos	(337)	5,2	8,1	5,2	4,3	4,4	4,5	4,6	3,4	4,6
Cajas	(827)	4,6	8,0	5,4	4,4	3,7	3,9	4,0	3,7	4,1



Cuadro 4.3.9.

Ranking de Notoriedad de Personajes Públicos

MARZO 95 - MARZO 96	% que Opinan
1. El Rey Juan Carlos	95
2. Felipe González	93
3. Reina Dña. Sofía	93
4. Príncipe Felipe	93
5. Adolfo Suárez	90
6. Infanta Elena	90
7. José M ^a Aznar	90
8. Julio Anguita	89
9. Mario Conde	87
10. Infanta Cristina	86
11. Alfonso Guerra	86
12. Jordi Pujol	85
13. Baltasar Garzón	80
14. Narcís Serra	78
15. José Barrionuevo	77
16. Javier Solana	71
17. Bill Clinton	70
18. Miguel Roca	67
19. José M ^a Benegas	64
20. Pascual Maragall	63
21. Xabier Arzallus	62
22. Jacques Chirac	62
23. Juan A. Belloch	61
24. Antonio Gutiérrez	61
25. Rodrigo Rato	58
26. José Borrell	58
27. Rodolfo Martín Villa	58
28. Yaser Arafat	58
29. García Damborenea	58
30. Joaquín Leguina	57
31. García Vargas	56
32. Alvarez Cascos	55
33. General Alonso Manglano	54
34. Carmen Alborch	53



35. Alberto Ruiz Gallardón	53
36. Javier Arenas	50
37. Simón Peres	50
38. Cristina Alberdi	49
39. Marino Barbero	49
40. Pedro Solbes	47
41. Alfredo Pérez Rubalcaba	47
42. Cándido Méndez	46
43. Helmut Kohl	45
44. Jose M ^a Cuevas	44
45. Juez Moreiras	38
46. Antonio Romero	35
47. Celia Villalobos	35
48. Pascual Sala	35
49. Coronel Rodríguez Galindo	34
50. Luis Atienza	31
51. Luis Angel Rojo	28
52. Jerónimo Saavedra	25
53. Trias de Bes	21
54. Manuel Hermoso	14



Cuadro 4.3.10.

Ranking de Valoración de Personajes Públicos

MARZO 95 - MARZO 96	Valoración Media (\bar{x})
1. El Rey Juan Carlos	7,8
2. Reina Dña. Sofía	7,8
3. Príncipe Felipe	7,8
4. Infanta Elena	7,2
5. Infanta Cristina	7,0
6. Adolfo Suárez	5,9
7. Simón Peres	5,7
8. Helmut Kohl	5,6
9. Baltasar Garzón	5,6
10. Pascual Maragall	5,5
11. Juez Moreiras	5,5
12. Alberto Ruiz Gallardón	5,4
13. Yaser Arafat	5,2
14. Marino Barbero	5,2
15. Celia Villalobos	5,1
16. Cristina Alberdi	5,1
17. Bill Clinton	5,0
18. Antonio Romero	4,6
19. Antonio Gutiérrez	4,6
20. Julio Anguita	4,4
21. Miguel Roca	4,4
22. Carmen Alborch	4,4
23. Felipe González	4,4
24. Luis Angel Rojo	4,3
25. Rodolfo Martín Villa	4,3
26. Jerónimo Saavedra	4,2
27. Javier Solana	4,2
28. Javier Arenas	4,1
29. Alvarez Cascos	4,1
30. José M ^a Aznar	4,0
31. Pedro Solbes	4,0
32. Rodrigo Rato	4,0



33. Pascual Sala	3,9
34. Cándido Mendez	3,9
35. A. Pérez Rubalcaba	3,8
36. José M ^a Cuevas	3,8
37. Juan Alberto Belloch	3,8
38. José Borrell	3,7
39. Coronel Rodríguez Galindo	3,7
40. Luis Atienza	3,6
41. Manuel Hermoso	3,6
42. Joaquín Leguina	3,5
43. Alfonso Guerra	3,4
44. Jordi Pujol	3,4
45. Narcís Serra	3,3
46. José M ^a Benegas	3,3
47. García Vargas	3,3
48. Xabier Arzallus	3,2
49. Trias de Bes	3,1
50. José Barrionuevo	3,0
51. Jacques Chirac	2,6
52. García Damborenea	2,6
53. General Alonso Manglano	2,1
54. Mario Conde	1,5



Cuadro 4.3.11.

Ranking de Dispersión Opinática de Personajes Públicos

MARZO 95 - MARZO 96	Dispersión Opinática (s/x)100
1. Príncipe Felipe	32
2. Reina D ^a Sofía	33
3. El Rey Juan Carlos	34
4. Infanta Elena	35
5. Infanta Cristina	37
6. Helmut Kohl	41
7. Adolfo Suárez	44
8. Juez Moreiras	44
9. Simón Peres	46
10. Cristina Alberdi	49
11. Pascual Maragall	50
12. Bill Clinton	50
13. Baltasar Garzón	53
14. Alberto Ruiz Gallardón	54
15. Marino Barbero	54
16. Yaser Arafat	55
17. Antonio Romero	55
18. Carmen Alborch	56
19. Antonio Gutiérrez	56
20. Luis Angel Rojo	58
21. Pedro Solbes	58
22. Jerónimo Saavedra	58
23. Celia Villalobos	58
24. Julio Anguita	59
25. Javier Solana	59
26. Miguel Roca	63
27. José M ^a Cuevas	63
28. Rodolfo Martín Villa	64
29. A. Pérez Rubalcaba	64
30. Cándido Méndez	64
31. Javier Arenas	66
32. Pascual Sala	66



33. Rodrigo Rato	69
34. Luis Atienza	69
35. José Borrell	69
36. Juan Alberto Belloch	69
37. Alvarez Cascos	72
38. Manuel Hermoso	73
39. Joaquín Leguina	73
40. Felipe González	73
41. García Vargas	74
42. José M ^a Aznar	75
43. José M ^a Benegas	77
44. Xabier Arzallus	80
45. Narcís Serra	80
46. Trías de Bes	81
47. Coronel Rodríguez Galindo	84
48. Alfonso Guerra	86
49. Jordi Pujol	87
50. José Barrionuevo	90
51. Jacques Chirac	99
52. García Damborenea	102
53. General Alonso Manglano	110
54. Mario Conde	147

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

Los datos que se analizan a continuación se refieren a unas próximas pero no convocadas elecciones legislativas nacionales, que probablemente no se celebren hasta dentro de un año.

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 sobre 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 "votable", sin ningún otro compromiso por parte del entrevistado.

Los datos parecen demostrar el alto potencial electoral del PSOE y del PP, que alcanzan el 42 y el 33 por ciento, respectivamente, proporción superior a la del último sondeo sobre todo en el caso del PSOE. IU se sitúa en el 18%, proporción ligeramente inferior a la registrada en el pasado sondeo. Los nacionalistas de centro y derecha fluctúan generalmente alrededor del 10%, mientras los de izquierda tienen un electorado potencial del 4% este mes, lo que también está dentro de sus márgenes habituales. Y los "otros" partidos se mantienen como siempre entre el 4 y el 7%. En resumen, se puede concluir que este sondeo se caracteriza por una relativa mejoría de los electorados potenciales de todos los partidos.

La otra cara de la moneda del "mercado electoral potencial" es el "mercado inasequible", es decir, aquellas personas que afirman que nunca votarán a un determinado partido. Este "mercado inasequible" sería pues aquella parte del electorado que un partido difícilmente podría aspirar a atraer en ninguna circunstancia. Al igual que el "mercado electoral potencial", los "mercados inasequibles" de diferentes partidos pueden solaparse, pues ciertos electores pueden ser inasequibles para más de un partido. Los resultados de este mes demuestran que el PP, y los partidos nacionalistas de izquierda como es habitual, son los partidos con un electorado inasequible más importante, con un 33% y 29%, respectivamente. El mercado inasequible se ha mantenido casi en el mismo nivel respecto a los demás partidos durante los últimos meses, aunque ha aumentado en el último año el electorado inasequible de los partidos nacionalistas de izquierda.

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 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. Cuestión que se pregunta habitualmente en los sondeos ASEP aunque se acabe de celebrar las elecciones hace tan sólo un par de semanas. En el Cuadro 4.4.2. se ofrece la intención de voto si las elecciones fuesen mañana, así como los resultados reales de las últimas elecciones generales del 3 de marzo de 1996. 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 1996.

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 (13,6%) incluye previsiblemente a estos "ocultadores", aunque la proximidad de las elecciones provocan un menor nivel de ocultación como ya se ha puesto de manifiesto en anteriores elecciones.

Sólo la intención de voto al PP es este mes inferior a los resultados reales de las últimas elecciones. Se observa este mes cierta disminución en el nivel de la abstención por comparación con los datos del mes pasado, probablemente como consecuencia de la cercanía de las próximas elecciones generales, y de IU, así como un incremento en la intención de voto al PSOE y al PP.

Pues bien, si estas intenciones de voto fuesen ciertas, implicarían ganancias electorales de casi todos los partidos, excepto el PP, respecto a las recientes elecciones del 3 de marzo. La proporción de quienes no manifiestan sus intenciones alcanza a un 14% de los entrevistados, que es muy inferior a la registrada en el último sondeo. No obstante, no debe olvidarse la proximidad de la celebración de las elecciones generales. Y la abstención declarada es muy baja (5,5% frente al 21,9% real de las elecciones del pasado 3 de marzo de 1996), pero ello no implica necesariamente menor abstención, como la estimación pone de manifiesto. No obstante, si se considera que los NS/NC probablemente se abstendrán, la cifra resultante (19,1%) sería tan sólo de tres puntos porcentuales inferior a la obtenida en las últimas elecciones generales.

Ahora bien, el cambio observado este mes en las intenciones de voto (mejoría en la mayoría de los partidos y descenso de la abstención), muy posiblemente se deba a una mayor concienciación por las cuestiones políticas provocadas por las recientes elecciones generales el pasado 3 de marzo.

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

En cualquier caso, los datos de intención directa de voto parecen reflejar la imagen social de los partidos después de las últimas elecciones: buena imagen para los partidos nacionalistas de izquierda (que registran un 28% de incremento), peor imagen para el PP que pierde un 10%, por comparación con sus resultados de las elecciones generales.

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 3 de marzo, el recuerdo de voto y la intención de voto, que se facilita en el Cuadro 4.4.3.. El análisis de estos tres indicadores conduce a situaciones muy distintas en los diferentes partidos. Todos los partidos excepto el PSOE muestran un recuerdo de voto que sub-estima sus resultados reales, e IU y los partidos nacionalistas de izquierda que tienen un recuerdo muy similar a sus resultados reales.

Como ya se ha señalado, la intención es ligeramente inferior al recuerdo de voto respecto al PSOE (lo que hace pensar en una pérdida de electores). Todos los demás partidos tienen una intención de voto superior al recuerdo, por lo que sus posibles pérdidas son menores de lo que parece. IU y los partidos nacionalistas tienen este mes una intención de voto superior al recuerdo y a los resultados reales de junio, hecho que puede sugerir un crecimiento de dichos partidos.

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 de derecha, y entre los de centro y los de alto status socioeconómico y posición social.
- b. El voto al PSOE es sobre todo importante entre los mayores de 50 años, los de izquierda y los de status socioeconómico y posición social baja.
- c. En cuanto al voto a IU , es considerablemente mayor su intención de voto entre los menores de 50 años, los de izquierda y los de posición social y status alto.
- d. Los votantes a partidos nacionalistas de centro y derecha , a su vez, están relativamente más representados entre los mayores de 65 años y entre los de centro.
- e. El voto a partidos nacionalistas de izquierda es muy pequeño en todos los segmentos, pero algo mayor entre los autopositionados en la izquierda, los menores de 50 años y entre los de posición social y los de status socioeconómico alto.
- f. Los votantes, por último, a "otros" partidos , están relativamente más representados entre los que tienen menos de 30 años, los de posición social y status alto y los de centro.
- 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 junio de 1993) 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 (PP) o "sobre-valoración" de dicho voto (IU), 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 82% del electorado se comportaría en unas futuras elecciones del mismo modo que lo hiciera el pasado 3 de marzo, lo que significa una alta proporción de voto estable. Los saldos demuestran que de nuevo este mes el PSOE tiene un saldo muy negativo mientras que los demás partidos tienen saldos positivos, sobre todo el PP y los partidos nacionalistas de centro y derecha.

Para aclarar más la interpretación de los Cuadros 4.4.5. y 4.4.6. conviene recordar que:

- a) el saldo neto es la diferencia, (en puntos porcentuales sobre 100 electores) entre la intención de voto manifestada si las elecciones fuesen mañana y el recuerdo de voto en las elecciones del 3 de marzo;

- 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 el 3 de marzo 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 PSOE y el del PP 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. No obstante, el electorado estable de todos los partidos aumenta respecto al pasado mes (principalmente en el caso del PP) y los que no votarán han reducido levemente su electorado estable por comparación con el último sondeo.

El electorado no-estable, es decir, el que dice que tiene intención de comportarse de una manera diferente a como lo hizo las últimas elecciones generales, representaba habitualmente entre el 35 y el 40% 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 se reduce notablemente al 18%.

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

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 utilizadas siempre existe un factor de arbitrariedad y, en definitiva, de decisión (elección entre diferentes supuestos). El método que se ha utilizado para elaborar esta estimación parte de las "intenciones" de voto expresamente declaradas, y las corrige teniendo en cuenta el "recuerdo de voto" en pasadas elecciones, el autoposicionamiento ideológico, y otras variables que, según la experiencia acumulada, suelen estar muy relacionadas con los comportamientos electorales reales.

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

- a) Intenciones directas de voto superiores al recuerdo de voto para todos los partidos excepto al PSOE, que resulta ligeramente inferior.

- b) Recuerdo de voto sub-estimado (por comparación con los resultados reales del pasado 3 de marzo) para todos los partidos excepto IU y los partidos nacionalistas de izquierda que están y ligeramente sobre-estimados, y sobre todo el PSOE.
- c) Intención de voto superior a los resultados reales para todos los partidos excepto para el PP.

Los datos que se ofrecen a continuación incluyen los resultados reales de las elecciones del pasado 3 de marzo, el recuerdo de voto, las "intenciones" de voto declaradas, y la estimación elaborada.



**Estimación de Resultados de las Próximas Elecciones Generales
MARZO 1996**

	Resultados Reales en marzo 1996	Recuerdo de Voto	Intenciones Directas de Voto	Estimación de Voto
PP	30,2%	25,7%	27,1%	31,1%
PSOE	29,1	32,8	32,1	29,0
IU	8,2	8,8	9,3	8,3
Nac.Centro y Dcha.	6,3	5,4	6,8	6,9
Nac.Izqda.	1,8	2,0	2,3	1,6
Otros	2,5	2,8	3,3	2,6
Abstención	21,9	10,4	5,5	20,5
NS/NC	-	12,1	13,6	-

Total Electores	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Nota: Los partidos "nacionalistas" de centro y derecha incluyen a los partidos siguientes:
CIU, PNV, CG, PAR, UPN, PA, AIC, UV, EA, PRC, CCI, AM, PNC Y CC.

Así, si esta estimación fuese correcta, los datos proporcionarían unos resultados muy similares a los registrados el pasado 3 de marzo, ya que, el PP parece superar al PSOE en dos puntos porcentuales. Los cambios más resaltables respecto a las pasadas elecciones generales serían:

- Pequeño aumento del voto al PP y, en menor medida, a los partidos nacionalistas de centro y derecha.
- Cierta aumento del voto a IU y a los "otros" partidos.
- Cierta disminución del voto al PSOE y a los partidos nacionalistas de izquierda.
- Disminución de la abstención.



Cuadro 4.4.1.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Podría Votar:												
PP	30%	30%	32%	33%	35%	30%	27%	29%	31%	31%	29%	33%
CDS	6	6	5	3	4	3	4	4	5	3	4	-
PSOE	28	29	23	29	31	27	26	31	31	33	34	42
IU	26	22	21	22	21	20	20	22	19	20	19	18
Nacionalistas Derecha	9	10	8	12	10	12	10	10	8	8	10	13
Nacionalistas Izquierda	3	3	3	5	3	4	4	4	3	4	3	4
Otros	6	5	6	6	4	7	5	7	5	5	4	5
No Votará	8	10	7	6	6	10	10	8	8	6	5	4
NS	11	12	12	9	8	13	12	12	11	14	14	5
NC	4	5	6	6	6	6	8	6	8	4	7	6
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
No Podría Votar ni Rechazaría:												
PP	39%	40%	41%	32%	34%	41%	43%	38%	39%	37%	38%	34%
CDS	90	90	91	92	92	95	93	92	92	94	92	-
PSOE	46	46	48	48	44	50	54	48	49	47	46	42
IU	63	68	69	66	66	68	68	66	69	68	66	67
Nacionalistas Derecha	83	83	84	81	83	80	84	82	86	87	82	80
Nacionalistas Izquierda	71	72	64	73	71	68	71	69	70	75	74	67
Otros	92	93	92	93	95	91	93	91	93	93	94	93
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
Nunca Votaría:												
PP	31%	30%	27%	35%	31%	29%	30%	33%	30%	32%	33%	33%
CDS	4	4	4	5	4	2	3	4	3	3	4	-
PSOE	26	25	19	23	25	23	20	21	20	20	20	16
IU	11	10	10	12	13	12	12	12	12	12	15	15
Nacionalistas Derecha	8	7	8	7	7	8	6	8	6	5	8	7
Nacionalistas Izquierda	26	25	33	22	26	28	25	27	27	21	23	29



Otros	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2
No Votará	4	6	5	4	4	4	6	5	5	5	4	3
NS	12	14	16	13	13	14	14	14	12	16	16	12
NC	6	6	5	6	5	7	8	5	8	5	6	6
Total	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)

(*) 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											Resultados Reales de		
	VI-1993	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96	III-96
PP	26,7%	23,8%	22,8%	23,7%	26,1%	29,5%	24,2%	22,0%	23,4%	25,2%	25,1%	22,4%	30,2%	27,1%
CDS	1,4	1,2	1,0	0,8	0,2	1,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	-	-
PSOE	29,7	20,9	22,3	23,7	21,7	23,0	19,8	19,1	22,3	22,5	24,6	26,0	29,1	32,1
IU	7,4	14,4	12,2	10,6	11,5	12,3	9,3	11,8	10,6	11,4	10,0	10,0	8,2	9,3
Nacionalistas Drcha.	6,8	4,6	6,0	3,8	8,3	6,4	6,1	6,4	4,5	4,4	5,0	5,0	6,3	6,8
Nacionalistas Izqda.	1,7	1,3	1,2	1,7	2,5	1,8	1,5	2,2	1,6	1,2	1,4	1,5	1,8	2,3
Otros	3,6	4,8	3,8	3,9	3,2	4,0	4,2	2,8	4,5	3,5	4,0	3,1	2,5	3,3
No (Votó) Votará	22,7	9,4	10,7	8,4	6,6	6,4	11,4	11,3	9,9	9,3	7,7	6,3	21,9	5,5
NS/NC	-	19,6	20,0	23,4	19,9	15,4	23,3	24,1	22,9	22,1	21,9	25,3	-	13,6
Total Electores (30.520.730)	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(32.531.074)	(1.212)

Diferencia entre la Intención de Voto y los Resultados Reales de 1993/1996

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Diferencia en Puntos Porcentuales:												
PP	- 2,9	- 3,9	- 3,0	- 0,6	+ 2,8	- 2,5	- 4,7	- 3,3	- 1,5	-1,6	- 4,3	- 3,1
CDS	- 0,2	- 0,4	- 0,6	- 1,2	- 0,2	- 1,2	- 1,1	- 1,1	- 1,0	-1,1	- 1,0	-
PSOE	- 8,8	- 7,4	- 6,0	- 8,0	- 6,7	- 9,9	-10,6	- 7,4	- 7,2	-5,1	- 3,7	+ 3,0
IU	+ 7,0	+ 4,8	+ 3,2	+ 4,1	+ 4,9	+ 1,9	+ 4,4	+ 3,2	+ 4,0	+2,6	+ 2,6	+ 1,1
Nacionalist.Derecha	- 2,2	- 0,8	- 3,0	+ 1,5	- 0,4	- 0,7	- 0,4	- 2,3	- 2,4	-1,8	- 1,8	+ 0,5
Nacionalis.Izq.	- 0,4	- 0,5	0,0	+ 0,8	+ 0,1	- 0,2	+ 0,5	- 0,1	- 0,5	-0,3	- 0,2	+ 0,5
Otros	+ 1,2	+ 0,2	+ 0,3	- 0,4	+ 0,4	+ 0,6	- 0,8	+ 0,9	- 0,1	+0,4	- 0,5	+ 0,8
No Votará	-13,3	-12,0	-14,3	-16,1	-16,3	-11,3	-11,4	-12,8	-13,4	-15,0	-16,4	-16,4
NS/NC	+19,6	+20,0	+23,4	+19,9	+15,4	+23,3	+24,1	+22,9	+22,1	+21,9	+25,3	+13,6
Indice Discrepancia	27,8	25,0	26,9	26,3	23,6	25,8	29,0	27,0	26,1	24,9	27,9	19,5



Diferencia en porcentaje respecto a 1993/1996:												
PP	-11	-15	-11	- 2	+10	- 9	-18	-12	- 6	- 6	-16	-10
CDS	-14	-28	-43	- 8	-14	-86	-78	-78	-71	-78	-71	-
PSOE	-30	-25	-20	-27	-22	-33	-36	-25	-24	-17	-12	+10
IU	+95	+26	+43	+55	+66	+26	+59	+43	+54	+35	+35	+13
Nacionalis.Derecha	-32	-12	-44	+22	- 6	-10	- 6	-34	-35	-26	-26	+ 8
Nacionalis.Izq.	-23	-29	0	+47	+ 6	-12	+29	- 6	-29	-18	-12	+28
Otros	+33	+ 6	+ 8	-11	+11	+17	-22	+25	- 3	+11	-14	+32
No Votará	-58	-53	-63	-71	-72	-50	-50	-56	-59	-66	-72	-75



Cuadro 4.4.3.

Diferencias entre Intención de Voto y Recuerdo de Voto

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Diferencia en Puntos												
Porcentuales:												
PP	+ 4,2	+ 4,7	+ 6,4	+ 5,1	+ 7,7	+ 5,4	+ 3,0	+ 3,9	+ 4,3	+ 5,4	+ 3,9	+ 1,4
CDS	0,0	- 0,6	- 0,5	- 0,5	+ 0,4	- 0,4	- 0,2	- 0,6	- 0,4	- 0,4	- 0,3	-
PSOE	-10,4	- 7,3	- 8,7	- 7,4	- 7,7	- 9,1	- 7,4	- 6,4	- 5,2	- 5,7	- 8,8	- 0,7
IU	+ 4,6	+ 4,2	+ 3,4	+ 4,1	+ 4,4	+ 1,7	+ 3,4	+ 1,2	+ 2,1	+ 0,5	+ 2,3	+ 0,5
Nacionalis.Derecha	- 0,1	+ 1,2	+ 0,4	+ 1,7	+ 1,9	+ 1,6	+ 1,1	+ 0,5	+ 0,3	+ 0,7	+ 0,8	+ 1,4
Nacionalis.Izq.	- 0,2	+ 0,1	+ 0,6	+ 0,5	- 0,3	+ 0,7	+ 0,7	+ 0,4	+ 0,5	- 0,2	+ 0,2	+ 0,3
Otros	+ 3,8	+ 1,8	+ 1,3	+ 1,6	+ 2,8	+ 1,3	+ 1,1	+ 2,2	+ 1,6	+ 1,6	+ 1,9	+ 0,5
No Votará	- 8,8	- 9,3	-10,1	-10,3	-10,0	- 7,5	- 8,2	- 9,3	- 8,3	- 9,6	-11,4	- 4,9
NS/NC	+ 6,9	+ 5,2	- 7,2	+ 5,2	+ 0,8	+ 6,3	+ 6,5	+ 8,1	+ 5,1	+ 7,7	+11,4	+ 1,5
Indice Discrepancia	19,5	17,2	19,3	18,2	18,0	17,0	15,8	16,3	13,9	15,9	20,5	5,6
Diferencia en porcen- taje respecto a Recuerdo de Voto:												
PP	+ 21	+26	+37	+24	+35	+29	+16	+20	+20	+27	+21	+ 5
CDS	0	-38	-38	-71	+50	-67	-40	-67	-50	-57	-43	-
PSOE	- 33	-25	-27	-25	-25	-31	-28	-22	-19	-19	-25	- 2
IU	+ 47	+52	+47	+55	+56	+22	+40	+13	+23	+ 5	+30	+ 6
Nacionalis.Derecha	- 2	+25	+12	+26	+42	+36	+21	+12	+ 7	+16	+19	+ 3
Nacionalis.Izq.	- 13	+ 9	+54	+25	-14	+88	+47	+33	+71	-12	+15	+15
Otros	+380	+90	+50	+100	+233	+45	+65	+96	+84	+67	+158	+18
No Votará	- 48	-46	-55	-61	-61	-40	-42	-48	-47	-55	-64	-47
NS/NC	+ 54	+36	+44	+35	+ 6	+37	+37	+55	+30	+54	+82	+12



Cuadro 4.4.4.

Intención de Voto, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	PP	PSOE	IU	Nacion. Dcha	Nacion. Izda	Otros En blanco	NV	NS	NC
TOTAL	(1212)	27%	32	9	7	2	3	5	6	8
Edad:										
18 a 29 años	(316)	28%	27	14	6	3	5	8	4	5
30 a 49 años	(412)	26%	31	12	6	3	4	6	6	7
50 a 64 años	(261)	29%	36	5	7	1	1	3	6	11
65 y más años	(222)	26%	38	2	9	1	2	5	6	11
Posición Social:										
Baja	(367)	25%	39	6	4	1	3	7	7	8
Media	(680)	27%	30	11	8	2	3	5	6	8
Alta	(165)	31%	27	12	8	4	4	4	2	8
Ideología:										
Izquierda	(542)	4%	53	19	5	5	3	3	4	4
Centro	(237)	38%	22	3	13	*	4	3	5	12
Derecha	(220)	79%	6	*	8	*	1	1	1	3
Status Socioeconómico:										
Alto, Medio alto	(286)	36%	22	14	9	4	3	2	3	7
Medio	(609)	25%	34	10	6	2	4	6	6	8
Medio Bajo	(289)	24%	38	5	7	1	2	7	7	9
Bajo	(28)	21%	39	-	-	-	4	14	4	18
Clientes de:										
Bancos	(337)	34%	29	10	7	3	2	5	5	6
Cajas	(827)	26%	34	9	7	2	3	6	5	8



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-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
PP	+ 4,2	+ 4,7	+ 6,4	+ 5,1	+ 7,7	+ 5,4	+ 3,0	+ 3,9	+ 4,3	+ 5,4	+ 3,9	+ 1,4
CDS	0,0	- 0,6	- 0,5	- 0,5	+ 0,4	- 0,4	- 0,2	- 0,6	- 0,4	- 0,4	- 0,3	-
PSOE	-10,4	- 7,3	- 8,7	- 7,4	- 7,7	- 9,1	- 7,4	- 6,4	- 5,2	- 5,7	- 8,8	- 0,7
IU	+ 4,6	+ 4,2	+ 3,4	+ 4,1	+ 4,4	+ 1,7	+ 3,4	+ 1,2	+ 2,1	+ 0,5	+ 2,3	+ 0,5
Nacionalistas Derecha	- 0,1	+ 1,2	+ 0,4	+ 1,7	+ 1,9	+ 1,6	+ 1,1	+ 0,5	+ 0,3	+ 0,7	+ 0,8	+ 1,4
Nacionalistas Izquierda	- 0,2	+ 0,1	+ 0,6	+ 0,5	- 0,3	+ 0,7	+ 0,7	+ 0,4	+ 0,5	- 0,2	+ 0,2	+ 0,3
Otros, blanco	+ 3,8	+ 1,8	+ 1,3	+ 1,6	+ 2,8	+ 1,3	+ 1,1	+ 2,2	+ 1,6	+ 1,6	+ 1,9	+ 0,5
No Votará	- 8,8	- 9,3	-10,1	-10,3	-10,0	- 7,5	- 8,2	- 9,3	- 8,3	- 9,6	-11,4	- 4,9
NS/NC	+ 6,9	+ 5,2	+ 7,2	+ 5,2	+ 0,8	+ 6,3	+ 6,5	+ 8,1	+ 5,1	+ 7,7	+11,4	+ 1,5
Indice de Discrepancia	19,5	17,2	19,3	18,2	18,0	17,0	15,8	16,3	13,9	15,9	20,5	5,6
Voto Estable	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
PP	16,6	15,2	14,8	18,5	19,4	17,1	15,5	16,8	18,2	17,6	15,3	23,8
CDS	0,5	0,2	0,3	-	0,2	0,1	*	0,1	0,2	-	0,2	-
PSOE	17,9	18,5	19,2	18,4	19,3	17,2	16,6	19,1	17,5	20,3	22,1	29,0
IU	7,3	6,4	5,7	6,0	6,3	5,2	7,0	6,9	6,9	6,3	6,3	7,5
Nacionalistas Derecha	2,6	3,0	2,0	4,8	2,9	3,1	3,9	1,9	2,3	2,8	3,0	5,2
Nacionalistas Izquierda	0,6	0,6	0,7	1,2	1,1	0,6	1,4	0,8	0,5	0,9	0,8	1,8
Otros, blanco	0,5	1,2	1,1	0,6	0,5	0,7	0,6	1,5	0,2	1,0	0,5	1,4
No Votará	5,5	6,4	5,8	4,6	3,7	6,9	7,3	6,6	5,3	5,5	4,6	4,2
NS/NC	7,2	8,8	10,2	9,8	6,6	11,0	11,3	9,6	9,7	9,4	10,5	8,8
Total	58,7	60,3	59,8	63,9	60,0	61,9	63,6	63,3	60,8	63,8	63,3	81,7



Cuadro 4.4.6.

**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-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
PP	7,2	7,6	8,9	7,6	10,1	7,1	6,5	6,6	7,0	7,5	7,1	3,3
CDS	0,7	0,8	0,5	0,2	1,0	0,1	0,3	0,2	0,2	0,3	0,2	-
PSOE	3,0	3,8	4,5	3,3	3,7	2,6	2,5	3,2	5,0	4,3	3,9	3,1
IU	7,1	5,8	4,9	5,5	6,0	4,1	4,8	3,7	4,5	3,7	3,7	1,8
Nacionalistas Derecha	2,0	3,0	1,8	3,5	3,5	3,0	2,5	2,6	2,1	2,2	2,0	1,6
Nacionalistas Izquierda	0,7	0,6	1,0	1,3	0,7	0,9	0,8	0,8	0,7	0,5	0,7	0,5
Otros, blanco	4,3	2,6	2,8	2,6	3,5	3,5	2,2	3,0	3,3	3,0	2,6	1,9
No Votará	3,9	4,3	2,6	2,0	2,7	4,5	4,0	3,3	4,0	2,2	1,7	1,3
NS/NC	12,4	11,2	13,2	10,1	8,8	12,3	12,8	13,3	12,4	12,5	14,8	4,8
Total	41,3	39,7	40,2	36,1	40,0	38,1	36,4	36,7	39,2	36,2	36,7	18,3
Pérdidas hacia Otros Partidos:	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
PP	3,0	2,9	2,5	2,5	2,4	1,7	3,5	2,7	2,7	2,1	3,2	1,9
CDS	0,7	1,4	1,0	0,7	0,6	0,5	0,5	0,8	0,6	0,7	0,5	-
PSOE	13,4	11,1	13,2	10,7	11,4	11,7	9,9	9,6	10,2	10,0	12,7	3,8
IU	2,5	1,6	1,5	1,4	1,6	2,4	1,4	2,5	2,4	3,2	1,4	1,3
Nacionalistas Derecha	2,1	1,8	1,4	1,8	1,6	1,4	1,4	2,1	1,8	1,5	1,2	0,2
Nacionalistas Izquierda	0,9	0,5	0,4	0,8	1,0	0,2	0,1	0,4	0,2	0,7	0,5	0,2
Otros, blanco	0,5	0,8	1,5	1,0	0,7	2,2	1,1	0,8	1,7	1,4	0,7	1,4
No Votará	12,7	13,6	12,7	12,3	12,7	12,0	12,2	12,6	12,3	11,8	13,1	6,2
NS/NC	5,5	6,0	6,0	4,9	8,0	6,0	6,3	5,2	7,3	4,8	3,4	3,3
Total	41,3	39,7	40,2	36,1	40,0	38,1	36,4	36,7	39,2	36,2	36,7	18,3



Cuadro 4.4.7.

Estimación de la Intención de Voto Según el Modelo Predictivo ASEP

	Resultados											Resultados		
	Reales en 1993	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96	III-96
PP	26,7%	28,2%	27,0%	29,0%	27,1%	31,0%	30,4%	28,1%	29,7%	29,8%	30,5%	29,1%	30,2	31,1%
CDS	1,4	1,4	0,9	0,9	0,2	1,2	0,3	0,3	0,3	0,6	0,2	0,2	-	-
PSOE	29,7	18,7	20,0	19,4	21,1	20,0	19,7	21,5	22,9	23,6	24,1	23,9	29,1	29,0
IU	7,4	11,5	10,5	9,1	10,6	10,7	9,3	11,2	9,1	9,5	9,3	9,9	8,2	8,3
Nacional.Drcha.	6,8	5,4	6,4	5,7	7,4	7,2	7,7	7,0	6,6	6,4	6,8	6,5	6,3	6,9
Nac. Izda.	1,7	1,4	1,6	1,8	2,1	1,3	2,1	2,5	2,0	1,6	1,6	2,1	1,8	1,6
Otros	3,6	3,9	3,0	2,3	3,0	3,8	4,1	2,9	4,3	4,0	3,6	4,2	2,5	2,6
Abstención	12,7	29,5	30,6	31,8	26,5	24,8	26,4	26,5	25,1	24,5	23,9	24,1	21,9	20,5
Total Electores (30.520.730)		(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(32.531.074)	(1.212)

5. Utilización de Medios de Comunicación

5.1. ANTECEDENTES

Durante los últimos años, los medios de comunicación han adquirido una relevancia muy especial, contribuyendo a orientar en una u otra dirección la opinión que los españoles manifiestan sobre los acontecimientos políticos, económicos y de interés social que afectan a la población en general.

El debate creciente entre los partidos políticos sobre la función, el control de gestión y el nivel de independencia que caracteriza a los actuales canales de televisión y editores de prensa no es sino un claro exponente de la necesidad de analizar el uso que los españoles hacen de los medios de comunicación más importantes, con vistas a comprender la opinión pública con más exactitud.

Este capítulo recoge la evolución en el "consumo" de prensa diaria, revistas, televisión y radio, para lo cual 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 la lectura de diarios, revistas de información general 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 menores de 49 años.
- Con alta posición social y status socioeconómico familiar (únicos segmentos cuyo IEI supera el nivel 100).
- Los residentes en áreas metropolitanas.
- Los posicionados ideológicamente a la derecha.

En marzo de 1996, el índice de exposición a la información ha sido de 72, siendo por lo tanto claramente más bajo desde noviembre de 1995.

Este descenso no debe sorprender, desde el momento en que la actualidad informativa ha perdido mucha notoriedad, no sólo porque ya concluyeron las elecciones generales del pasado 3 de marzo, sino porque este mes no se han producido acontecimientos que conlleven un protagonismo especial.

Por características socioeconómicas, la disminución de la "temperatura informativa" no afecta en modo alguno la evolución del IEI, cuyas cifras más elevadas se registran siempre entre los de mayor posición social y más alto status socioeconómico, que son los únicos segmentos de la población que habitualmente superan el índice de equilibrio (100), tal como sucede este mes, al situarse respectivamente en 113 y 100.



Cuadro 5.1.1.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Alta-Media	36%	35%	36%	40%	33%	40%	38%	36%	39%	38%	39%	36%
Baja	43	41	41	41	43	42	39	40	45	45	42	44
Ninguna	21	24	23	20	24	19	23	24	16	18	20	20
IEI	72	69	72	80	66	79	76	72	79	75	77	72



Cuadro 5.1.2.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total IEI	72	69	72	80	66	79	76	72	79	75	77	72
Edad:												
- 30 años	78	76	80	92	72	82	81	77	85	80	78	74
30-49 años	78	80	79	86	77	99	88	82	85	85	88	82
50-64 años	66	66	72	77	67	69	71	64	81	66	70	68
65 y más años	62	44	45	56	34	51	55	56	56	60	65	55
Posición Social:												
Baja	47	40	45	52	32	45	49	45	49	49	52	41
Media	83	80	83	88	82	98	88	78	92	86	88	79
Alta	118	115	115	136	109	121	118	130	123	119	112	113
Ideología:												
Izquierda	79	70	76	76	70	89	81	79	85	76	92	75
Centro	88	83	74	79	62	81	87	83	91	92	85	88
Derecha	74	93	87	110	75	97	91	90	98	84	80	77
Hábitat:												
Rural	58	63	55	64	51	59	72	52	57	63	67	63
Urbano	78	60	72	81	66	83	74	75	75	78	76	70
Metropolitano	76	92	86	91	78	90	85	87	104	80	86	82
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	114	103	113	113	98	120	114	112	120	123	111	100
Medio	71	67	68	77	56	77	73	68	75	67	74	70
Medio Bajo	51	51	52	61	58	55	53	48	56	56	58	46
Bajo	28	33	39	32	35	58	34	21	50	37	25	37
Clientes:												
Bancos	81	77	88	93	86	94	89	91	94	89	96	83
Cajas	74	70	72	81	65	78	78	71	77	74	76	70

5.2. PRENSA DIARIA

Durante el año 1995 y lo que ha transcurrido en 1996, los porcentajes de lectores de periódicos en el día de ayer no sobrepasaron el 47% durante ninguno de los once sondeos mensuales realizados. De la misma forma, no se observó que este porcentaje cayera por debajo del 40%, registrado en julio.

Tomando como referencia estos dos polos, el 43% que tiene lugar en este mes de marzo se sitúa en un término medio, aunque la explicación sería la misma que se ofrece al analizar la evolución del IEI. Además, la invariabilidad en el porcentaje de lectores de prensa diaria apunta una tendencia equivalente a la conocida en otros medios como la televisión, la radio y las revistas, cuyas audiencias tampoco han experimentado cambios en este último mes.

Cuando se analizan estos mismos datos atendiendo a la estructura sociodemográfica de la población, se constata además que los segmentos con mayor exposición a la información presentan en marzo unos porcentajes de lectura de prensa sin variaciones significativas con respecto a febrero, registrándose los porcentajes más bajos del año entre los más jóvenes y entre los de posición social baja.

En oposición a la tendencia observada en los últimos meses, la proporción de individuos de menos de 30 años vuelve a ser inferior a la del grupo formado por los de 30 a 49 años, situándose en un 46 por ciento, mientras que los índices de lectura de 50 y más años son inferiores con respecto a los que se registraron hace un año.

Los individuos de status socioeconómico alto y de alta posición social siguen siendo los más importantes, pero se sitúan en un nivel bajo si se comparan con los de meses anteriores.

La evolución general en los índices de lectura de prensa diaria se ha producido de forma desigual si se comparan las distintas publicaciones. Así, por ejemplo, mientras que El País (6,1%) y el Mundo (3,7%) pierden algunos lectores, ABC recupera 1,2 puntos y Diario 16 otros 0,7 puntos aproximándose por primera vez al 2 por ciento, con lo que las diferencias entre unos y otros disminuyen. Entre los diarios de Cataluña, El Periódico reduce su diferencia con la Vanguardia, aunque ambos mejoran significativamente su porcentaje de lectores.

Los diarios deportivos siguen perdiendo lectores, excepto Marca, mientras que los diarios de información económica ni siquiera alcanzan el 0,5% de lectores ante la falta de protagonismo de este sector en marzo.



Cuadro 5.2.1.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total Lectores Periódicos	42	43	45	47	40	45	45	44	45	42	44	43
Edad:												
-30 años	47	52	55	55	45	51	49	52	50	48	49	46
30-49 años	46	47	52	52	45	54	52	50	50	48	51	51
50-64 años	40	42	42	43	40	40	41	38	43	36	36	36
65 y más años	32	26	24	29	23	27	32	32	30	30	34	31
Posición Social:												
Baja	27	26	26	30	23	25	30	26	28	26	29	24
Media	49	49	53	52	48	54	51	51	53	48	51	46
Alta	70	73	77	80	63	77	70	76	66	72	66	73
Ideología:												
Izquierda	46	42	46	47	41	50	48	50	47	43	51	44
Centro	51	49	52	43	39	44	50	51	50	50	49	50
Derecha	47	59	53	62	48	54	56	53	51	51	48	48
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	66	65	72	70	59	69	64	68	67	70	65	62
Medio	42	42	44	45	36	44	45	43	43	38	42	42
Medio bajo	29	30	30	33	34	31	30	29	30	30	34	27
Bajo	17	20	23	16	22	26	17	16	45	19	13	15
Clientes de:												
Bancos	47	51	55	54	52	54	52	55	53	52	53	49
Cajas	43	43	46	48	39	45	46	44	43	41	44	41



Cuadro 5.2.2.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
El País	6,7	5,0	6,5	6,1	4,9	6,7	6,6	6,0	7,2	5,3	6,3	6,1
ABC	3,6	4,1	4,0	3,6	3,6	3,6	3,2	4,2	4,0	3,3	2,5	3,7
Diario 16	0,5	0,5	0,9	0,8	0,8	1,3	0,9	1,3	1,0	1,4	0,9	1,6
El Mundo	5,2	4,3	4,0	3,9	4,0	4,9	3,5	5,4	5,1	3,9	4,4	3,7
El Periódico	3,4	2,9	2,4	2,6	3,0	3,0	2,8	3,0	2,5	2,8	3,0	3,7
La Vanguardia	2,4	2,2	2,4	3,2	3,0	2,0	2,6	2,1	2,1	2,4	1,7	2,6
Ya	-	-	-	-	0,6	0,7	-	0,5	-	-	-	-
El Cor. Esp.-El Pueblo V.	1,7	1,7	1,9	2,8	2,0	2,6	2,2	1,1	2,6	2,7	2,0	1,3
Las Provincias	0,7	0,5	-	-	1,3	0,9	0,7	0,7	-	0,7	1,5	0,9
El Faro de Vigo	0,9	1,3	0,7	0,7	-	0,7	-	-	-	0,8	0,7	1,2
La Voz de Galicia	1,4	2,4	2,5	2,5	2,1	1,7	2,2	2,0	2,5	2,3	2,1	2,7
As	0,5	0,5	-	0,5	0,5	-	-	0,9	1,0	0,5	-	-
Heraldo de Aragón	0,7	1,2	1,3	0,8	1,2	1,1	1,2	1,2	0,9	0,8	1,2	0,9
Levante	1,1	1,0	1,4	0,5	0,7	1,2	0,8	0,8	1,1	1,2	0,8	1,4
Diario Vasco	1,1	1,0	1,0	-	0,7	1,3	-	1,3	0,7	0,8	1,0	1,3
El Día	0,7	-	0,5	1,1	0,7	0,7	0,5	1,1	-	0,9	0,5	-
Avui	0,5	0,7	0,6	0,5	-	0,7	0,7	0,5	0,6	0,5	-	0,6
La Verdad	1,1	1,5	1,2	1,6	1,2	1,2	0,8	1,5	0,6	1,2	1,1	1,2
Marca	2,7	3,0	3,2	3,2	3,1	3,9	4,2	3,1	4,4	3,9	3,1	3,6
La Nueva España	1,1	0,9	0,9	1,2	0,7	1,3	1,5	0,9	-	1,3	0,9	0,6
Diario Montañés	-	0,9	0,7	0,7	-	0,8	0,9	-	0,7	0,6	1,1	0,5
Deia	-	-	-	0,7	-	-	0,6	-	-	-	0,6	-
Diario de Navarra	0,6	1,0	1,1	-	-	-	0,7	-	0,5	0,6	0,7	0,7
Egin	0,5	-	0,5	0,8	0,5	-	0,7	-	-	-	-	1,1
Información	0,7	1,5	1,7	0,7	1,0	1,1	-	0,7	0,9	0,9	-	0,6
Norte de Castilla	0,5	0,8	-	0,5	0,7	-	0,7	-	0,5	0,8	0,7	-
La Voz de Asturias	0,6	0,8	-	0,9	0,5	-	0,7	-	-	-	0,6	-
Sur	-	1,1	0,8	1,2	-	0,5	-	1,0	-	0,6	0,6	1,1
Diario de Burgos	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	0,7	-
Diario de León	-	-	0,9	0,5	0,8	0,6	-	-	0,7	0,6	-	-
Ultima Hora	-	-	1,0	-	0,5	0,7	0,8	0,6	0,8	0,7	0,5	0,7
El Ideal	-	-	0,8	0,6	0,5	1,0	-	0,8	-	0,5	0,5	0,6
Hoy	0,7	0,5	0,7	0,6	1,0	-	1,0	0,7	0,8	0,6	0,9	-



Diario de Cádiz	0,6	0,8	-	-	0,8	0,9	0,6	1,0	0,7	-	1,1	1,0
Progreso	-	-	0,5	-	0,7	-	0,7	-	-	-	-	0,6
La Provincia	-	0,6	-	0,8	-	0,6	0,6	0,6	0,7	-	0,7	0,5
Córdoba	0,5	-	0,8	-	0,9	0,6	0,8	0,6	0,5	0,6	0,8	-
Diario Extremadura	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Diario Mallorca	0,5	-	-	0,5	-	-	0,6	-	-	-	-	-
Canarias-7	0,7	0,7	0,7	0,7	-	0,5	-	0,6	-	0,6	-	-
El Comercio	-	-	-	0,6	-	0,5	-	-	-	-	0,5	0,5
El Segre	-	-	-	-	-	1,3	1,0	-	-	-	0,7	-
Gaceta Regional	-	-	0,7	0,6	-	-	-	0,7	0,5	-	0,7	-
La Rioja	-	-	-	-	0,5	-	-	0,7	-	-	-	-
La Opinión	-	0,5	0,8	-	-	0,7	-	-	-	-	-	-
Sport	-	-	0,5	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-
El Punt	0,7	-	-	-	-	-	-	-	0,5	0,5	-	-
Correo Andalucía	0,6	-	0,5	0,5	-	-	0,5	-	-	-	-	-
Región	-	0,5	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-	-
Diario Jaén	-	-	-	-	-	-	-	0,7	-	-	0,7	-
Diario del Alto Aragón	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-
Gaceta de los Negocios	-	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-
Mundo Deportivo	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-
Diario Jerez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-
Diario de Tarragona	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	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. REVISTAS

Una de las observaciones que viene confirmándose todos los meses durante los últimos dos años es la escasa proporción de españoles que leen revistas. El porcentaje general nunca sobrepasa el 28%, siendo igualmente atípico que dicha proporción alcance el 40% en alguno de los segmentos socioeconómicos que conforman la muestra.

En segundo lugar, las revistas en su conjunto son un medio en el que los lectores presentan un perfil más definido y estable, por lo que no es de extrañar que todos los meses pueda comprobarse que los segmentos de la población más afines a este tipo de publicación sean siempre los mismos, es decir:

- Los menores de 30 años (32%) .
- Con alta posición social (33%)
- Con un alto status socioeconómico familiar (33%)
- Con un elevado nivel de educación (41%)
- Residentes en áreas metropolitanas (28%).

El mes de marzo ha continuado en el mismo nivel de lectores de enero y febrero, es decir un 24%, confirmando que la lectura de revistas también está sujeta a pocos cambios. La proporción de lectores es, en su conjunto, inferior a la de hace un año y las revistas que normalmente ocupan los primeros puestos del ranking han conocido unos porcentajes levemente superiores a los del mes pasado, tanto entre las revistas "del corazón" como entre las de información general, siendo en esta ocasión Hola (3,6%) y Tiempo (1,3%) los líderes en sus respectivos segmentos.

En cualquier caso, sigue siendo preocupante que tan sólo trece publicaciones tengan un porcentaje de lectura superior al 0,5% de la población mayor de 18 años y que Tiempo sea la única en su categoría que supera dicho índice.



Cuadro 5.3.1.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total lectores de revistas	26	26	26	28	23	25	25	27	27	24	24	24
Edad:												
- 30 años	36	34	34	39	33	31	35	41	38	32	35	32
30-49 años	27	26	28	28	24	29	26	25	28	29	26	24
50-64 años	23	20	21	21	17	20	22	21	22	15	16	18
65 y más años	17	20	14	20	14	14	15	17	14	14	13	18
Posición Social:												
Baja	24	25	22	23	21	21	20	22	22	22	19	21
Media	26	25	25	32	23	27	29	29	27	25	25	23
Alta	37	32	38	30	28	32	31	34	40	29	35	33
Ideología:												
Izquierda	27	25	27	26	21	27	28	30	29	24	28	24
Centro	28	30	28	26	28	26	29	26	29	30	24	27
Derecha	29	28	32	37	25	29	28	29	29	27	22	23
Hábitat:												
Rural	24	25	27	22	21	21	25	20	20	22	16	18
Urbano	25	22	24	27	23	24	22	29	27	24	25	24
Metropolitano	31	33	28	34	25	29	31	30	33	26	27	28
Educación:												
Baja	20	19	18	21	16	19	18	18	20	18	16	18
Media	35	32	34	38	30	31	32	37	36	32	32	29
Alta	40	42	47	37	36	35	40	42	39	35	39	41
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	36	35	46	37	34	39	43	45	43	34	38	33
Medio	27	27	24	30	21	24	21	24	26	25	22	26



Medio bajo	19	18	16	18	18	18	19	18	18	15	16	11
Bajo	14	10	4	6	13	8	25	5	10	22	-	7
Clientes de:												
Bancos	32	30	32	33	27	30	33	31	34	28	30	23
Cajas	26	26	26	27	24	24	24	27	26	24	24	24



Cuadro 5.3.2.

Porcentaje de Lectores de Revistas la Semana Anterior (*)

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Pronto	3,9	4,0	3,6	5,0	3,1	3,2	3,2	3,2	3,4	4,5	3,2	3,4
Hola	4,6	5,8	3,8	4,8	3,5	4,5	4,2	4,5	3,7	4,0	3,4	3,6
Interviú	1,5	1,5	1,5	1,4	0,8	1,7	0,8	1,0	1,0	1,6	1,3	0,9
Lecturas	2,6	2,5	2,1	2,4	1,4	2,0	2,2	2,5	2,4	2,6	2,3	2,1
Semana	1,9	1,9	2,6	2,4	2,2	2,9	2,9	2,3	3,0	2,3	1,4	2,1
Tiempo	1,5	1,6	1,3	1,3	0,6	1,2	2,0	0,9	1,1	1,2	1,2	1,3
Cambio 16	-	-	-	-	0,7	0,8	0,5	-	-	-	-	-
Indiscreta	0,7	-	-	-	0,6	0,6	0,6	0,7	-	0,7	0,7	0,7
Diez Minutos	0,9	1,1	1,2	1,6	1,2	1,4	1,4	1,3	1,7	1,2	1,1	1,8
Epoca	0,7	0,5	-	-	0,7	-	-	-	0,5	0,5	-	-
Muy Interesante	1,8	0,8	1,5	1,2	1,2	1,2	1,4	1,7	1,9	1,0	1,7	1,2
Mía	0,6	0,7	0,6	1,3	1,1	1,3	0,7	1,3	-	0,7	1,4	0,8
TV Plus	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-
Revistas Profesionales	-	0,7	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	0,7
Tribuna	0,7	0,7	0,6	0,9	0,6	-	-	0,6	0,5	0,7	-	-
Blanco y Negro	0,5	0,5	0,9	0,5	-	-	0,8	0,5	-	-	0,7	-
Supertele	0,7	0,6	0,6	-	-	-	0,5	0,5	0,6	0,7	0,5	0,7
Motociclismo	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-
Fotogramas	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-
Teleprograma	-	-	0,8	-	0,7	-	-	-	-	-	-	-
Revistas de Ordenadores	-	-	-	0,7	-	-	0,6	-	0,5	-	-	-
Automovilismo	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-	-
Nuevo Vale	-	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-
El Jueves	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6

(*) Se incluyen sólo las revistas que algún mes han sido mencionadas por más de un 0,5 por ciento de entrevistados.

El símbolo "-" corresponde a las revistas mencionadas por menos del 0,5 por ciento.

5.4. RADIO

Novedades más Relevantes en Marzo de 1996

Tras apuntar los excelentes porcentajes de oyentes conocidos por el medio radiofónico en 1995, resultan extraños los resultados que se están conociendo en este trimestre de 1996, cuyo porcentaje más alto se ha dado precisamente en marzo (64% oyen la radio). Estos porcentajes rompen con la tendencia anterior, no sólo porque la audiencia de radio continúa en su nivel más bajo de los últimos doce meses, sino porque los tres últimos resultados son los peores que se han producido desde enero de 1995.

Las causas podrían ser varias. Así, por ejemplo, son muchos los analistas de audiencias que atribuyen un mal resultado de radio a un buen resultado de la televisión, mientras que otros han intentado establecer una relación entre el clima y los hábitos de audiencia.

En este caso, parece razonable suponer que una de las causas reposaría en la pérdida de interés que puede haberse producido entre los seguidores habituales de las tertulias, ante la falta de temas sobre los que discutir. Además, podría añadirse que un 64% de radioyentes no es un resultado bueno por comparación con el de los once meses anteriores, pero sigue siendo un porcentaje significativamente alto.

Al igual que en febrero, en marzo podría interpretarse además que el estancamiento en el porcentaje de oyentes de radio está obedeciendo a la atípica buena aceptación que la televisión está disfrutando, porque su programación está siendo igualmente poco habitual, al contar con un número muy elevado de películas consideradas como de "primera fila", sin olvidar el aumento de las retransmisiones futbolísticas, al disputarse los partidos de las últimas fases de las competiciones europeas.

Si se buscan los segmentos donde se han detectado incrementos de radioyentes, se constata que casi todos han recuperado algún punto porcentual con respecto a febrero, apreciándose retrocesos leves únicamente entre los de posición social baja y los entrevistados de status socioeconómico medio bajo, es decir tal y como ya sucediera en febrero.

No puede decirse que los segmentos que escuchan la radio normalmente en proporciones superiores hayan variado significativamente en relación al mes pasado.

Por franjas horarias, se constata que la recuperación de radioyentes se ha producido levemente en todos los periodos del día, a excepción de la mañana, que pierde 6 puntos porcentuales, lo que pone de manifiesto una vez más que los boletines informativos de la mañana han sido los programas más perjudicados por el descenso de la temperatura informativa y los que están explicando que la audiencia de radio en general no aumente al ritmo que lo había venido haciendo durante 1995.

De hecho, se observa que son precisamente los oyentes que sintonizan programas en radio convencional los que han disminuido en proporciones más significativas, como pone de manifiesto el 33 por ciento de entrevistados que afirma no sintonizar ninguna emisión de radio convencional, cuando este mismo porcentaje era tan sólo del 28 por ciento en febrero.

Sin embargo, el porcentaje de seguidores de radio de contenido musical no ha variado con respecto al mes pasado.

La Cadena Ser sigue siendo pues líder en radio convencional y musical, dos puntos por delante de la COPE en el primer caso, mientras que Onda Cero pierde 3 puntos sobre su porcentaje

anterior para establecerse en un 14%, igualando su peor nivel del año, que ya conoció en diciembre de 1995.

Otra de las novedades que ha llamado la atención en este mes de marzo es la estabilidad de Radio Nacional, así como el liderazgo de la SER durante todas las franjas horarias. Los resultados de este mes son por lo tanto muy negativos nuevamente para la COPE, pues todos sus comunicadores principales, Antonio Herrero, Encarna Sánchez, Luis Herrero o José María García, se han visto superados por sus colegas de la SER, Iñaki Gabilondo, Javier Sardá, Carlos Llamas y José Ramón de la Morena.

Como todos los meses, se ha consultado a los entrevistados sobre los programas de radio concretos que tienen lugar en un período del día, en las 4 principales cadenas de radio. En esta ocasión, se ha preguntado por los de la tarde, confirmándose los descensos generalizados que ya se apuntaban anteriormente, y tras los cuáles "La Radio de Julia", de Julia Otero (10%) en Onda Cero es el programa con más audiencia a esa hora, superando a "La Ventana" de Javier Sardá de la SER (9%) y a "Directamente Encarna" de Encarna Sanchez (8%) en la COPE.

Una vez más, no obstante, se vuelve a confirmar que las fluctuaciones que tienen lugar de un mes a otro pueden repercutir sobre los resultados que caracterizan los grandes rasgos de los hábitos de audiencia de radio a nivel global, a la vez que se comprueba la confusión que los oyentes manifiestan sobre la emisora que afirman escuchar, pues los resultados obtenidos por franjas horarias colocan a la SER por delante de Onda Cero, mientras que esta última pregunta ofrece la situación inversa, tal como sucedió el mes pasado al preguntar sobre los programas de la mañana.

De la misma forma, debe advertirse que, a excepción de Luis Herrero con su tertulia nocturna en la COPE, todos los comunicadores de esta cadena se ven actualmente superados por sus colegas de la SER y de Onda Cero.



Cuadro 5.4.1.

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

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Total Radioyentes	68	65	65	70	65	66	68	67	66	61	63	64
Edad:												
18-29 años	80	74	82	84	77	82	79	82	76	74	77	78
30-49 años	71	67	68	72	68	69	72	65	70	62	66	67
50-64 años	62	60	57	62	58	54	62	61	59	56	58	55
65 y más años	50	54	46	53	51	52	51	56	56	45	43	50
Posición Social:												
Baja	61	55	56	62	57	56	58	62	60	56	56	54
Media	71	69	71	73	69	72	72	69	70	63	68	68
Alta	76	78	75	82	77	75	81	74	76	71	67	71
Ideología:												
Izquierda	68	68	69	72	66	68	73	71	67	63	66	65
Centro	70	67	68	72	68	66	68	70	71	64	62	67
Derecha	69	65	65	71	67	74	71	67	70	68	65	65
Hábitat:												
Rural	60	62	59	64	58	58	60	61	62	58	60	60
Urbano	70	64	66	73	69	67	66	70	65	62	62	64
Metropolitano	70	70	70	70	66	71	77	67	72	62	66	68
Educación:												
Baja	60	56	56	61	56	56	58	58	61	53	55	56
Media	78	76	78	82	78	77	82	79	75	72	73	75
Alta	84	80	84	82	79	81	74	76	73	73	75	76
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio Alto	80	78	78	80	76	82	78	77	78	69	71	72
Medio	70	65	66	70	67	67	69	68	68	64	64	66



Medio Bajo	55	56	56	62	53	53	55	56	55	47	55	52
Bajo	45	54	39	52	48	53	63	53	40	55	38	48
Clientes:												
Bancos	69	67	71	68	72	73	72	71	73	67	66	68
Cajas	69	64	65	69	66	65	68	66	65	59	62	63



Cuadro 5.4.2.

**Porcentaje de Radioyentes en el día de Ayer
en diferentes Bloques Horarios.**

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Mañana (7 a 14 h.)	73%	74%	68%	69%	71%	70%	68%	71%	71%	70%	71%	65%
Sobremesa (14 a 18 h.)	22	22	22	23	24	23	27	23	27	22	23	26
Tarde (18 a 21 h.)	32	30	32	30	30	30	31	30	30	28	28	31
Noche (21 a 24 h.)	24	26	24	26	19	27	25	28	24	19	22	25
Madrugada (+ 24 h.)	9	9	13	8	8	12	11	10	9	8	10	10
NS/NC	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2
Total radioyentes	(824)	(788)	(792)	(849)	(790)	(803)	(817)	(810)	(807)	(741)	(764)	(779)



Cuadro 5.4.3.

**Emisoras más Escuchadas de Radio Convencional y Radio Música
el Día Anterior a la Entrevista**

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Radio Convencional:												
Radio Nacional 1	16%	19%	18%	15%	19%	19%	15%	21%	17%	17%	17%	16%
Cadena SER	26	22	22	25	27	25	22	29	24	24	28	24
Radio Popular (COPE)	33	27	23	22	23	26	26	25	21	23	25	22
Radio 5 Todo Noticias	4	5	5	6	6	5	6	5	5	6	4	4
Onda Cero	19	20	18	18	19	19	15	18	14	18	17	14
Cadena Ibérica	1	*	1	1	1	1	1	1	1	*	1	1
Radio Intercontinental	1	1	*	1	*	*	1	1	*	*	*	1
Otras	7	8	8	12	9	10	9	8	9	8	7	9
Ninguna	22	25	25	24	22	21	23	23	27	27	28	33
NS/NC	*	*	1	1	1	2	1	*	1	1	1	*
Frecuencia Modulada:												
40 Principales	20%	18%	19%	20%	21%	19%	17%	19%	19%	17%	22%	18%
Cadena 100 (COPE)	8	6	6	6	8	7	6	7	6	6	6	6
Sinfo Radio (Antena 3)	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
M-80	6	4	3	5	6	7	4	5	4	4	5	5
Top 40 (Radio España)	2	2	1	3	3	3	2	3	3	1	3	4
Onda Cero Música	6	4	6	6	8	6	4	4	4	4	3	6
Cadena Dial	13	14	13	15	13	13	15	13	17	17	16	16
Otras	12	10	15	12	11	13	11	16	12	12	14	14
Ninguna	48	48	42	45	43	43	44	43	43	47	42	42
NS/NC	1	1	3	2	3	2	4	2	1	1	2	2
Total Radio Oyentes	(824)	(788)	(792)	(849)	(790)	(803)	(817)	(810)	(807)	(741)	(764)	(779)



Cuadro 5.4.4.

Audiencia de emisoras de Radio en diferentes bloques horarios

MARZO 1996	Total aud. Radio	Mañana	Sobre- mesa	Tarde	Noche	Madru- gada
TOTAL	(779)	(507)	(199)	(242)	(197)	(80)
Emisoras de Radio Convencional:						
Cadena SER	24%	23%	24%	20%	32%	45%
Cadena COPE	20	19	19	18	22	26
Onda Cero	12	11	16	14	10	9
Radio Nacional Españ	12	13	11	11	14	14
Radio 5 Todo Noticia	3	3	6	5	3	1
Cadena Ibérica	*	*	1	*	1	1
R. Intercontinental	1	*	1	2	1	1
Otras Radio Convenc.	9	10	6	12	9	4
Emisoras de Radio Música:						
Cadena Dial	15%	17%	17%	18%	14%	8%
40 Principales	16	15	18	21	17	15
Top 40	3	3	4	3	3	1
Cadena 100	4	5	4	4	3	5
Onda Cero Música	4	4	5	4	6	10
Sinfo Radio (A3)	1	1	2	2	2	1
M-80	3	3	3	3	3	5
Otras Radio Música	12	14	15	16	11	7



Cuadro 5.4.5.

**Perfil de los Radio-Oyentes Habituales de Emisoras de Radio Convencional
y Radio Música.**

MARZO 1996	TOTAL MUESTRA	Total Audiencia Radio	Audiencia Radio Convenc.	Audiencia Radio Música
TOTAL	(1212)	(779)	(529)	(434)
Edad:				
18 a 29 años	26%	32%	21%	47%
30 a 49 años	34	36	37	36
50 a 64 años	22	19	22	11
65 y más años	18	14	19	6
Posición Social:				
Baja	30%	25%	25%	26%
Media	56	60	58	59
Alta	14	15	18	15
Ideología:				
Izquierda	45%	45%	46%	46%
Centro	20	20	20	21
Derecha	18	18	21	16
Status Socioeconómico:				
Alto, Medio alto	24%	27%	29%	30%
Medio	53	54	52	55
Medio Bajo	21	17	17	15
Bajo	2	2	2	1
Clientes de:				
Bancos	28%	29%	30%	30%
Cajas	68	67	68	65



Cuadro 5.4.6.

**Audiencia de Programas de Radio.
(En Porcentajes)**

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
TOTAL	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
- "Primera Hora" de Antonio Herrero (COPE).....	-	14	-	-	9	-	-	12	-	-	12	-
- "Protagonistas" de Luis del Olmo (ONDA CERO).....	-	20	-	-	21	-	-	18	-	-	18	-
- "Hoy por Hoy" de Iñaki Gabilondo (SER).....	-	15	-	-	18	-	-	17	-	-	15	-
- "Los Desayunos" de Radio 1 (RNE).....	-	12	-	-	14	-	-	14	-	-	13	-
- "La Ventana", de Javier Sardá (SER).....	-	-	13	-	-	10	-	-	10	-	-	9
- "La Radio de Julia", de Julia Otero (Onda Cero).....	-	-	17	-	-	15	-	-	13	-	-	10
- "Directamente Encarna", de Encarna Sánchez (COPE).....	-	-	12	-	-	12	-	-	10	-	-	8
- "Edición de tarde", de Antonio San José (RNE).....	-	-	5	-	-	6	-	-	4	-	-	4
- "El Ojo Crítico", de Lola Vega (RN1).....	2	-	-	5	-	-	3	-	-	2	-	-
- "24 Horas", de Angela Nuñez (RN1).....	4	-	-	5	-	-	3	-	-	2	-	-
- "La Brújula", de Ernesto Sáenz de Buruaga (ONDA CERO).....	9	-	-	10	-	-	8	-	-	7	-	-
- "La Linterna", de Luis Herrero (COPE).....	16	-	-	13	-	-	12	-	-	12	-	-
- "Hora 25", de Carlos Llamas (SER).....	11	-	-	13	-	-	10	-	-	8	-	-



Cuadro 5.4.7.

Perfil de Radioyentes de los Sigüientes Programas de Radio.

MARZO 1996	Total	LA VENTANA			LA RADIO DE JULIA			DIRECTAMENTE ENCARNA			EDICION DE TARDE		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1212)	(111)	(1100)	(1)	(123)	(1086)	(3)	(103)	(1105)	(4)	(46)	(1161)	(5)
Edad:													
18 a 29 años	26%	22%	26%	-%	23%	27%	-%	18%	27%	-%	15%	27%	-%
30 a 49 años	34	43	33	100	40	33	67	46	33	50	45	33	60
50 a 64 años	22	22	21	-	26	21	-	18	22	25	26	21	20
65 y más años	18	12	19	-	12	19	33	17	18	25	13	19	20
Posición Social:													
Baja	30%	22%	31%	-%	24%	31%	-%	35%	30%	-%	26%	31%	-%
Media	56	52	56	100	53	56	100	55	56	100	50	56	100
Alta	14	26	12	-	24	13	-	10	14	-	24	13	-
Ideología:													
Izquierda	45%	56%	44%	-%	50%	44%	33%	33%	46%	25%	54%	44%	20%
Centro	20	20	20	-	24	19	33	20	20	25	20	19	40
Derecha	18	12	19	-	15	19	-	36	17	-	22	18	-
Status Socioeconómico:													
Alto, Medio alto	24%	26%	24%	-%	29%	24%	-%	27%	24%	-%	24%	24%	-%
Medio	53	61	52	100	55	52	100	60	52	75	61	52	60
Medio Bajo	21	13	22	-	15	21	-	11	22	25	13	21	40
Bajo	2	-	2	-	2	2	-	2	2	-	2	2	-
Cientes de:													
Bancos	28%	39%	27%	-%	37%	27%	67%	31%	27%	50%	39%	27%	40%
Cajas	68	66	68	100	63	69	67	66	68	75	65	68	60
Exposición a Información:													
Alta	36%	48%	35%	-%	51%	34%	33%	48%	35%	50%	35%	36%	60%
Baja	44	37	45	100	37	45	33	41	45	25	52	44	20
Ninguna	20	15	20	-	11	21	33	12	20	25	13	20	20



Cuadro 5.4.8.

**Programas de Radio que ha escuchado más recientemente,
por Emisoras de Radio Escuchadas.**

MARZO 1996	Total aud. Radio	LA VENTANA			LA RADIO DE JULIA			DIRECTAMENTE ENCARNA			EDICION DE TARDE		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(779)	(96)	(683)	(-)	(107)	(670)	(2)	(93)	(683)	(3)	(43)	(732)	(4)
Emisoras de Radio Convencional:													
Cadena SER	24%	65%	18%	-%	32%	22%	100%	28%	23%	67%	23%	24%	50%
Cadena COPE	20	16	20	-	21	19	-	47	16	-	28	19	25
Onda Cero	12	12	12	-	39	7	-	14	11	-	16	11	25
Radio Nacional Españ	12	17	12	-	14	12	-	9	13	-	56	10	-
Radio 5 Todo Noticia	3	4	3	-	3	3	-	2	3	33	-	3	25
Cadena Ibérica	*	-	*	-	-	*	-	2	-	-	-	*	-
R. Intercontinental	1	-	1	-	1	1	-	-	1	-	-	1	-
Otras Radio Convenc.	9	5	10	-	8	9	-	9	9	-	5	9	-
Emisoras de Radio Música:													
Cadena Dial	15%	7%	16%	-%	12%	15%	-%	19%	14%	-%	9%	15%	-%
40 Principales	16	7	18	-	11	17	-	12	17	-	7	17	-
Top 40	3	1	3	-	-	3	-	2	3	-	2	3	-
Cadena 100	4	4	4	-	2	4	-	4	4	-	2	4	-
Onda Cero Música	4	2	4	-	5	4	-	4	4	-	2	4	-
Sinfo Radio (A3)	1	-	1	-	3	1	-	-	1	-	2	1	-
M-80	3	5	3	-	2	4	-	1	4	-	-	4	-
Otras Radio Música	12	10	12	-	7	13	-	5	13	-	14	12	-

5.5. TELEVISION

Novedades más Relevantes de este mes de Marzo de 1996

Aunque se trata de una observación a la que se pidió especial atención desde el pasado mes de noviembre de 1995, la espectacular progresión de Telecinco debe ser resaltada como la novedad más destacada en el panorama televisivo actual.

El 35% de televidentes que ha conocido Telecinco en marzo es dos puntos superior al de febrero, establece un nuevo record de audiencia para esta cadena tras varios años de resultados mediocres y recorta la distancia con Antena 3 TV a tan sólo nueve puntos porcentuales.

La serie "Medico de Familia", el programa conducido por Ana Rosa Quintana, la serie "Expediente X", el show de Pepe Navarro "Esta noche cruzamos el Mississippi" y la fuerte aceptación de los informativos de Fernando Onega y Luis Mariñas explican la evolución de una cadena que arrancaba la temporada de otoño-invierno con una audiencia del 27 por ciento en octubre y que afronta la temporada siguiente con ocho puntos porcentuales más.

Si se tiene en cuenta que la audiencia global de televisión no ha variado, estabilizándose en un 88 por ciento, la situación de Antena 3 TV es justamente opuesta a la de su competidor privado. La pérdida de cinco puntos porcentuales con respecto al mes pasado deja a esta cadena con un 44% de seguidores, más distanciada aún de La Primera, que se mantiene en un 51 por ciento, y confirman las dificultades de dicha cadena para mantener su cuota actual.

La 2, por su parte, presenta cada vez más los rasgos de una cadena especializada en sus contenidos, lo que explicaría que su cuota de televisión sea en estos momentos la más baja del año, cayendo hasta el 13 por ciento actual, mientras que las cadenas autonómicas, merced al incremento de retransmisiones futbolísticas, estabilizan su audiencia cada vez más cercana al 30 por ciento.

Finalmente, debe subrayarse la importancia del 6% de audiencia que alcanza Canal Plus, porque los datos de los últimos meses confirman que la audiencia de este canal está estabilizándose en torno a un 75% más de seguidores que los que le caracterizaban durante el primer semestre de 1995.

Las Comunidades autónomas del País Vasco y Cataluña son las que ven televisión en proporciones superiores a la media de España, mientras que en Valencia el porcentaje es del 26%, es decir el más bajo.

TV3 y ETB son además las únicas cadenas líderes de audiencia en sus respectivas Comunidades Autónomas.

En Valencia, Galicia, Madrid y Andalucía, La Primera ha sido una vez más la más vista, mientras que Antena 3TV ha compartido en la Comunidad Valenciana el liderazgo con La Primera.

Los únicos periodos del día durante los cuales ha aumentado el número de televidentes han sido la mañana y la noche. En todas las franjas horarias, La Primera ha sido líder de audiencia, excepto durante la madrugada, en que se ha visto superada, como siempre, pero en esta ocasión no por Antena 3TV sino por Telecinco. Es importante resaltar además que tiende a aumentar la diferencia que separa a La Primera y A3 TV por la tarde y la noche, con siete y nueve puntos porcentuales de diferencia respectivamente. También debe subrayarse la importancia de que La Primera supere a los canales privados durante la tarde, franja en la que A3 TV solía ser líder.

La audiencia de boletines informativos es uno de los principales indicadores para medir el seguimiento de los canales de televisión, no sólo por la creciente aceptación que han venido cosechando, sino porque su audiencia aumentó conforme se aproximaban las Elecciones Generales del pasado mes de marzo, consiguiendo que se haya asentado sobre un 70% de seguidores.

Al contrario de lo sucedido en febrero, La Primera y Antena 3 TV han sido los únicos que han perdido audiencia, cayendo sus respectivos resultados en 3 y 4 puntos porcentuales, mientras que Telecinco mantiene su 12 por ciento.

Este cambio es especialmente importante porque Antena 3TV hizo una apuesta en enero, al efectuar un cambio de horario de sus boletines de las 21:00 horas, al adelantarlos en media hora y hacerlos coincidir con los de Telecinco.

La Primera sigue siendo, en cualquier caso, líder en audiencia de boletines informativos, con un 32% de seguidores.

La Primera cuenta además con porcentajes mayores de seguidores de informativos que sus competidores en todas las comunidades autónomas, mientras que Antena 3TV ha compartido dicho liderazgo en Madrid.

Por la noche, sin embargo, los datos del mes de marzo han confirmado, tras la cuarta consulta efectuada en el último año, la creciente aceptación del espacio conducido por Luis Mariñas en Telecinco, que alcanza el 37% de oyentes, así como el declive de los informativos que conducen Ramón Pellicer en La Primera y Pedro Piqueras en Antena 3 TV, que pierden 3 y 4 puntos porcentuales con respecto al trimestre pasado, conservando pese a todo el liderazgo, ambos con un 46 por ciento de audiencia.

Pautas Estables en la Audiencia de Televisión

Las novedades que se observan cada mes, como en esta ocasión, no impiden que se repitan ciertos comportamientos de la audiencia ante la televisión. Así, se constata que una de las pautas invariables es la del período del día, por lo que la noche (80%) y la sobremesa (49%) siguen siendo los momentos que cuentan con más televidentes, mientras que la madrugada (7%) y la mañana (5%) suelen tener los porcentajes más bajos. De la misma forma, se ha constatado que La Primera suele tener más seguidores que los otros canales durante la mañana y la sobremesa, mientras que en la tarde, la noche y la madrugada, el liderazgo varía de un mes a otro, dadas las escasas diferencias que separan la audiencia de TVE-1 y de Antena 3TV.

Los canales autonómicos gozan de mayores porcentajes de participación en la mañana y en la sobremesa o durante la tarde.

Otro de los aspectos que parecen estables, según los resultados de los últimos sondeos, es el del perfil socioeconómico de los televidentes de cada canal. Así, entre los seguidores de TVE-1 suele existir un sobrepeso, en comparación con la audiencia total, entre los de mayor edad, con ideología de izquierda, de posición social baja y con status socioeconómico medio bajo.

Por el contrario, la audiencia de los canales privados manifiesta sobrepesos entre los más jóvenes, con ideología de derecha y con un status socioeconómico medio y alto.

La audiencia de boletines informativos se sitúa normalmente entre un 60% y un 70%. Por canales, TVE-1 suele contar con un tercio de la audiencia de informativos y Antena 3TV con una quinta parte, mientras que Telecinco no supera normalmente el 10%, es decir un índice inferior al cosechado por los canales autonómicos, que oscila normalmente entre un 12% y un 14%.



Cuadro 5.5.1.

Audiencia de TV el día de Ayer, en Distintos Canales

Canales	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
TVE-1	50%	46%	45%	47%	49%	53%	48%	50%	52%	51%	51%	51%
La 2	16	15	16	18	15	18	15	15	19	15	15	13
Canal Plus	4	5	5	5	5	6	5	7	6	7	6	6
Antena 3	47	48	44	43	44	50	48	45	50	47	49	44
Telecinco	31	28	27	27	26	33	27	31	34	35	33	35
Vía Satélite	*	1	1	1	1	1	1	*	1	1	1	1
Canales Autonómicos	26	24	25	25	23	27	27	24	26	30	27	28
Ninguno/no vio	12	15	16	14	16	11	13	14	10	11	11	11
NS/NC	*	1	1	1	1	1	1	*	1	*	1	*
Total Audiencia												
T.V.	88%	84%	83%	85%	82%	88%	86%	85%	89%	89%	88%	88%



Cuadro 5.5.2.

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

MARZO 1996	Total	Cataluña	País Vasco	Galicia	Andalucía	Madrid	Comunidad Valencia
TOTAL	(1212)	(191)	(64)	(84)	(217)	(155)	(123)
CANALES							
TVE 1	51%	44%	55%	52%	52%	43%	50%
La 2	13	7	23	13	12	9	9
Canales Autonómicos	28	58	58	32	32	28	26
Canal Plus	6	7	9	4	8	7	6
Antena 3	44	29	39	31	49	37	50
Telecinco	35	34	28	31	39	32	37
Via Satélite	1	1	3	-	1	1	-
Ninguno, no vió	11	4	6	5	15	14	12
NS/NC	*	1	-	-	-	-	-
Total Audiencia	88%	95%	94%	95%	84%	85%	88%



Cuadro 5.5.3.

Audiencia de Televisión en diferentes bloques horarios

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
Mañana (7 a 14 h.)	6%	6%	3%	6%	6%	6%	6%	5%	4%	5%	5%	9%
Sobremesa (14 a 18 h.)	52	50	46	50	56	54	47	49	49	47	49	45
Tarde (18 a 21 h.)	42	41	41	44	38	42	42	42	46	44	45	44
Noche (21 a 24 h.)	77	81	82	78	76	82	79	80	82	80	80	85
Madrugada (+ 24 h.)	5	6	8	8	5	6	6	5	5	9	7	7
NS/NC	1	1	1	1	3	1	1	1	*	2	2	1
Total: Televidentes	(1.066)	(1.018)	(1.002)	(1.035)	(993)	(1.067)	(1.043)	(1.030)	(1.085)	(1.079)	(1.066)	(1.065)



Cuadro 5.5.4.

Audiencia de Canales de Televisión en diferentes bloques horarios.

MARZO 1996	Total Audiencia	Mañana	Sobre- mesa	Tarde	Noche	Madru- gada
TOTAL	(1065)	(96)	(483)	(474)	(903)	(78)
CANALES						
TVE 1	58%	82%	66%	62%	59%	50%
La 2	15	22	18	18	15	17
Canales Autonómicos	32	31	37	32	33	29
Canal Plus	7	17	6	8	8	11
Antena 3	50	61	53	55	52	49
Telecinco	40	54	42	46	42	58
Via Satélite	1	1	1	1	1	1
Ninguno, no vió	-	-	-	-	-	-
NS/NC	-	-	-	-	-	-
Total Audiencia	100%	100%	100%	100%	100%	100%



Cuadro 5.5.5.

**Perfil Socioeconómico de los Televidentes en el día de Ayer
de TVE-1, La 2, Canales Autonómicos y Canales Privados.**

MARZO 1996	Total Muestra	TVE 1	La 2	Canales Autonómicos	Canales Privados
TOTAL	(1212)	(621)	(161)	(341)	(748)
Edad:					
18 a 29 años	26%	22%	24%	22%	28%
30 a 49 años	34	32	41	35	33
50 a 64 años	22	25	22	25	22
65 y más años	18	21	13	18	17
Posición Social:					
Baja	30%	33%	22%	26%	32%
Media	56	55	58	56	55
Alta	14	12	20	17	13
Ideología:					
Izquierda	45%	47%	44%	52%	44%
Centro	20	19	19	18	20
Derecha	18	17	20	15	20
Status Socioeconómico:					
Alto, Medio alto	24%	22%	29%	24%	24%
Medio	53	53	57	53	53
Medio Bajo	21	22	14	21	21
Bajo	2	2	1	2	2
Clientes de:					
Bancos	28%	26%	30%	26%	27%
Cajas	68	70	70	71	68



Cuadro 5.5.6.

**Audiencia de los Programas de Noticias o Boletines
Informativos en el día de ayer en diferentes
Canales Televisivos**

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
TVE 1	31%	28%	31%	29%	31%	32%	28%	29%	36%	34%	35%	32%
La 2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
Canal Plus	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
Antena 3	26	25	26	26	24	28	25	23	26	24	27	23
Telecinco	11	8	8	10	9	10	10	10	11	13	12	12
Vía Satélite	*	-	*	*	*	*	-	*	*	*	*	*
Canales Autonómicos	14	12	13	15	14	16	17	13	16	18	15	17
Ninguno	31	36	35	29	33	28	32	36	22	26	28	28
NS/NC	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2
Total Audiencia Informativos	68%	63%	63%	70%	65%	71%	66%	63%	76%	73%	71%	70%



Cuadro 5.5.7.

**Audiencia de Boletines Informativos en distintas
Comunidades Autónomas.**

MARZO 1996	Total	Cataluña	País Vasco	Galicia	Andalucía	Madrid	Comunidad Valencia
TOTAL	(1212)	(191)	(64)	(84)	(217)	(155)	(123)
CANALES							
TVE 1	32%	21%	39%	43%	30%	26%	32%
La 2	2	1	5	2	2	3	2
Canales Autonómicos	17	42	36	20	15	21	18
Canal Plus	1	2	2	2	*	3	2
Antena 3	23	11	23	18	23	26	27
Telecinco	12	13	8	17	10	15	12
Vía Satélite	*	1	2	-	*	-	-
NS/NC	2	-	2	1	*	1	1



Cuadro 5.5.8.

**Audiencia de Programas Informativos de Televisión.
(En Porcentajes)**

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
TOTAL	(1.219)	(1.213)	(1.213)	(1.221)	(1.209)	(1.217)	(1.210)	(1.214)	(1.214)	(1.216)	(1.215)	(1.212)
-·NOTICIAS 1ª EDICION con Carmen Tomás/ Fernando Onega (TELE 5).....	-	27	-	-	25	-	-	25	-	-	29	-
-·ANTENA 3 NOTICIAS con Olga Viza y José A. Gavira.....	-	47	-	-	46	-	-	41	-	-	46	-
-·TELEDIARIO 1ª EDICION con Ana Blanco y Matías Prats (TVE 1).....	-	49	-	-	49	-	-	43	-	-	52	-
-·ANTENA 3 NOTICIAS con Pedro Piqueras y María Rey.....	-	-	51	-	-	52	-	-	49	-	-	46
-·LAS NOTICIAS 2ª EDICION con Luis Mariñas (Tele 5).....	-	-	31	-	-	33	-	-	35	-	-	37
-·TELEDIARIO 2ª EDICION con Elena Sánchez y Ramón Pellicer (TVE1).	-	-	48	-	-	45	-	-	50	-	-	46
-·LAS NOTICIAS de la noche del Canal Autonómico.....	-	-	31	-	-	28	-	-	30	-	-	29
-·MESA DE REDACCION, con Fernando Onega/ José Ribagorda y J.J. Santos (TELE 5).....	17	-	-	18	-	-	16	-	-	13	-	-
-·ANTENA 3 NOTICIAS con José Mª Carrascal.....	37	-	-	35	-	-	35	-	-	32	-	-
-·TELEDIARIO 3ª EDICION, con Pedro Altares/ Montserrat Balcegó/Eduardo Sotillos (TVE 1).....	16	-	-	20	-	-	19	-	-	19	-	-
-·LAS NOTICIAS de la Madrugada del Canal Autonómico.....	8	-	-	12	-	-	11	-	-	7	-	-



Cuadro 5.5.9.

Perfil de los Televidentes de los Sigüientes Programas Informativos de Televisión.

MARZO 1996	Total	ANTENA 3 NOTICIAS			NOTICIAS 2ª EDICION			TELEDIARIO 2ª EDICION			NOTICIAS NOCHE CANAL AUTONOMICO		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1212)	(563)	(645)	(4)	(445)	(761)	(6)	(559)	(650)	(3)	(356)	(824)	(32)
Edad:													
18 a 29 años	26%	29%	24%	50%	25%	27%	33%	22%	30%	33%	26%	26%	28%
30 a 49 años	34	38	30	50	35	34	33	35	34	33	34	34	44
50 a 64 años	22	19	24	-	22	21	17	24	20	-	21	22	16
65 y más años	18	14	22	-	18	18	17	20	17	34	19	18	13
Posición Social:													
Baja	30%	29%	32%	25%	32%	30%	17%	32%	29%	-%	24%	33%	38%
Media	56	57	55	75	54	57	67	55	57	66	59	55	56
Alta	14	15	13	-	15	13	17	13	14	34	17	12	6
Ideología:													
Izquierda	45%	43%	46%	-%	47%	43%	-%	48%	42%	-%	51%	42%	28%
Centro	20	19	20	50	18	20	33	20	19	-	22	19	19
Derecha	18	22	15	25	19	18	50	16	20	67	15	19	25
Status Socioeconómico:													
Alto, Medio alto	24%	28%	21%	25%	23%	25%	16%	23%	26%	-%	26%	24%	22%
Medio	53	52	53	75	52	53	67	55	50	100	52	53	56
Medio Bajo	21	19	23	-	23	19	17	19	22	-	18	22	22
Bajo	2	2	2	-	2	2	-	3	2	-	3	2	-
Clientes de:													
Bancos	28%	31%	25%	50%	31%	26%	33%	29%	27%	33%	26%	29%	28%
Cajas	68	65	71	50	65	70	50	66	70	33	68	68	72



Exposición a Información:

Alta	36%	39%	33%	50%	40%	33%	33%	35%	36%	33%	45%	31%	50%
Baja	44	46	43	50	44	45	67	48	42	67	42	46	35
Ninguna	20	15	24	-	16	22	-	17	22	-	13	23	16



Cuadro 5.5.10.

Programas Informativos de Televisión que ha visto más recientemente,
por Audiencia de Televisión.

MARZO 1996	Total	ANTENA 3 NOTICIAS			NOTICIAS 2ª EDICION			TELEDIARIO 2ª EDICION			NOTICIAS NOCHE CANAL AUTONOMICO		
		Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc	Si	No	Ns/Nc
TOTAL	(1212)	(563)	(645)	(4)	(445)	(761)	(6)	(559)	(650)	(3)	(356)	(824)	(32)
AUDIENCIA DE TELEVISION													
TVE 1	51%	52%	50%	50%	51%	51%	67%	66%	38%	67%	46%	53%	53%
Ia 2	12	11	12	25	12	11	16	14	10	-	11	12	19
Canales Autonómicos	27	23	30	50	21	29	50	23	29	67	53	16	16
Canal Plus	5	5	5	25	4	5	16	4	6	-	5	5	3
Antena 3	43	61	28	50	48	40	67	43	43	100	38	45	62
Telecinco	31	32	31	25	47	22	17	26	36	-	29	32	38
Vía Satélite	1	1	*	-	*	1	-	*	1	-	1	1	-

5.6. LOS COMUNICADORES

Desde hace ya varios años, ASEP mide la imagen de cinco comunicadores sociales cada mes, a través del grado de conocimiento que se tiene del mismo, de la valoración media general que recibe, y de la mayor o menor dispersión de las valoraciones alrededor de la valoración media, es decir, la imagen más o menos controvertida del comunicador en cuestión. En otros lugares de este Informe se ha explicado ya cómo se han medido cada una de estas tres dimensiones.

Durante el mes de marzo se ha preguntado sobre la imagen de dos comunicadores de radio que compiten desde sus respectivas emisoras de Onda Cero (Luis del Olmo) y cadena SER (Iñaki Gabilondo), así como sobre la imagen de dos colegas de Antena 3 TV, de los cuales uno es el director de los informativos, Manuel Campo Vidal, cuya función está fuertemente unida a los espacios electorales, y Olga Viza, que conduce el informativo de las 15:00 horas. Finalmente, se ha consultado también sobre la imagen del periodista de prensa, Joaquín Estefanía.

En primer lugar, debe decirse que todos los comunicadores sobre los cuales se ha consultado tienen dos rasgos comunes:

- El primero está en la escasa controversia que generan, lo que se traduce en unas desviaciones opináticas que no superan el 39 por ciento en ningún caso.
- En segundo lugar, los 5 comunicadores gozan de una calificación muy parecida, siendo de tipo medio en el caso de Joaquín Estefanía (5,6 puntos) y alta en los casos de Luis del Olmo (6,5) Manuel Campo Vidal (6,7), Olga Viza (6,8) e Iñaki Gabilondo (7,0).

Si se tiene en cuenta que el 70 por ciento es el límite a partir del cual se considera normalmente que el conocimiento de un comunicador es alto, habría que decir que esta cualidad también se erige como un elemento de similitud en todos ellos, a excepción de Joaquín Estefanía, que es conocido tan sólo por un 27 por ciento de los entrevistados. Iñaki Gabilondo (87%) es más conocido que su competidor Luis del Olmo (82%), mientras que Manuel Campo Vidal (79%) supera en ocho puntos porcentuales a su compañera Olga Viza.

Un análisis más detallado se muestra en los Cuadros 5.6.5. a 5.6.7., y en ellos se combinan las tres dimensiones de imagen de dos en dos, para todos los comunicadores sociales propuestos en los últimos once meses. Se pueden hacer las siguientes afirmaciones:

- a) Matías Prats, Emilio Aragón, Rosa M^a Mateo, Mercedes Milá, Iñaki Gabilondo, Luis Mariñas, Paco Lobatón, Constantino Romero, Jose M^a Carrascal y Luis del Olmo son los comunicadores más conocidos y mejor valorados. Carmen Sevilla, Lola Flores, Ana Obregón, Encarna Sánchez, Concha Velasco, José Luis Coll, Chiquito de la Calzada, Myriam Díaz Aroca y Julián Lago, aunque muy conocidos, son poco valorados.
- b) Los comunicadores más conocidos, aunque con un grado de controversia mediano, son, entre otros, José Luis Coll, Joaquín Prat, José M^a García, Jesús Hermida, Isabel Gemio, Cela, Concha Velasco, María Teresa Campos, Jesús Puente, Pedro Ruiz, Raffaella Carrá, Nieves Herrero y Ana Obregón. Matías Prats, Emilio Aragón, Julia Otero, Rosa M^a Mateo, Mercedes Milá, Pepe Navarro, Iñaki Gabilondo, Luis Mariñas, Paco Lobatón, Luis del Olmo y Constantino Romero son muy conocidos y muy poco controvertidos.
- c) Finalmente, Casamayor, Francisco Umbral, Ana Obregón, Concha Velasco y José Luis Coll, son poco valorados y además tienen una imagen controvertida media. Carmen Sevilla, Myriam Díaz Aroca, Lola Flores, Julián Lago y Chiquito de la Calzada son muy poco valorados y muy controvertidos.

Al analizar, por diferentes segmentos sociales, tanto a los que opinan como a los que valoran a cada uno de los cinco comunicadores por los que se ha preguntado en este sondeo, las conclusiones más sobresalientes serían, en líneas generales, las siguientes:

- El conocimiento de los diferentes comunicadores suele ser mayor cuanto más baja es la edad del entrevistado.
- La posición social y el status socioeconómico suelen presentar una pauta clara de relación, en el sentido que cuanto más altos son el status socioeconómico y la posición social, más se opina respecto a los cinco comunicadores propuestos.
- La ideología no suele presentar una pauta concreta, como era lógico esperar.
- Y, lógicamente también, cuanto más alta es la exposición a la información mayor es el grado de opinión respecto a los comunicadores.

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

- Como ya se ha comprobado también con las instituciones y líderes políticos, la valoración suele ser más baja cuanto más alta es la posición social y el status socioeconómico, con alguna excepción, no necesariamente significativa.
- Pero, a diferencia de las instituciones y líderes políticos, la ideología generalmente no parece influir sobre la valoración de los comunicadores.
- Y, en general también, la valoración suele ser más baja cuanto más alta es la exposición a la información, con alguna excepción no necesariamente significativa.

A continuación se han ordenado los comunicadores por los que se ha preguntado desde octubre de 1992, 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).

Cada mes se pregunta por diferentes comunicadores, pero de cualquier forma, pueden ser incluidos más de un mes, y en esos casos los valores se corresponderán con el promedio resultante de los meses en que han sido incluidos.

Los rankings no parecen precisar mayor explicación, pero cabe resaltar que Carmen Sevilla es el comunicador más conocido, y Constantino Romero el más valorado. La imagen menos controvertida la tienen Constantino Romero, Pedro Piqueras e Iñaki Gabilondo. El comunicador menos conocido es Jaime Campmany, mientras que Lola Flores y Carmen Sevilla son las peor valoradas y también las que tienen una imagen más controvertida.



Cuadro 5.6.1.

Porcentaje de Conocimiento de Comunicadores Sociales

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
José María García	-	-	-	-	-	-	86	-	-	-	-	-
Jaime Campmany	-	-	-	-	-	-	-	-	-	28	-	-
Julián Lago	-	80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Martín Ferrand	-	-	43	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Paco Lobatón	-	-	-	-	-	95	-	-	-	-	-	-
Pedro Piqueras	-	-	-	-	83	-	-	-	-	-	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	76	-
José M ^a Carrascal	-	-	-	-	-	-	-	91	-	-	-	-
Luis Mariñas	-	-	-	-	-	-	-	90	-	-	-	-
Jesús Hermida	-	-	-	-	-	-	-	87	-	-	-	-
Matías Prats	-	-	-	-	-	-	-	95	-	-	-	-
Emilio Aragón	-	-	-	-	-	-	-	-	97	-	-	-
Cristina García Ramos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	55	-
Luis del Olmo	84	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	82
Nieves Herrero	-	-	92	-	-	-	-	-	-	-	-	-
María Escario	-	-	-	-	-	52	-	-	-	-	-	-
Pilar Cernuda	-	-	-	-	-	-	-	50	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	-	-	-	-	-	-	53	-	-	-
Manuel Campo Vidal	79	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	79
Julia Otero	-	-	89	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	-	-	-	91	-	-	-	-	-	-	-
Ana Blanco	-	-	-	-	-	-	43	-	-	-	-	-
Carmen Sevilla	-	-	-	-	-	-	-	-	99	-	-	-
Iñaki Gabilondo	89	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	87
Olga Viza	66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	71
Elena Sánchez	-	61	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
F. Jiménez Losantos	-	-	-	35	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Pellicer	-	-	-	-	-	-	60	-	-	-	-	-
María Rey	-	-	-	-	-	-	44	-	-	-	-	-
Carmen Tomás	-	53	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José A. Gavira	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Sánchez Ocaña	-	78	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Luis Herrero	-	-	57	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encarna Sánchez	-	-	73	-	-	-	-	-	-	-	-	-



José Luis Gutiérrez	-	-	-	24	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro J. Ramírez	-	-	-	45	-	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	-	-	-	-	-	-	80	-	-	-
Marta Robles	-	-	-	-	-	-	-	-	57	-	-	-
Fernando Onega	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27	-	-
Fernando G ^a Delgado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	42	-	-
M ^a José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31	-
Joaquín Estefanía	17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	27
José Luis Martín Prieto	-	-	-	29	-	-	-	-	-	-	-	-
Paco Morales	-	-	-	31	-	-	-	-	-	-	-	-
Andoni Ferreño	-	-	-	-	77	-	-	-	-	-	-	-
Ana Rosa Quintana	-	-	-	-	58	-	-	-	-	-	-	-
Pedro Altares	-	-	-	-	50	-	-	-	-	-	-	-
Elisenda Roca	-	-	-	-	-	61	-	-	-	-	-	-
Tate Montoya	-	-	-	-	-	66	-	-	-	-	-	-
Lourdes Suárez	-	-	-	-	-	32	-	-	-	-	-	-
Diego Carcedo	-	-	-	-	-	-	43	-	-	-	-	-
Eduardo Sotillos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	47	-	-
Pepe Navarro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	89	-
J.J. Santos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	52	-



Cuadro 5.6.2.

**Imagen de Comunicadores Sociales
(% que opinan y valoran)**

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
José María García	-	-	-	-	-	-	74	-	-	-	-	-
Jaime Campmany	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	-	-
Julián Lago	-	70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Martín Ferrand	-	-	29	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Paco Lobatón	-	-	-	-	-	87	-	-	-	-	-	-
Pedro Piqueras	-	-	-	-	72	-	-	-	-	-	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	69	-
José María Carrascal	-	-	-	-	-	-	-	81	-	-	-	-
Luis Mariñas	-	-	-	-	-	-	-	81	-	-	-	-
Jesús Hermida	-	-	-	-	-	-	-	77	-	-	-	-
Matías Prats	-	-	-	-	-	-	-	86	-	-	-	-
Emilio Aragón	-	-	-	-	-	-	-	-	91	-	-	-
Cristina García Ramos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-
Luis del Olmo	72	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	65
Nieves Herrero	-	-	82	-	-	-	-	-	-	-	-	-
María Escario	-	-	-	-	-	42	-	-	-	-	-	-
Pilar Cernuda	-	-	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	-	-	-	-	-	-	40	-	-	-
Manuel Campo Vidal	66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	63
Julia Otero	-	-	77	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	-	-	-	82	-	-	-	-	-	-	-
Ana Blanco	-	-	-	-	-	-	33	-	-	-	-	-
Carmen Sevilla	-	-	-	-	-	-	-	-	93	-	-	-
Iñaki Gabilondo	79	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74
Olga Viza	53	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	56
Elena Sánchez	-	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
F. Jiménez Losantos	-	-	-	20	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Pellicer	-	-	-	-	-	-	50	-	-	-	-	-
María Rey	-	-	-	-	-	-	34	-	-	-	-	-
Carmen Tomás	-	41	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Antonio Gavira	-	26	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Sánchez Ocaña	-	66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Luis Herrero	-	-	44	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encarna Sánchez	-	-	55	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Gutiérrez	-	-	-	12	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro J. Ramírez	-	-	-	32	-	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	-	-	-	-	-	-	71	-	-	-
Marta Robles	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-	-	-
Fernando Onega	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13	-	-
Fernando G ^a Delgado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	28	-	-
M ^a José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21	-
Joaquín Estefanía	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12
José Luis Martín Prieto	-	-	-	16	-	-	-	-	-	-	-	-
Paco Morales	-	-	-	19	-	-	-	-	-	-	-	-
Andoni Ferreño	-	-	-	-	65	-	-	-	-	-	-	-
Ana Rosa Quintana	-	-	-	-	45	-	-	-	-	-	-	-
Pedro Altares	-	-	-	-	35	-	-	-	-	-	-	-
Elisenda Roca	-	-	-	-	-	50	-	-	-	-	-	-
Tate Montoya	-	-	-	-	-	57	-	-	-	-	-	-
Lourdes Suárez	-	-	-	-	-	20	-	-	-	-	-	-
Diego Carcedo	-	-	-	-	-	-	32	-	-	-	-	-
Eduardo Sotillos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31	-	-
Pepe Navarro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	82	-
J.J. Santos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	42	-



Cuadro 5.6.3.

**Imagen de Comunicadores Sociales
(Valoración media)**

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
José María García	-	-	-	-	-	-	5,5	-	-	-	-	-
Jaime Campmany	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,6	-	-
Julián Lago	-	4,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel Martín Ferrand	-	-	6,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Paco Lobatón	-	-	-	-	-	7,1	-	-	-	-	-	-
Pedro Piqueras	-	-	-	-	7,1	-	-	-	-	-	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,2	-
José María Carrascal	-	-	-	-	-	-	-	6,1	-	-	-	-
Luis Mariñas	-	-	-	-	-	-	-	6,7	-	-	-	-
Jesús Hermida	-	-	-	-	-	-	-	6,1	-	-	-	-
Matías Prats	-	-	-	-	-	-	-	7,1	-	-	-	-
Emilio Aragón	-	-	-	-	-	-	-	-	7,0	-	-	-
Cristina García Ramos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,2	-
Luis del Olmo	6,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,5
Nieves Herrero	-	-	5,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
María Escario	-	-	-	-	-	6,4	-	-	-	-	-	-
Pilar Cernuda	-	-	-	-	-	-	-	6,1	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	-	-	-	-	-	-	6,0	-	-	-
Manuel Campo Vidal	6,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,7
Julia Otero	-	-	6,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	-	-	-	4,8	-	-	-	-	-	-	-
Ana Blanco	-	-	-	-	-	-	6,4	-	-	-	-	-
Carmen Sevilla	-	-	-	-	-	-	-	-	4,7	-	-	-
Iñaki Gabilondo	7,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,0
Olga Viza	7,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,8
Elena Sánchez	-	6,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
F. Jiménez Losantos	-	-	-	6,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Pellicer	-	-	-	-	-	-	6,5	-	-	-	-	-
María Rey	-	-	-	-	-	-	6,4	-	-	-	-	-
Carmen Tomás	-	5,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Antonio Gavira	-	5,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Sánchez Ocaña	-	6,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Luis Herrero	-	-	6,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encarna Sánchez	-	-	4,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Gutiérrez	-	-	-	6,0	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro J. Ramírez	-	-	-	5,8	-	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	-	-	-	-	-	-	5,6	-	-	-
Marta Robles	-	-	-	-	-	-	-	-	5,8	-	-	-
Fernando Onega	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,2	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,5	-	-
Fernando G ^a Delgado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,4	-	-
M ^a José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,7	-
Joaquín Estefanía	5,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,6
José Luis Martín Prieto	-	-	-	6,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Paco Morales	-	-	-	5,9	-	-	-	-	-	-	-	-
Andoni Ferreño	-	-	-	-	4,6	-	-	-	-	-	-	-
Ana Rosa Quintana	-	-	-	-	5,7	-	-	-	-	-	-	-
Pedro Altares	-	-	-	-	5,8	-	-	-	-	-	-	-
Elisenda Roca	-	-	-	-	-	6,5	-	-	-	-	-	-
Tate Montoya	-	-	-	-	-	5,0	-	-	-	-	-	-
Lourdes Suárez	-	-	-	-	-	5,7	-	-	-	-	-	-
Diego Carcedo	-	-	-	-	-	-	6,5	-	-	-	-	-
Eduardo Sotillos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,8	-	-
Pepe Navarro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,1	-
J.J. Santos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,7	-



Cuadro 5.6.4.

**Imagen de Comunicadores Sociales
(Desviación Opinática (s/x)100)**

	III-95	IV-95	V-95	VI-95	VII-95	IX-95	X-95	XI-95	XII-95	I-96	II-96	III-96
José María García	-	-	-	-	-	-	53	-	-	-	-	-
Jaime Campmany	-	-	-	-	-	-	-	-	-	43	-	-
Julián Lago	-	68	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Manuel M. Ferrand	-	-	35	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Paco Lobatón	-	-	-	-	-	39	-	-	-	-	-	-
Pedro Piqueras	-	-	-	-	27	-	-	-	-	-	-	-
Constantino Romero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	29	-
José María Carrascal	-	-	-	-	-	-	-	53	-	-	-	-
Luis Mariñas	-	-	-	-	-	-	-	34	-	-	-	-
Jesús Hermida	-	-	-	-	-	-	-	44	-	-	-	-
Matías Prats	-	-	-	-	-	-	-	32	-	-	-	-
Emilio Aragón	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-	-
Cristina García Ramos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34	-
Luis del Olmo	37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	38
Nieves Herrero	-	-	54	-	-	-	-	-	-	-	-	-
María Escario	-	-	-	-	-	34	-	-	-	-	-	-
Pilar Cernuda	-	-	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-
Julio César Iglesias	-	-	-	-	-	-	-	-	41	-	-	-
Manuel Campo Vidal	30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31
Julia Otero	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Isabel Gemio	-	-	-	-	65	-	-	-	-	-	-	-
Ana Blanco	-	-	-	-	-	-	31	-	-	-	-	-
Carmen Sevilla	-	-	-	-	-	-	-	-	66	-	-	-
Iñaki Gabilondo	27	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31
Olga Viza	29	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32
Elena Sánchez	-	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
F. Jiménez Losantos	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Pellicer	-	-	-	-	-	-	28	-	-	-	-	-
María Rey	-	-	-	-	-	-	30	-	-	-	-	-
Carmen Tomás	-	39	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Antonio Gavira	-	34	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ramón Sánchez Ocaña	-	35	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Luis Herrero	-	-	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Encarna Sánchez	-	-	69	-	-	-	-	-	-	-	-	-
José Luis Gutiérrez	-	-	-	33	-	-	-	-	-	-	-	-
Pedro J. Ramírez	-	-	-	52	-	-	-	-	-	-	-	-
Pepe Carroll	-	-	-	-	-	-	-	-	49	-	-	-
Marta Robles	-	-	-	-	-	-	-	-	41	-	-	-
Fernando Onega	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34	-	-
Ernesto Sáenz de Buruaga	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36	-	-
Fernando García Delgado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34	-	-
M ^a José Sáez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35	-
Joaquín Estefanía	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39
José Luis Martín Prieto	-	-	-	33	-	-	-	-	-	-	-	-
Paco Morales	-	-	-	41	-	-	-	-	-	-	-	-
Andoni Ferreño	-	-	-	-	59	-	-	-	-	-	-	-
Ana Rosa Quintana	-	-	-	-	44	-	-	-	-	-	-	-
Pedro Altares	-	-	-	-	39	-	-	-	-	-	-	-
Elisenda Roca	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-	-	-
Tate Montoya	-	-	-	-	-	58	-	-	-	-	-	-
Lourdes Suárez	-	-	-	-	-	43	-	-	-	-	-	-
Diego Carcedo	-	-	-	-	-	-	32	-	-	-	-	-
Eduardo Sotillos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35	-	-
Pepe Navarro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	-
J.J. Santos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	-



Cuadro 5.6.5.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

MARZO 95 - MARZO 96

		VALORACION		
		Alta (+6,5)	Media (5,5-6,5)	Baja (-5,5)
CONOCIMIENTO	Alto (+70%)	Matías Prats	Jesús Hermida	Carmen Sevilla
		Emilio Aragón	Nieves Herrero	Julián Lago
		Iñaki Gabilondo	Julia Otero	Isabel Gemio
		Luis Mariñas	José M ^a Carrascal	
		Paco Lobatón	José M ^a García	
		Pedro Piqueras	Pepe Carroll	
			Pepe Navarro	
Medio (30-70%)		Manuel Campo Vidal	Pilar Cernuda	Encarna Sánchez
		Olga Viza	María Escario	Andoni Ferreño
		Ramón Sánchez Ocaña	C. García Ramos	Tate Montoya
		Elisenda Roca	Ana Blanco	
		Diego Carcedo	María Rey	
		Ramón Pellicer	Julio César Iglesias	
		Constantino Romero	Fernando Onega	
		Luis del Olmo	Elena Sánchez	
			Carmen Tomás	
			Luis Herrero	
Bajo (-30%)		J. L. Martín Prieto	Jaime Campmany	
			José Antonio Gavira	
			F. Jiménez Losantos	
			José Luis Gutiérrez	



Fernando García Delgado
M^a José Sáez
Joaquín Estefanía
Manuel Martín Ferrand
Paco Morales
Lourdes Suárez
Ernesto S. de Buruaga



Cuadro 5.6.6.

Conocimiento e Imagen Controvertida de Comunicadores Sociales

MARZO 95 - MARZO 96

IMAGEN CONTROVERTIDA

	Alta (+65%)	Media (40-65%)	Baja (-40%)
CONOCIMIENTO	Carmen Sevilla	José M ^a García	Matías Prats
	Julián Lago	Jesús Hermida	Julia Otero
	Isabel Gemio	Nieves Herrero	Iñaki Gabilondo
Alto (+70)		José M ^a Carrascal	Luis Mariñas
		Pepe Carroll	Paco Lobatón
		Pepe Navarro	Pedro Piqueras
			Emilio Aragón
Medio (30-70%)	Encarna Sánchez	Luis Herrero	Cristina G ^a Ramos
		Pedro J. Ramírez	Pilar Cernuda
		Andoni Ferreño	Manuel Campo Vidal
		Ana Rosa Quintana	María Escario
		Tate Montoya	Olga Viza
		Marta Robles	Elena Sánchez
		Julio César Iglesias	Ana Blanco
		J.J. Santos	Ramón Pellicer
			María Rey
			Ramón Sánchez Ocaña
			Fernando Onega
			Carmen Tomás
			Pedro Altares
		Elisenda Roca	
		Diego Carcedo	
		Eduardo Sotillos	
		Constantino Romero	
		Luis del Olmo	



Bajo
(-30%)

Jaime Campmany
Paco Morales
Lourdes Suárez

José Antonio Gavira
M. Martín Ferrand
F. Jiménez Losantos
José Luis Gutiérrez
Ernesto S. de Buruaga
Fernando G^a Delgado
M^a José Sáez
Joaquín Estefanía
José Luis Martín Prieto



Cuadro 5.6.7.

Valoración e Imagen Controvertida de Comunicadores Sociales

MARZO 95 - MARZO 96

IMAGEN CONTROVERTIDA		
Alta (+65%)	Media (40-65%)	Baja (-40%)
VALORACION Alto (+6,5)		Manuel Campo Vidal
		Pedro Piqueras
		Constantino Romero
		Matías Prats
		Luis del Olmo
		Luis Mariñas
		Iñaki Gabilondo
		Olga Viza
		Paco Lobatón
		Ramón Sánchez Ocaña
		José Luis Martín Prieto
		Elisenda Roca
		Diego Carcedo
	Ramón Pellicer	
	Emilio Aragón	
Medio (5,5-6,5)	Jesús Hermida	Cristina García Ramos
	Nieves Herrero	María Escario
	José M ^a García	Pilar Cernuda
	Pepe Carroll	Ana Blanco
	Marta Robles	Julia Otero
	José M ^a Carrascal	María Rey
	Jaime Campmany	Carmen Tomás
	Luis Herrero	José Antonio Gavira
	Pedro J. Ramírez	F. Jiménez Losantos
	Paco Morales	José Luis Gutiérrez
	Ana Rosa Quintana	Fernando Onega
	Lourdes Suárez	Fernando G ^a Delgado
	Julio César Iglesias	Joaquín Estefanía



Pepe Navarro
J.J. Santos

Elena Sánchez
M. Martín Ferrand
Pedro Altares
Eduardo Sotillos
Ernesto S. de Buruaga
M^a José Sáez

Carmen Sevilla Andoni Ferreño
Bajo Julián Lago Tate Montoya
(-5,5) Encarna Sánchez
Isabel Gemio



Cuadro 5.6.8.

**Porcentaje de Conocimiento de Diferentes Comunicadores
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1996	TOTAL MUESTRA	Luis del Olmo	Manuel Campo Vidal	Iñaki Gabilondo	Olga Viza	Joaquín Estefanía
TOTAL	(1212)	65	63	74	56	12
Edad:						
18 a 29 años	(316)	64	68	79	69	14
30 a 49 años	(412)	72	71	80	64	15
50 a 64 años	(261)	69	64	75	54	13
65 y más años	(222)	50	42	53	24	5
Posición Social:						
Baja	(368)	52	51	63	43	7
Media	(679)	68	66	77	59	12
Alta	(165)	81	80	82	71	25
Ideología:						
Izquierda	(542)	69	67	78	60	13
Centro	(237)	72	73	81	64	17
Derecha	(220)	60	60	67	52	11
Status Socioeconómico:						
Alto, Medio alto	(295)	77	79	82	71	21
Medio	(638)	67	65	77	58	11
Medio Bajo	(251)	48	46	56	37	7
Bajo	(27)	44	26	52	26	7
Clientes de:						
Bancos	(337)	71	69	77	65	16
Cajas	(827)	66	66	75	56	12
Exposición a Información:						
Alta	(435)	74	72	80	65	19
Baja	(539)	66	63	74	55	11
Ninguna	(238)	46	48	60	41	3



Cuadro 5.6.9.

**Valoración Asignada a Diferentes Comunicadores Sociales,
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1996	TOTAL MUESTRA	Luis del Olmo	Manuel Campo Vidal	Iñaki Gabilondo	Olga Viza	Joaquín Estefanía
TOTAL	(1212)	6,5	6,7	7,0	6,8	5,6
Edad:						
18 a 29 años	(316)	6,1	6,3	6,6	6,8	5,3
30 a 49 años	(412)	6,6	6,8	7,2	6,9	5,5
50 a 64 años	(261)	6,8	7,0	7,3	6,9	6,0
65 y más años	(222)	6,5	6,9	6,9	5,9	6,0
Posición Social:						
Baja	(368)	6,6	7,0	7,1	7,0	5,6
Media	(679)	6,6	6,7	6,9	6,7	5,4
Alta	(165)	6,1	6,5	7,1	6,6	5,9
Ideología:						
Izquierda	(542)	6,1	6,5	7,0	6,7	6,0
Centro	(237)	6,8	6,9	7,0	6,8	5,4
Derecha	(220)	7,2	6,8	6,8	7,0	5,6
Status Socioeconómico:						
Alto, Medio alto	(295)	6,4	6,5	6,7	6,6	5,5
Medio	(638)	6,6	6,8	7,1	7,0	5,7
Medio Bajo	(251)	6,5	6,9	7,0	6,5	5,5
Bajo	(27)	7,1	7,8	6,9	6,5	5,0
Clientes de:						
Bancos	(337)	6,5	6,7	7,0	6,7	6,0
Cajas	(827)	6,5	6,7	7,0	6,8	5,5
Exposición a Información:						
Alta	(435)	6,3	6,6	6,9	6,8	5,7
Baja	(539)	6,6	6,8	7,0	6,7	5,5
Ninguna	(238)	6,8	6,9	7,2	6,9	5,2



Cuadro 5.6.10.

Ranking de Notoriedad

MARZO 95 - MARZO 96

Comunicadores	%
1. Carmen Sevilla	93
2. Emilio Aragón	91
3. Paco Lobatón	87
4. Matías Prats	86
5. Jesús Hermida	83
6. Isabel Gemio	82
7. Nieves Herrero	82
8. Pepe Navarro	82
9. Luis Mariñas	78
10. José M ^a Carrascal	78
11. Julia Otero	77
12. Iñaki Gabilondo	76
13. José María García	74
14. Pedro Piqueras	72
15. Pepe Carroll	71
16. Constantino Romero	69
17. Luis del Olmo	68
18. Julián Lago	68
19. Ramón Sánchez Ocaña	66
20. Andoni Ferreño	65
21. Manuel Campo Vidal	64
22. Tate Montoya	57
23. Encarna Sánchez	55
24. Olga Viza	54
25. Elena Sánchez	50
26. Elisenda Roca	50
27. Ramón Pellicer	50
28. Ana Rosa Quintana	45
29. Marta Robles	45
30. Cristina García Ramos	45
31. Luis Herrero	44
32. J.J. Santos	42
33. María Escario	42



34. Carmen Tomás	41
35. Julio César Iglesias	40
36. Pilar Cernuda	38
37. Pedro Altares	35
38. María Rey	34
39. Ana Blanco	33
40. Pedro J. Ramírez	32
41. Diego Carcedo	32
42. Eduardo Sotillos	31
43. Fernando Onega	31
44. Manuel M. Ferrand	29
45. Fernando García Delgado	28
46. José Antonio Gavira	26
47. María José Sáez	21
48. F. Jiménez Losantos	20
49. Loudes Suárez	20
50. Paco Morales	19
51. José Luis Martín Prieto	16
52. Jaime Campmany	15
53. Ernesto Sáenz de Buruaga	13
54. José Luis Gutierrez	12
55. Joaquín Estefanía	10



Cuadro 5.6.11.

**Ranking de Comunicadores Sociales según las Valoraciones
Asignadas por los Entrevistados**

MARZO 95 - MARZO 96

Comunicadores	X
1. Iñaki Gabilondo	7,2
2. Constantino Romero	7,2
3. Pedro Piqueras	7,1
4. Paco Lobatón	7,1
5. Emilio Aragón	7,0
6. Olga Viza	6,9
7. Manuel Campo Vidal	6,8
8. Matías Prats	6,8
9. Luis Mariñas	6,6
10. José Luis Martín Prieto	6,6
11. Ramón Sánchez Ocaña	6,5
12. Luis del Olmo	6,5
13. Elisenda Roca	6,5
14. Diego Carcedo	6,5
15. Ramón Pellicer	6,5
16. Ana Blanco	6,4
17. María Escario	6,4
18. María Rey	6,4
19. Fernando García Delgado	6,4
20. Cristina García Ramos	6,2
21. José M ^a Carrascal	6,2
22. Manuel Martín Ferrand	6,2
23. Luis Herrero	6,2
24. Julia Otero	6,2
25. F. Jiménez Losantos	6,2
26. Fernando Onega	6,2
27. Pepe Navarro	6,1
28. Elena Sánchez	6,0
29. José Luis Gutiérrez	6,0
30. Jesús Hermida	6,0
31. Pilar Cernuda	6,0



32. Julio César Iglesias	6,0
33. José Antonio Gavira	5,9
34. Paco Morales	5,9
35. Carmen Tomás	5,8
36. Pedro J. Ramírez	5,8
37. Pedro Altares	5,8
38. Eduardo Sotillos	5,8
39. Marta Robles	5,8
40. Ana Rosa Quintana	5,7
41. Lourdes Suárez	5,7
42. J.J. Santos	5,7
43. M ^a José Sáez	5,7
44. Pepe Carroll	5,6
45. Jaime Campmany	5,6
46. Joaquín Estefanía	5,6
47. Nieves Herrero	5,5
48. José María García	5,5
49. Ernesto Sáenz de Buruaga	5,5
50. Tate Montoya	5,0
51. Isabel Gemio	4,8
52. Carmen Sevilla	4,7
53. Encarna Sánchez	4,6
54. Andoni Ferreño	4,6
55. Julián Lago	4,2



Cuadro 5.6.12.

Ranking de Discrepancia de Comunicadores Sociales

MARZO 95 - MARZO 96

Comunicadores	Discrepancia
1. Pedro Piqueras	27
2. Ramón Pellicer	28
3. Constantino Romero	29
4. Iñaki Gabilondo	29
5. Olga Viza	30
6. Manuel Campo Vidal	30
7. María Rey	30
8. Ana Blanco	31
9. Luis Mariñas	32
10. Diego Carcedo	32
11. José Luis Gutiérrez	33
12. José Luis Martín Prieto	33
13. José Antonio Gavira	34
14. María Escario	34
15. Matías Prats	34
16. Fernando García Delgado	34
17. Fernando Onega	34
18. Cristina García Ramos	34
19. Manuel Martín Ferrand	35
20. Ramón Sánchez Ocaña	35
21. Eduardo Sotillos	35
22. M ^a José Sáez	35
23. Elena Sánchez	36
24. Emilio Aragón	36
25. Ernesto Sáenz de Buruaga	36
26. Luis del Olmo	37
27. F. Jiménez Losantos	38
28. Julia Otero	38
29. Pilar Cernuda	38
30. Elisenda Roca	38
31. Joaquín Estefanía	38



32. Carmen Tomás	39
33. Pedro Altares	39
34. Paco Lobatón	39
35. Luis Herrero	40
36. Marta Robles	41
37. Paco Morales	41
38. Julio César Iglesias	41
39. Lourdes Suárez	43
40. Jaime Campmany	43
41. Ana Rosa Quintana	44
42. Pepe Navarro	44
43. J.J. Santos	45
44. Jesús Hermida	45
45. Pepe Carroll	49
46. José M ^a Carrascal	49
47. Pedro J. Ramírez	52
48. José M ^a García	53
49. Nieves Herrero	54
50. Tate Montoya	58
51. Andoni Ferreño	59
52. Isabel Gemio	65
53. Carmen Sevilla	66
54. Julián Lago	68
55. Encarna Sánchez	66

6. La Actualidad

Las preguntas de actualidad de este sondeo se han centrado, lógicamente, sobre la campaña electoral, sobre los comportamientos electorales, y sobre los resultados de las elecciones y sus posibles consecuencias.

6.1. LA CAMPAÑA ELECTORAL

Como en otras elecciones recientes, sólo un 5% de los entrevistados afirman que alguna persona perteneciente a algún partido político se haya dirigido a ellos para hablar de la campaña y de las elecciones, pero a diferencia de otras elecciones, en estas casi la mitad de los que fueron contactados lo fueron por alguien perteneciente al PP, y sólo una cuarta parte lo fueron por alguien del PSOE. Sólo los entrevistados de alta posición social, alto status socioeconómico y los que trabajan en el sector público parecen haber sido abordados por alguien en mayor proporción (10% en cada caso), y esa proporción parece ser mayor aún entre los votantes de partidos nacionalistas de izquierda (18%).

Además, un 8% de los entrevistados afirman haber sido abordados por alguna persona ajena a los partidos políticos para apoyar a algún partido o candidato concreto en esta campaña, siendo también la mitad de ellos para apoyar al PP o a Aznar, y sólo una cuarta parte para apoyar al PSOE o a González. La proporción de entrevistados que fueron abordados por alguna persona ajena a los partidos políticos fué algo mayor sólo entre los menores de 30 años (15%), entre los insatisfechos con el funcionamiento de la democracia (13%) y entre los de alto status socioeconómico (12%).

La participación activa de los españoles en la campaña electoral ha sido, como siempre, muy baja. Sólo un 5% de los entrevistados ha tratado de convencer a alguien de por qué tenía que votar o no votar a un partido concreto, sólo un 8% asistieron a algún mítin, conferencia, fiesta o algo parecido de algún partido político, sólo un 2% realizó algún trabajo o gestión para alguno de los partidos en la reciente campaña, y sólo un 7% de los entrevistados dicen que alguien hablase con ellos para que fuesen a votar. Todos estos datos son semejantes a los que se obtuvieron en el sondeo postelectoral de las elecciones generales de 1993. Además, examinando los datos por características socioeconómicas se puede comprobar que los votantes de partidos nacionalistas intentaron convencer a alguien de por qué tenían que votar en proporción doble que el conjunto de la muestra, los de alta posición social y los votantes de partidos nacionalistas de izquierda asistieron a mítines y actos de partidos en proporción al menos dos veces superior al conjunto de la muestra, y los de posición social alta y los votantes de partidos nacionalistas de izquierda realizaron trabajos para algún partido durante la campaña electoral en proporción cinco veces superior al conjunto de la muestra.

Por otra parte, más de la mitad de los entrevistados se muestran de acuerdo con que "la gente como yo no tiene ninguna influencia en lo que hace el Gobierno" y con que "no creo que a los que gobiernan les importe mucho lo que piensa la gente como yo". Y la mitad de los entrevistados se muestra de acuerdo en que "la política y las tareas de gobierno parecen a veces tan complicadas que personas como yo no pueden realmente comprender lo que sucede", aunque sólo una tercera parte se muestra en desacuerdo con la afirmación. Casi todos los segmentos sociales muestran su acuerdo, en mayor o menor medida, con cada una de las tres frases citadas, aunque el grado de acuerdo parece estar inversamente relacionado con la posición social y con el status socioeconómico familiar, así como con el grado de satisfacción con el funcionamiento de la democracia y con el gobierno, y con el interés por los acontecimientos políticos. Las únicas excepciones, en el sentido de que la proporción de los que están en desacuerdo es superior a la proporción de los que están de acuerdo se observa entre los de posición social y status socioeconómico altos, entre los que trabajan en el sector público y en el

privado por cuenta ajena, y entre los votantes de IU, en todos los casos por relación a la afirmación de que la gente corriente no puede comprender la política y las tareas de gobierno porque se trata de cuestiones muy complicadas.

Los entrevistados no parecen percibir en la campaña una función informativa o que les ayudase a tener una opinión más clara sobre muchos de los temas que enfrentaban a los partidos. Así, la proporción de entrevistados que dice que la campaña le sirvió para tener una opinión más clara sobre algunos temas es la siguiente: 26% respecto a lo que ha hecho bien o mal el gobierno, 28% respecto a las cualidades de los líderes políticos, 18% respecto al paro y sus posibles soluciones, 19% respecto a las ventajas y desventajas de subir o bajar los impuestos, 24% respecto a la situación económica del país, 27% respecto a la corrupción, 20% respecto a la prestación de los servicios públicos, 22% respecto a los programas de los partidos políticos, y 17% respecto al futuro del Estado de las Autonomías.

En general, parece que la campaña ha cumplido su función informativa en mayor medida, en relación con estas cuestiones, entre los menores de 30 años y los mayores de 65 años, entre los de alta posición social, los de derecha, los de status socioeconómico familiar medio bajo, los no activos, los satisfechos con el funcionamiento de la democracia y, sobre todo, entre los que votaron y entre los más interesados por los acontecimientos políticos.



Cuadro 6.1.1.

Entrevistados a los que se les ha dirigido alguna persona de algún partido político para captar su voto

	VI-93	III-96
----- Total	(1.219)	(1.212)
Si	6%	5%
No	93	95
NS/NC	*	*



Cuadro 6.1.2.

% de Entrevistados a los que se les ha dirigido alguna persona de algún partido político para hablar de esta última campaña, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	Sí	No	Ns/Nc
-----	-----	-----	-----	-----
Total	(1212)	5%	95	*
Edad:				
18 a 29 años	(316)	6%	94	-
30 a 49 años	(412)	5%	95	-
50 a 64 años	(261)	4%	95	*
65 y más años	(222)	4%	96	-
Posición Social:				
Baja	(367)	3%	97	-
Media	(680)	4%	96	*
Alta	(165)	10%	90	-
Ideología:				
Izquierda	(542)	7%	93	*
Centro	(237)	3%	97	-
Derecha	(220)	3%	97	-
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(286)	10%	90	*
Medio	(609)	3%	97	-
Medio Bajo	(289)	2%	98	-
Bajo	(28)	-%	100	-
Sector Económico:				
No activos	(649)	4%	96	*
En paro	(172)	4%	96	-
Sec.Publico	(69)	10%	90	-
Sec.Priv.c/ajena	(223)	6%	94	-
Sec.Priv.c/propia	(93)	5%	95	-
Clientes de:				
Bancos	(337)	7%	93	-
Cajas	(827)	5%	95	*
Votó en las elecciones generales:				
Si	(1086)	5%	95	*
No	(122)	2%	98	-



Intención de Voto Directa:				
PP	(328)	5%	95	-
PSOE	(389)	6%	94	-
IU	(113)	4%	96	-
Nacion. derecha	(83)	4%	95	1
Nacion. izquierda	(28)	18%	82	-
Otros, en blanco	(40)	-%	100	-
No votará	(66)	1%	99	-
No sabe	(68)	1%	99	-
No contesta	(97)	3%	97	-
Satisfacción con el Gobierno:				
Satisfechos	(438)	6%	94	*
Indiferentes	(198)	3%	97	-
Insatisfechos	(552)	4%	96	-
Satisfacción con la Democracia:				
Satisfechos	(673)	6%	94	*
Indiferentes	(175)	2%	98	-
Insatisfechos	(346)	4%	96	-
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:				
Mucho o bastante	(597)	8%	92	*
Poco o nada	(610)	1%	99	-



Cuadro 6.1.3.

Partido político al que pertenecía la persona que se dirigió a los entrevistados para captar su voto

	VI-93	III-96
-----	-----	-----
Base: Se dirigió alguna persona	(74)	(56)
PP	30%	43%
PSOE	46	25
IU	5	7
CiU	3	2
PNV	3	4
Otro partido	11	18
NS/NC	3	2

Cuadro 6.1.4.

Entrevistados a los que se les ha dirigido alguna persona ajena a los partidos políticos para lograr que apoyase a algún partido o candidato

	VI-93	III-96
-----	-----	-----
Total	(1.219)	(1.212)
Si	8%	8%
No	92	92
NS/NC	*	*



Cuadro 6.1.5.

% de Entrevistados a los que se les ha dirigido alguna persona ajena a los partidos políticos para que apoyase a algún partido o candidato concreto, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	Sí	No	Ns/Nc
-----	-----	-----	-----	-----
Total	(1212)	8%	92	*
Edad:				
18 a 29 años	(316)	15%	85	-
30 a 49 años	(412)	7%	93	*
50 a 64 años	(261)	3%	97	*
65 y más años	(222)	4%	96	-
Posición Social:				
Baja	(367)	6%	94	-
Media	(680)	8%	92	*
Alta	(165)	9%	91	-
Ideología:				
Izquierda	(542)	8%	92	-
Centro	(237)	10%	90	-
Derecha	(220)	8%	92	*
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(286)	12%	88	-
Medio	(609)	7%	93	*
Medio Bajo	(289)	5%	95	-
Bajo	(28)	4%	96	-
Sector Económico:				
No activos	(649)	6%	94	-
En paro	(172)	10%	90	1
Sec.Publico	(69)	10%	90	-
Sec.Priv.c/ajena	(223)	10%	90	*
Sec.Priv.c/propia	(93)	8%	92	-
Clientes de:				
Bancos	(337)	7%	93	*
Cajas	(827)	8%	92	*
Votó en las elecciones generales:				
Si	(1086)	8%	92	*
No	(122)	5%	95	-



Intención de Voto Directa:				
PP	(328)	10%	89	*
PSOE	(389)	7%	93	-
IU	(113)	4%	96	-
Nacion. derecha	(83)	10%	90	-
Nacion. izquierda	(28)	11%	89	-
Otros, en blanco	(40)	10%	90	-
No votará	(66)	5%	95	-
No sabe	(68)	-%	100	-
No contesta	(97)	6%	93	1
Satisfacción con el Gobierno:				
Satisfechos	(438)	7%	92	*
Indiferentes	(198)	6%	94	-
Insatisfechos	(552)	9%	91	-
Satisfacción con la Democracia:				
Satisfechos	(673)	6%	94	*
Indiferentes	(175)	4%	96	-
Insatisfechos	(346)	13%	87	-
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:				
Mucho o bastante	(597)	10%	90	-
Poco o nada	(610)	6%	94	*



Cuadro 6.1.6.

**Partido Político o Candidato al que pidieron que apoyase
la persona ajena a Partidos Políticos.**

	III-96
-----	-----
Base: Pidieron que apoyase	(92)
PP, Aznar	51%
PSOE, González	27
IU, Anguita	12
CiU, Molins	1
PNV, Anasagasti	1
Otros	4
NS/NC	3

Cuadro 6.1.7.

**Entrevistados que han tratado de convencer a alguien
para que votaran por un determinado partido**

	VI-93	III-96
-----	-----	-----
Total	(1.219)	(1.212)
Si	8%	5%
No	92	94
NS/NC	*	*



Cuadro 6.1.8.

% de Entrevistados que intentaron convencer a alguien de por qué tenía que votar o no votar a un determinado partido, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	Sí	No	Ns/Nc
-----	-----	-----	-----	-----
Total	(1212)	5%	94	*
Edad:				
18 a 29 años	(316)	6%	94	-
30 a 49 años	(412)	6%	94	-
50 a 64 años	(261)	4%	95	1
65 y más años	(222)	4%	96	*
Posición Social:				
Baja	(367)	3%	96	*
Media	(680)	6%	94	*
Alta	(165)	8%	92	1
Ideología:				
Izquierda	(542)	8%	92	*
Centro	(237)	6%	93	*
Derecha	(220)	3%	96	*
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(286)	8%	92	-
Medio	(609)	5%	95	*
Medio Bajo	(289)	3%	96	1
Bajo	(28)	4%	96	-
Sector Económico:				
No activos	(649)	4%	95	*
En paro	(172)	7%	93	-
Sec.Publico	(69)	9%	91	-
Sec.Priv.c/ajena	(223)	5%	95	-
Sec.Priv.c/propia	(93)	8%	92	-
Clientes de:				
Bancos	(337)	7%	93	1
Cajas	(827)	5%	94	*
Votó en las elecciones generales:				
Si	(1086)	6%	94	*
No	(122)	2%	98	-



Intención de Voto Directa:				
PP	(328)	5%	95	1
PSOE	(389)	7%	93	-
IU	(113)	4%	95	1
Nacion. derecha	(83)	10%	90	-
Nacion. izquierda	(28)	14%	86	-
Otros, en blanco	(40)	5%	95	-
No votará	(66)	2%	98	-
No sabe	(68)	-%	100	-
No contesta	(97)	2%	98	-
Satisfacción con el Gobierno:				
Satisfechos	(438)	7%	93	*
Indiferentes	(198)	4%	96	-
Insatisfechos	(552)	5%	95	*
Satisfacción con la Democracia:				
Satisfechos	(673)	6%	94	*
Indiferentes	(175)	3%	97	-
Insatisfechos	(346)	5%	94	1
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:				
Mucho o bastante	(597)	9%	91	*
Poco o nada	(610)	2%	98	*



Cuadro 6.1.9.

Entrevistados que han participado en algún mítin,
conferencia o fiesta de algún partido político

	VI-93	III-96
-----	-----	-----
Total	(1.219)	(1.212)
Si	9%	8%
No	91	92
NS/NC	*	*



Cuadro 6.1.10.

% de Entrevistados que fueron a algún mítin, conferencia, fiesta o algo parecido de algún partido político, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	Sí	No	Ns/Nc
Total	(1212)	8%	92	*
Edad:				
18 a 29 años	(316)	9%	91	-
30 a 49 años	(412)	9%	91	*
50 a 64 años	(261)	7%	92	1
65 y más años	(222)	5%	95	-
Posición Social:				
Baja	(367)	6%	94	-
Media	(680)	7%	93	1
Alta	(165)	15%	85	1
Ideología:				
Izquierda	(542)	10%	89	1
Centro	(237)	5%	95	*
Derecha	(220)	10%	90	-
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(286)	12%	88	*
Medio	(609)	6%	93	*
Medio Bajo	(289)	7%	93	*
Bajo	(28)	4%	93	4
Sector Económico:				
No activos	(649)	7%	93	*
En paro	(172)	9%	91	1
Sec.Publico	(69)	9%	90	1
Sec.Priv.c/ajena	(223)	8%	92	-
Sec.Priv.c/propia	(93)	10%	90	-
Clientes de:				
Bancos	(337)	8%	92	-
Cajas	(827)	8%	91	*
Votó en las elecciones generales:				
Si	(1086)	8%	91	*
No	(122)	2%	98	-



Intención de Voto Directa:				
PP	(328)	9%	91	*
PSOE	(389)	8%	91	1
IU	(113)	9%	91	-
Nacion. derecha	(83)	6%	94	-
Nacion. izquierda	(28)	25%	75	-
Otros, en blanco	(40)	5%	93	2
No votará	(66)	-%	100	-
No sabe	(68)	1%	97	1
No contesta	(97)	4%	96	-
Satisfacción con el Gobierno:				
Satisfechos	(438)	8%	91	*
Indiferentes	(198)	3%	97	-
Insatisfechos	(552)	9%	91	1
Satisfacción con la Democracia:				
Satisfechos	(673)	7%	92	*
Indiferentes	(175)	7%	93	1
Insatisfechos	(346)	8%	91	1
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:				
Mucho o bastante	(597)	11%	89	*
Poco o nada	(610)	4%	95	*



Cuadro 6.1.11.

Entrevistados que han realizado algún trabajo o
gestión para alguno de los partidos

	VI-93	III-96
-----	-----	-----
Total	(1.219)	(1.212)
Si	2%	2%
No	98	98
NS/NC	*	*



Cuadro 6.1.12.

% de Entrevistados que han realizado algún trabajo o gestión para alguno de los partidos en la última campaña electoral, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	Sí	No	Ns/Nc
-----	-----	-----	-----	-----
Total	(1212)	2%	98	*
Edad:				
18 a 29 años	(316)	2%	98	-
30 a 49 años	(412)	4%	95	*
50 a 64 años	(261)	2%	98	*
65 y más años	(222)	-%	100	*
Posición Social:				
Baja	(367)	1%	99	*
Media	(680)	1%	99	*
Alta	(165)	10%	90	1
Ideología:				
Izquierda	(542)	3%	97	*
Centro	(237)	2%	98	*
Derecha	(220)	3%	97	-
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(286)	5%	95	*
Medio	(609)	2%	98	*
Medio Bajo	(289)	*%	99	*
Bajo	(28)	4%	96	-
Sector Económico:				
No activos	(649)	1%	99	*
En paro	(172)	2%	98	-
Sec.Publico	(69)	6%	93	1
Sec.Priv.c/ajena	(223)	3%	97	-
Sec.Priv.c/propia	(93)	6%	94	-
Clientes de:				
Bancos	(337)	3%	96	1
Cajas	(827)	2%	98	*
Votó en las elecciones generales:				
Si	(1086)	2%	97	*
No	(122)	1%	99	-



Intención de Voto Directa:				
PP	(328)	3%	97	-
PSOE	(389)	2%	98	*
IU	(113)	4%	96	-
Nacion. derecha	(83)	-%	100	-
Nacion. izquierda	(28)	14%	86	-
Otros, en blanco	(40)	3%	97	-
No votará	(66)	-%	100	-
No sabe	(68)	-%	100	-
No contesta	(97)	1%	97	2
Satisfacción con el Gobierno:				
Satisfechos	(438)	2%	98	-
Indiferentes	(198)	2%	98	-
Insatisfechos	(552)	3%	97	1
Satisfacción con la Democracia:				
Satisfechos	(673)	2%	98	*
Indiferentes	(175)	2%	97	1
Insatisfechos	(346)	3%	97	-
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:				
Mucho o bastante	(597)	4%	96	*
Poco o nada	(610)	1%	99	*



Cuadro 6.1.13.

Entrevistados a los que alguna persona les ha
pedido que votase en las elecciones

	VI-93	III-96
----- Total	(1.219)	(1.212)
Si	10%	7%
No	89	93
NS/NC	1	*



Cuadro 6.1.14.

% de Entrevistados a los que alguien les ha hablado para que fuesen a votar, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	Sí	No	Ns/Nc
-----	-----	-----	-----	-----
Total	(1212)	7%	93	*
Edad:				
18 a 29 años	(316)	11%	89	*
30 a 49 años	(412)	8%	92	*
50 a 64 años	(261)	3%	97	*
65 y más años	(222)	5%	94	1
Posición Social:				
Baja	(367)	6%	93	1
Media	(680)	7%	93	*
Alta	(165)	8%	91	1
Ideología:				
Izquierda	(542)	7%	93	1
Centro	(237)	8%	91	*
Derecha	(220)	7%	93	-
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(286)	9%	91	-
Medio	(609)	7%	93	*
Medio Bajo	(289)	6%	94	*
Bajo	(28)	4%	93	4
Sector Económico:				
No activos	(649)	6%	93	*
En paro	(172)	7%	92	1
Sec.Publico	(69)	13%	87	-
Sec.Priv.c/ajena	(223)	7%	93	*
Sec.Priv.c/propia	(93)	7%	93	-
Clientes de:				
Bancos	(337)	7%	92	1
Cajas	(827)	7%	93	*
Votó en las elecciones generales:				
Si	(1086)	7%	93	*
No	(122)	8%	91	1



Intención de Voto Directa:				
PP	(328)	8%	92	*
PSOE	(389)	7%	92	1
IU	(113)	4%	96	-
Nacion. derecha	(83)	7%	93	-
Nacion. izquierda	(28)	7%	93	-
Otros, en blanco	(40)	12%	88	-
No votará	(66)	9%	88	3
No sabe	(68)	3%	97	-
No contesta	(97)	4%	96	-
Satisfacción con el Gobierno:				
Satisfechos	(438)	8%	92	*
Indiferentes	(198)	7%	92	1
Insatisfechos	(552)	6%	93	*
Satisfacción con la Democracia:				
Satisfechos	(673)	6%	93	*
Indiferentes	(175)	6%	93	1
Insatisfechos	(346)	9%	91	-
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:				
Mucho o bastante	(597)	9%	91	*
Poco o nada	(610)	5%	94	*



Cuadro 6.1.15.

Grado de acuerdo ante las siguientes frases

MARZO 1996	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Muy en Desacuerdo	NS/NC	INDICE	
							VI-93	III-96
- La gente como yo no tiene ninguna influencia en lo que hace el Gobierno.....	11%	47	9	21	10	3	127	128
- No creo que a los que gobiernan les importe mucho lo que piensa la gente como yo.....	11%	44	13	18	11	4	126	127
- La política y las tareas de gobierno parecen a veces tan complicadas que personas como yo no pueden realmente comprender lo que sucede.....	9%	41	14	21	11	4	127	118



Cuadro 6.1.16.

**Indice del Grado de Acuerdo con distintas frases,
por Características Socioeconómicas**

MARZO 1996	Total	(1)	(2)	(3)
-----	-----	-----	-----	-----
Total	(1212)	128	127	119
Edad:				
18 a 29 años	(316)	123	124	112
30 a 49 años	(412)	124	122	105
50 a 64 años	(261)	138	131	134
65 y más años	(222)	129	137	136
Posición Social:				
Baja	(367)	133	132	142
Media	(680)	126	127	115
Alta	(165)	124	115	82
Ideología:				
Izquierda	(542)	121	120	109
Centro	(237)	129	136	121
Derecha	(220)	122	116	123
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(286)	118	119	96
Medio	(609)	129	130	118
Medio Bajo	(289)	133	128	139
Bajo	(28)	139	147	154
Sector Económico:				
No activos	(649)	132	134	133
En paro	(172)	118	110	114
Sec.Publico	(69)	135	119	80
Sec.Priv.c/ajena	(223)	125	122	96
Sec.Priv.c/propia	(93)	116	128	112
Clientes de:				
Bancos	(337)	120	126	114
Cajas	(827)	129	128	117
Votó en las elecciones generales:				
Si	(1086)	126	126	118
No	(122)	142	139	118



Intención de Voto Directa:				
PP	(328)	127	128	118
PSOE	(389)	116	110	125
IU	(113)	126	127	89
Nacion. derecha	(83)	126	128	116
Nacion. izquierda	(28)	128	153	103
Otros, en blanco	(40)	155	133	105
No votará	(66)	158	159	130
No sabe	(68)	118	128	130
No contesta	(97)	153	160	124
Satisfacción con el Gobierno:				
Satisfechos	(438)	118	111	121
Indiferentes	(198)	129	128	128
Insatisfechos	(552)	135	140	113
Satisfacción con la Democracia:				
Satisfechos	(673)	118	118	116
Indiferentes	(175)	132	139	134
Insatisfechos	(346)	143	139	114
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:				
Mucho o bastante	(597)	113	117	102
Poco o nada	(610)	142	136	135

- (1) La gente como yo no tiene ninguna influencia en lo que hace el Gobierno.
- (2) No creo que a los que gobiernen les importe mucho lo que piensa la gente como yo.
- (3) La política y las tareas de gobierno parecen a veces tan complicadas que personas como yo no pueden realmente comprender lo que sucede.



Cuadro 6.1.17.

Grado en que le ha servido a los entrevistados la Campaña Electoral para tener una opinión más clara sobre los siguientes temas

MARZO 1996	Mucho	Bastante	Poco	Nada	NS/ NC	INDICE
- Lo que ha hecho bien o mal el Gobierno	4%	22	28	41	4	57
- Las cualidades de los líderes políticos	4%	23	28	40	4	59
- El paro y sus posibles soluciones	4%	14	33	44	4	41
- Las ventajas y desventajas de subir o bajar los impuestos	4%	14	32	43	6	43
- La situación económica del país	5%	19	30	42	4	52
- La corrupción	6%	21	27	42	4	58
- La prestación de los servicios públicos	3%	16	32	42	7	46
- Los programas de los partidos políticos	4%	19	29	43	6	51
- El futuro del Estado de las Autonomías	2%	15	28	46	9	43



Cuadro 6.1.18.

Indice sobre si la campaña electoral ha servido para tener una opinión más clara sobre distintos temas, por Características Socioeconómicas

MARZO 1996	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Total	(1212)	57	59	41	43	52	58	46	51	43
Edad:										
18 a 29 años	(316)	55	62	42	46	57	64	50	54	43
30 a 49 años	(412)	51	51	37	39	48	57	41	48	42
50 a 64 años	(261)	59	61	36	42	47	50	46	47	37
65 y más años	(222)	66	67	54	47	58	62	50	55	53
Posición Social:										
Baja	(367)	58	62	41	45	55	61	48	51	43
Media	(680)	54	56	40	40	49	55	44	49	41
Alta	(165)	63	67	46	49	57	63	52	56	54
Ideología:										
Izquierda	(542)	61	67	40	43	51	58	49	50	43
Centro	(237)	67	58	47	40	57	57	42	52	44
Derecha	(220)	60	72	58	58	64	76	60	69	59
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(286)	55	71	39	43	53	56	46	52	47
Medio	(609)	55	53	38	39	50	57	43	51	38
Medio Bajo	(289)	64	63	53	53	58	62	54	51	52
Bajo	(28)	36	29	22	28	36	57	36	29	40
Sector Económico:										
No activos	(649)	61	66	45	45	54	61	49	54	46
En paro	(172)	56	50	42	45	54	60	47	51	45
Sec.Publico	(69)	39	45	41	49	54	55	55	49	48
Sec.Priv.c/ajena	(223)	54	58	39	39	50	51	44	50	39
Sec.Priv.c/propia	(93)	51	45	24	31	39	54	24	32	31
Clientes de:										
Bancos	(337)	62	63	50	48	62	69	51	61	43
Cajas	(827)	57	61	40	43	50	57	46	49	43
Votó en las elecciones generales:										
Si	(1086)	58	61	42	44	53	59	47	52	44
No	(122)	48	44	37	35	42	53	43	42	34



Intención de Voto Directa:										
PP	(328)	58	64	50	54	63	74	51	59	49
PSOE	(389)	65	70	43	41	56	59	52	58	46
IU	(113)	61	62	39	47	57	59	45	51	40
Nacion. derecha	(83)	54	52	36	28	30	37	39	36	46
Nacion. izquierda	(28)	39	43	25	25	32	43	28	21	14
Otros, en blanco	(40)	58	35	30	20	35	40	25	23	20
No votará	(66)	38	35	26	35	38	47	39	30	27
No sabe	(68)	37	38	24	34	37	47	33	35	43
No contesta	(97)	45	48	40	44	45	42	39	52	44
Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(438)	64	69	44	42	51	55	49	56	46
Indiferentes	(198)	53	54	38	36	51	55	39	46	40
Insatisfechos	(552)	53	53	40	45	53	61	47	48	42
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(673)	60	69	43	46	56	58	49	57	47
Indiferentes	(175)	48	44	35	30	36	50	34	37	29
Insatisfechos	(346)	55	49	41	45	53	64	49	46	43
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:										
Mucho o bastante	(597)	69	74	47	48	60	64	54	62	53
Poco o nada	(610)	45	44	35	37	45	52	38	40	34

- (1) Lo que ha hecho bien o mal el Gobierno
- (2) Las cualidades de los líderes políticos
- (3) El paro y sus posibles soluciones
- (4) Las ventajas y desventajas de subir o bajar los impuestos

- (5) la situación económica del país
- (6) La corrupción
- (7) La prestación de los servicios públicos
- (8) Los programas de los partidos políticos
- (9) El futuro del Estado de las Autonomías

6.2. PARTICIPACION ELECTORAL Y VOTO

Un 71% de los entrevistados afirma que siempre vota en las elecciones, y un 10% adicional afirma haber tomado su decisión de votar o no votar antes de convocarse las elecciones. Por consiguiente, un 10% de los entrevistados, como en 1993, tomó su decisión respecto a si votar o no votar después de que se convocaran las elecciones, y el 9% restante dice no votar nunca. Por comparación con las elecciones de 1993, la proporción de entrevistados que en estas elecciones de 1996 tomó su decisión respecto a si votar o no votar desde que se inició la campaña fué del 8% (frente a 5% en 1993). Este dato sugiere, por tanto, que la campaña electoral puede haber tenido esta vez un impacto algo mayor que en 1993 sobre los comportamientos electorales. Apenas se pueden señalar diferencias significativas entre segmentos sociales, ya que alrededor de tres cuartas partes de los entrevistados en cualquier segmento social afirma votar siempre. Sin embargo, se observa una vez más la menor proporción de votantes entre los menores de 30 años (un 15% en esta ocasión afirma no votar nunca).

En cuanto al partido al que se iba a votar, un 53% dice que siempre vota al mismo partido, y otro 26% dice haberlo decidido antes de que se convocaran las elecciones. Sólo un 12% decidió el partido que iba a votar desde que se convocaron las elecciones (19% en 1993), y un 9% tomó su decisión después de iniciarse la campaña oficial (11% en 1993). Es evidente que esta proporción es suficientemente importante como para modificar significativamente las previsiones electorales basadas en las respuestas de intención de voto recogidas antes de iniciarse la campaña electoral oficial. Pero tampoco en este aspecto se detectan diferencias significativas entre segmentos sociales, ya que más de tres cuartas partes de los entrevistados en cualquier segmento social dicen haber decidido a qué partido votar antes de convocarse las elecciones.

Además, un 67% de los entrevistados dice haber votado al mismo partido que en 1993 (en 1993 un 62% afirmó haber votado al mismo partido que en 1989). Debe resaltarse que un 83% de los que afirman ser votantes del PSOE votaron a ese partido en 1993, mientras que sólo un 67% de los votantes del PP votaron a ese partido en 1993, lo que parece demostrar que el PP ha tenido en estas elecciones una mayor proporción de votantes que votaron a otro partido o no votaron en 1993, mientras que el PSOE ha reclutado sus actuales votantes en mucha mayor medida de los que ya le votaron entonces. Los datos confirman por tanto los resultados electorales.

De manera más específica, un 90% de los entrevistados afirma haber votado el pasado 3 de marzo, lo que implica una proporción 12 puntos porcentuales superior a la participación real (78%) y demuestra una vez más la reticencia de los españoles a admitir no haber votado. Este dato es común, por otra parte, a todos los segmentos sociales.

Los que admiten no haber votado lo justifican principalmente en que no pudieron (27%), no les interesa (22%), o les han decepcionado los partidos (15%), pero si hubieran votado dicen que lo habrían hecho principalmente por el PSOE (18%) o por el PP (16%). El número de los que afirman no haber votado es tan pequeño, sin embargo, que las diferencias que puedan observarse entre segmentos sociales respecto a las razones por las que no han votado carecen de significación estadística. Y lo mismo debe decirse respecto al partido que habrían votado de haberlo hecho.

Un 33% de los entrevistados afirma haber votado al PSOE en las pasadas elecciones de marzo (4 puntos porcentuales por encima del resultado real, sobre 100 electores) y lo justifican principalmente en Felipe González (32%) y en que es el partido que mejor puede solucionar los problemas (24%). Un 26% de los entrevistados dice haber votado al PP (4 puntos porcentuales por debajo de su resultado real, sobre 100 electores), y lo justifican en que es el partido que mejor puede resolver los problemas de España (36%) y en su deseo de que los socialistas no siguiesen en el Gobierno (17%). Un 9% de los entrevistados dice haber votado a IU (en realidad

le votaron el 8% del censo electoral), sobre todo porque es un partido de izquierda (26%), porque es el partido que mejor puede solucionar los problemas (14%), y por Anguita (12%). En cuanto al 10% que afirman haber votado a otros partidos (11% en realidad), dicen haberlo hecho sobre todo para que se tengan en cuenta los intereses de su Comunidad Autónoma (50%) y por su ideología (24%).

Estos datos demuestran que sigue existiendo cierta ocultación de voto hacia el PP, ya que, de acuerdo con este recuerdo de voto, comparado con los resultados reales, se observa una sub-estimación de voto hacia el PP y una sobre-estimación del voto al PSOE, como es habitual. Concretamente, sólo los de posición social alta, los de centro y derecha, los de alto status socioeconómico, los que trabajan por cuenta propia, los votantes del PP, y los insatisfechos con el gobierno y con la democracia, afirman haber votado por el PP en mayor proporción que por el PSOE, lo que sugiere que en estos segmentos el voto al PP ha sido muy superior al promedio. En cuanto a las razones por las que se ha votado a cada uno de los partidos citados, no se observan diferencias significativas entre segmentos sociales, debido entre otras razones a las pequeñas frecuencias de entrevistados en la mayor parte de los segmentos.

Por otra parte, sólo un 7% de los entrevistados admite haber dudado entre varios partidos al tener que votar, y de ellos un 20% dudó entre PSOE y PP, y otra proporción igual dice haber dudado entre PSOE e IU. La duda parece haber sido algo mayor, en términos relativos, entre los menores de 30 años y los de centro (10% y 11% respectivamente). Precisamente, y aunque las frecuencias son muy pequeñas en muchos segmentos sociales, parece que los menores de 50 años dudaron sobre todo entre el PSOE e IU, mientras que los mayores de esa edad dudaron principalmente entre PP y PSOE.

Además, sólo un 27% de los entrevistados afirma recordar el nombre del cabeza de lista por su provincia del partido al que votó en las pasadas elecciones de marzo, aunque buena parte de ellos dieron un nombre equivocado. El recuerdo es mayor entre los de 30 a 64 años, y parece estar directamente relacionado con la posición social, con el status socioeconómico, con el voto en las pasadas elecciones, y con el grado de interés por los acontecimientos políticos.



Cuadro 6.2.1.

Momento en el que decidió ir a votar

	VI-93	III-96
Total	(1.219)	(1.212)
Siempre voto	67%	71%
Antes de convocarse las Elecciones	10	10
Después de convocarse las Elecciones y antes de iniciarse la campaña oficial	5	2
Durante la campaña oficial	1	3
El día antes (día de reflexión)	1	1
El mismo día de la votación	3	4
No voto/nunca voto	12	9
NS/NC	2	1



Cuadro 6.2.2.

Momento en el que decidió ir a votar, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	Siempre voto	Antes de convocar las elecciones	Después de convocar las elecciones	Durante la campaña electoral	El día de reflexión	El mismo día de las elecciones	No votó/ nunca	Ns/ Nc
Total	(1212)	71%	10	2	3	1	4	9	1
Edad:									
18 a 29 años	(316)	56%	14	3	4	2	6	15	1
30 a 49 años	(412)	73%	8	2	3	1	4	9	-
50 a 64 años	(261)	77%	10	2	2	1	3	5	1
65 y más años	(222)	79%	9	*	1	1	3	6	1
Posición Social:									
Baja	(367)	71%	10	1	3	1	3	11	1
Media	(680)	71%	10	2	2	1	4	9	*
Alta	(165)	70%	12	2	4	1	4	7	-
Ideología:									
Izquierda	(542)	74%	11	2	2	1	3	7	*
Centro	(237)	68%	11	3	4	1	5	7	*
Derecha	(220)	81%	8	1	3	1	2	4	*
Status Socioeconómico Familiar:									
Alto, Medio alto	(286)	68%	14	3	4	1	3	5	*
Medio	(609)	69%	10	1	3	1	4	10	1
Medio Bajo	(289)	76%	7	1	1	1	5	9	1
Bajo	(28)	68%	11	-	-	-	-	21	-
Sector Económico:									
No activos	(649)	73%	10	1	2	1	2	9	1
En paro	(172)	68%	7	1	4	2	8	10	-
Sec.Publico	(69)	69%	7	3	4	1	3	12	-
Sec.Priv.c/ajena	(223)	66%	13	2	3	1	6	8	*
Sec.Priv.c/propia	(93)	67%	12	2	2	1	4	12	-
Clientes de:									
Bancos	(337)	70%	7	3	4	1	6	9	*
Cajas	(827)	72%	11	1	2	1	3	8	1
Votó en las elecciones generales:									
Si	(1086)	78%	11	2	3	1	4	*	1
No	(122)	6%	2	1	-	-	2	88	1



Intención de Voto Directa:										
PP	(328)	75%	10	1	3	2	3	6	*	
PSOE	(389)	78%	10	2	3	1	3	3	1	
IU	(113)	73%	10	2	4	1	5	6	-	
Nacion. derecha	(83)	72%	14	1	1	2	4	5	-	
Nacion. izquierda	(28)	82%	11	-	-	-	-	7	-	
Otros, en blanco	(40)	40%	25	2	2	2	13	15	-	
No votará	(66)	11%	3	-	5	-	8	73	2	
No sabe	(68)	71%	4	7	-	1	7	9	-	
No contesta	(97)	73%	11	1	4	-	3	5	2	
Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(438)	78%	9	1	3	*	3	5	1	
Indiferentes	(198)	63%	10	2	3	2	7	13	1	
Insatisfechos	(552)	67%	12	2	2	2	4	10	*	
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(673)	74%	11	1	3	1	4	7	1	
Indiferentes	(175)	63%	13	2	2	1	6	14	1	
Insatisfechos	(346)	68%	9	2	3	2	4	11	1	
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:										
Mucho o bastante	(597)	74%	10	2	2	1	4	7	*	
Poco o nada	(610)	67%	11	1	3	1	4	11	1	



Cuadro 6.2.3.

Momento en el que decidió a qué Partido iba a votar

	VI-93	III-96

Total	(1.219)	(1.212)
Siempre voto al mismo partido	49%	53%
Antes de convocarse las Elecciones	18	26
Después de convocarse las Elecciones y antes de iniciarse la campaña oficial	8	3
Durante la campaña electoral oficial	4	4
El día antes (día de reflexión)	2	1
El mismo día de la votación	4	4
No voto/nunca voto	12	9
NS/NC	3	1



Cuadro 6.2.4.

**Momento en el que decidió a qué partido iba a votar,
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1996	Total	Siempre vota al mismo	Antes de convocar las elecciones	Después de convocar las elecciones	Durante la campaña electoral	El día de reflexión	El mismo día de las elecciones	No votó/ No vota nunca	Ns/ Nc
Total	(1212)	53%	26	3	4	1	4	9	1
Edad:									
18 a 29 años	(316)	40%	26	4	7	1	6	15	1
30 a 49 años	(412)	51%	30	3	4	1	2	8	-
50 a 64 años	(261)	60%	24	2	2	1	5	5	2
65 y más años	(222)	65%	21	1	2	1	3	6	*
Posición Social:									
Baja	(367)	53%	24	2	4	1	4	11	2
Media	(680)	53%	26	3	4	1	4	9	*
Alta	(165)	52%	29	2	5	1	3	7	1
Ideología:									
Izquierda	(542)	59%	25	2	4	1	2	6	*
Centro	(237)	41%	31	4	8	2	5	8	-
Derecha	(220)	64%	27	1	2	*	2	4	*
Status Socioeconómico Familiar:									
Alto, Medio alto	(286)	46%	34	3	6	1	3	5	*
Medio	(609)	52%	25	3	4	1	5	10	1
Medio Bajo	(289)	60%	20	2	2	1	4	10	1
Bajo	(28)	61%	21	-	-	-	-	18	-
Sector Económico:									
No activos	(649)	55%	24	3	3	1	4	9	1
En paro	(172)	53%	25	2	4	2	5	9	1
Sec.Publico	(69)	49%	25	6	7	-	1	10	1
Sec.Priv.c/ajena	(223)	48%	28	2	5	1	6	8	-
Sec.Priv.c/propia	(93)	46%	34	1	4	-	2	12	-
Clientes de:									
Bancos	(337)	52%	25	3	6	2	3	9	-
Cajas	(827)	52%	28	2	4	1	4	8	1



Votó en las elecciones generales:										
Si	(1086)	58%	28	3	4	1	4	*	1	
No	(122)	4%	4	-	2	-	1	89	1	
Intención de Voto Directa:										
PP	(328)	52%	31	2	5	1	4	6	1	
PSOE	(389)	64%	24	2	3	1	2	4	1	
IU	(113)	57%	23	6	4	2	3	6	-	
Nacion. derecha	(83)	49%	40	-	2	1	2	5	-	
Nacion. izquierda	(28)	68%	11	4	11	-	-	7	-	
Otros, en blanco	(40)	20%	35	5	8	-	15	15	2	
No votará	(66)	6%	11	2	2	-	8	71	2	
No sabe	(68)	51%	19	4	4	1	10	9	-	
No contesta	(97)	53%	22	3	6	3	5	5	3	
Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(438)	58%	24	3	4	1	3	5	1	
Indiferentes	(198)	51%	23	2	3	3	5	13	1	
Insatisfechos	(552)	48%	29	3	4	1	5	10	*	
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(673)	56%	26	3	4	1	3	7	1	
Indiferentes	(175)	52%	22	1	5	-	5	13	1	
Insatisfechos	(346)	47%	28	3	4	1	5	11	1	
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:										
Mucho o bastante	(597)	56%	27	3	4	1	3	7	*	
Poco o nada	(610)	49%	25	3	5	1	5	11	1	



Cuadro 6.2.5.

Comportamiento de los entrevistados en las Elecciones Generales
del 3 de Marzo respecto al voto de las Elecciones de 1993

	(*)	
	VI-93	III-96
-----	-----	-----
Total	(1.219)	(1.212)
Sí, votó lo mismo, al mismo partido	62%	67%
No, votó a otro partido	12	15
En 1993 no pudo votar por no tener edad	7	5
En 1993 no pudo votar por no estar en el censo	1	1
En estas elecciones de 1996 no pudo votar por no estar en el censo	1	*
No votó ni en 1993 ni en 1996	4	4
Nunca vota	5	3
Otro	3	3
NS/NC	4	2

(*) Los datos correspondientes a junio de 1993 hacen referencia a las elecciones generales de 1989.



Cuadro 6.2.6.

**Votó lo mismo o distinto que en las Elecciones Generales de 1993,
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1996	Total	Si, votó lo mismo	No, votó a otro	No pudo votar por no tener la edad	No pudo votar en 1993 por no estar en el censo	No pudo votar en 1996 por no estar en el censo	No votó ni en 1993 ni en 1996	Nunca vota	Otra	Ns/Nc
Total	(1212)	67%	15	5	1	*	4	3	3	2
Edad:										
18 a 29 años	(316)	47%	15	19	1	-	6	5	4	3
30 a 49 años	(412)	68%	19	*	1	*	3	4	4	1
50 a 64 años	(261)	79%	14	-	-	-	3	2	1	2
65 y más años	(222)	82%	8	*	-	*	3	1	3	2
Posición Social:										
Baja	(367)	69%	9	6	*	*	5	4	2	4
Media	(680)	65%	17	6	1	*	3	3	4	1
Alta	(165)	70%	16	1	1	1	2	2	4	3
Ideología:										
Izquierda	(542)	73%	13	5	*	*	3	2	3	1
Centro	(237)	61%	20	7	1	-	3	1	4	2
Derecha	(220)	76%	13	5	*	*	2	-	3	*
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(286)	63%	20	7	1	*	2	1	4	1
Medio	(609)	66%	14	6	*	*	4	3	4	2
Medio Bajo	(289)	73%	11	2	-	*	3	5	2	3
Bajo	(28)	61%	14	-	-	-	11	7	7	-
Sector Económico:										
No activos	(649)	70%	12	7	*	*	3	4	2	2
En paro	(172)	64%	17	3	1	1	2	3	5	5
Sec.Publico	(69)	59%	19	1	1	-	4	-	10	4
Sec.Priv.c/ajena	(223)	66%	17	4	1	*	5	2	3	1
Sec.Priv.c/propia	(93)	60%	23	2	-	-	5	4	5	-
Clientes de:										
Bancos	(337)	67%	14	4	1	-	5	2	4	3
Cajas	(827)	70%	15	4	*	*	3	3	3	2



Votó en las elecciones generales:

Si	(1086)	74%	16	5	*	*	*	-	2	2
No	(122)	3%	2	8	1	2	32	32	17	2
Intención de Voto Directa:										
PP	(328)	67%	19	6	*	*	2	1	4	2
PSOE	(389)	83%	6	4	1	1	2	1	2	1
IU	(113)	66%	16	5	2	-	4	2	3	2
Nacion. derecha	(83)	70%	16	8	-	-	1	1	4	-
Nacion. izquierda	(28)	71%	21	4	-	-	-	4	-	-
Otros, en blanco	(40)	33%	25	7	-	-	7	2	15	10
No votará	(66)	12%	6	6	-	-	23	41	6	6
No sabe	(68)	62%	22	4	-	-	7	-	1	3
No contesta	(97)	58%	27	4	-	-	2	-	4	5
Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(438)	74%	11	6	*	-	2	3	3	1
Indiferentes	(198)	61%	16	6	-	1	6	4	4	4
Insatisfechos	(552)	64%	17	5	1	*	5	3	3	3
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(673)	72%	14	4	*	-	3	3	3	1
Indiferentes	(175)	61%	14	8	-	-	6	3	5	3
Insatisfechos	(346)	61%	17	5	1	1	4	5	3	3
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:										
Mucho o bastante	(597)	70%	15	4	1	*	3	2	4	1
Poco o nada	(610)	64%	15	7	*	*	4	4	2	3



Cuadro 6.2.7.

**Entrevistados que votaron el pasado 3 de marzo,
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1996	Total	Sí	No	Nc
-----	-----	-----	-----	-----
Total	(1212)	90%	10	*
Edad:				
18 a 29 años	(316)	83%	17	-
30 a 49 años	(412)	90%	10	-
50 a 64 años	(261)	94%	5	1
65 y más años	(222)	93%	7	*
Posición Social:				
Baja	(367)	88%	11	1
Media	(680)	90%	10	-
Alta	(165)	92%	8	1
Ideología:				
Izquierda	(542)	93%	7	*
Centro	(237)	92%	8	-
Derecha	(220)	95%	5	-
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(286)	94%	6	-
Medio	(609)	89%	11	*
Medio Bajo	(289)	89%	10	1
Bajo	(28)	75%	25	-
Sector Económico:				
No activos	(649)	90%	10	1
En paro	(172)	90%	10	-
Sec.Publico	(69)	87%	13	-
Sec.Priv.c/ajena	(223)	91%	9	-
Sec.Priv.c/propia	(93)	87%	13	-
Clientes de:				
Bancos	(337)	90%	10	1
Cajas	(827)	91%	9	*
Intención de Voto Directa:				
PP	(328)	93%	7	*
PSOE	(389)	96%	4	-



IU	(113)	92%	8	-
Nacion. derecha	(83)	96%	4	-
Nacion. izquierda	(28)	93%	7	-
Otros, en blanco	(40)	85%	15	-
No votará	(66)	23%	77	-
No sabe	(68)	90%	9	1
No contesta	(97)	90%	8	2
Satisfacción con el Gobierno:				
Satisfechos	(438)	94%	6	*
Indiferentes	(198)	83%	15	2
Insatisfechos	(552)	89%	11	-
Satisfacción con la Democracia:				
Satisfechos	(673)	92%	8	*
Indiferentes	(175)	84%	15	1
Insatisfechos	(346)	88%	12	*
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:				
Mucho o bastante	(597)	92%	8	-
Poco o nada	(610)	87%	12	1



Cuadro 6.2.8.

**Razón por la que no votó en las pasadas elecciones del 3 de marzo,
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1996	Base: No votó	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	NS	NC
Base: No votó	(122)	4%	7	7	27	22	6	15	7	6
Edad:										
18 a 29 años	(54)	-%	9	6	35	22	6	9	6	7
30 a 49 años	(41)	5%	10	5	17	29	10	15	5	5
50 a 64 años	(12)	8%	-	17	8	8	-	33	16	8
65 y más años	(15)	13%	-	7	40	13	-	20	7	-
Posición Social:										
Baja	(41)	2%	7	12	27	22	2	12	7	7
Media	(68)	6%	4	4	28	25	7	16	4	4
Alta	(13)	-%	23	-	23	8	8	15	16	8
Ideología:										
Izquierda	(38)	-%	10	8	34	18	5	11	3	11
Centro	(20)	10%	5	10	30	10	15	15	5	-
Derecha	(11)	-%	-	9	55	18	9	9	-	-
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(18)	-%	17	-	39	11	11	11	-	11
Medio	(67)	3%	9	7	28	24	6	12	4	6
Medio Bajo	(30)	7%	-	3	20	30	-	23	13	3
Bajo	(7)	14%	-	29	14	-	14	14	14	-
Sector Económico:										
No activos	(62)	6%	5	10	29	21	5	15	3	6
En paro	(18)	-%	6	6	33	28	6	11	6	6
Sec.PUBLICO	(9)	-%	33	-	22	11	11	-	11	11
Sec.Priv.c/ajena	(21)	-%	9	5	19	24	10	14	14	5
Sec.Priv.c/propia	(12)	8%	-	-	25	25	-	33	8	-
Clientes de:										
Bancos	(32)	3%	15	13	31	16	9	9	3	-
Cajas	(77)	3%	8	5	27	27	4	17	3	7



Intención de Voto Directa:										
PP	(22)	-%	5	-	46	14	14	14	5	5
PSOE	(15)	-%	7	7	40	7	20	-	13	7
IU	(9)	-%	11	22	11	-	11	23	-	22
Nacion. derecha	(3)	-%	-	-	67	-	-	33	-	-
Nacion. izquierda	(2)	-%	-	-	50	50	-	-	-	-
Otros, en blanco	(6)	-%	-	-	-	67	-	17	17	-
No votará	(51)	6%	10	10	12	33	-	18	6	6
No sabe	(6)	17%	16	-	50	17	-	-	-	-
No contesta	(8)	13%	-	-	50	-	-	25	12	-
Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(25)	4%	4	-	28	20	4	12	12	16
Indiferentes	(30)	3%	7	7	27	23	10	10	10	3
Insatisfechos	(63)	3%	9	10	25	22	5	19	3	3
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(52)	2%	6	8	37	19	4	15	6	4
Indiferentes	(27)	4%	-	-	22	55	4	4	4	7
Insatisfechos	(40)	8%	15	10	13	5	10	22	10	8
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:										
Mucho o bastante	(48)	2%	8	6	31	10	4	21	12	4
Poco o nada	(74)	5%	7	7	24	30	7	11	3	7

- (1) No creo en las elecciones
 (2) No me gustaba ninguno de los que se presentaban
 (3) Mi voto no sirve para nada
 (4) No pude ir a votar (viaje, enfermedad, etc)

- (5) No me interesa la política
 (6) No pude votar por no estar en el censo
 (7) Me han decepcionado los partidos



Cuadro 6.2.9.

**Partido al que habrían votado quienes no votaron,
por características socioeconómicas**

MARZO 1996	Base: No votó	PSOE	PP	IU	Otros	En blanco	Ns	Nc
Base: No votó	(122)	18%	16	7	5	13	18	22
Edad:								
18 a 29 años	(54)	19%	20	9	7	13	19	13
30 a 49 años	(41)	15%	17	10	5	15	15	24
50 a 64 años	(12)	17%	-	-	-	25	17	42
65 y más años	(15)	27%	13	-	-	-	27	33
Posición Social:								
Baja	(41)	27%	12	10	2	10	15	24
Media	(68)	15%	19	7	6	18	16	19
Alta	(13)	8%	15	-	8	-	39	31
Ideología:								
Izquierda	(38)	39%	5	18	5	8	5	18
Centro	(20)	15%	30	10	5	10	15	15
Derecha	(11)	-%	82	-	9	-	-	9
Status Socioeconómico Familiar:								
Alto, Medio alto	(18)	17%	22	11	6	-	22	22
Medio	(67)	19%	13	9	6	18	12	22
Medio Bajo	(30)	17%	17	-	-	10	30	27
Bajo	(7)	14%	29	14	14	14	14	-
Sector Económico:								
No activos	(62)	23%	13	8	3	10	16	27
En paro	(18)	6%	28	6	11	17	17	17
Sec.Publico	(9)	-%	22	-	-	11	33	33
Sec.Priv.c/ajena	(21)	24%	19	14	-	14	24	5
Sec.Priv.c/propia	(12)	17%	8	-	17	25	8	25
Clientes de:								
Bancos	(32)	25%	25	9	-	19	9	12
Cajas	(77)	22%	13	5	7	13	17	23



Intención de Voto Directa:								
PP	(22)	-%	73	-	9	5	-	14
PSOE	(15)	67%	-	-	-	-	20	13
IU	(9)	-%	-	67	-	11	-	22
Nacion. derecha	(3)	33%	-	-	-	-	-	67
Nacion. izquierda	(2)	-%	50	-	50	-	-	-
Otros, en blanco	(6)	-%	-	17	17	33	33	-
No votará	(51)	16%	4	4	4	20	24	29
No sabe	(6)	17%	17	-	-	16	34	17
No contesta	(8)	25%	-	-	-	12	37	25
Satisfacción con el Gobierno:								
Satisfechos	(25)	24%	12	4	8	-	16	36
Indiferentes	(30)	20%	10	10	7	10	23	20
Insatisfechos	(63)	14%	22	8	2	21	17	16
Satisfacción con la Democracia:								
Satisfechos	(52)	23%	17	8	10	12	10	21
Indiferentes	(27)	7%	22	4	4	19	30	15
Insatisfechos	(40)	17%	13	10	-	12	23	25
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:								
Mucho o bastante	(48)	21%	23	10	-	6	17	23
Poco o nada	(74)	16%	12	5	8	18	19	22



Cuadro 6.2.10.

Partido Político al que votó en las pasadas Elecciones Generales,
por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	PP	PSOE	IU	Nac. dcha.	Nac. izda.	Otro	No votó	No sabe	No contesta
Total	(1212)	26%	33	9	5	2	3	10	*	12
Edad:										
18 a 29 años	(316)	23%	26	13	5	3	3	18	*	8
30 a 49 años	(412)	25%	32	12	5	2	2	10	-	12
50 a 64 años	(261)	29%	38	5	6	*	2	5	1	15
65 y más años	(222)	27%	39	2	6	1	5	7	1	13
Posición Social:										
Baja	(367)	24%	39	5	2	2	3	11	1	13
Media	(680)	26%	31	10	7	2	2	11	-	11
Alta	(165)	28%	26	13	7	4	3	8	1	11
Ideología:										
Izquierda	(542)	3%	54	18	4	4	3	7	*	6
Centro	(237)	37%	21	3	11	-	3	9	-	17
Derecha	(220)	76%	5	*	6	*	1	5	-	6
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(286)	34%	22	14	9	3	2	7	-	10
Medio	(609)	23%	35	8	4	2	2	11	*	13
Medio Bajo	(289)	23%	39	5	5	1	5	10	*	12
Bajo	(28)	21%	36	-	-	-	4	25	4	11
Sector Económico:										
No activos	(649)	27%	36	5	5	1	3	10	*	12
En paro	(172)	21%	32	18	6	1	2	10	1	9
Sec.Publico	(69)	16%	30	12	3	3	1	13	-	22
Sec.Priv.c/ajena	(223)	19%	34	13	5	4	3	10	-	13
Sec.Priv.c/propia	(93)	48%	14	4	9	3	1	14	-	6
Clientes de:										
Bancos	(337)	33%	30	8	5	2	2	10	*	10
Cajas	(827)	25%	34	8	6	2	3	10	*	12



Intención de Voto Directa:										
PP	(328)	88%	1	1	-	-	1	7	-	3
PSOE	(389)	2%	90	1	-	-	1	4	-	2
IU	(113)	-%	9	81	-	1	-	8	-	2
Nacion. derecha	(83)	5%	4	1	76	1	6	4	-	4
Nacion. izquierda	(28)	-%	4	7	-	79	-	7	-	4
Otros, en blanco	(40)	5%	10	3	-	-	45	17	2	17
No votará	(66)	1%	9	-	-	-	2	77	1	9
No sabe	(68)	7%	26	3	1	-	3	12	1	46
No contesta	(97)	3%	2	3	2	-	4	8	2	75
Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(438)	13%	59	4	5	1	2	6	1	9
Indiferentes	(198)	17%	31	9	5	2	3	17	-	18
Insatisfechos	(552)	39%	13	12	6	3	3	11	*	11
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(673)	20%	44	8	5	1	2	8	*	11
Indiferentes	(175)	26%	21	8	9	2	2	16	1	15
Insatisfechos	(346)	37%	17	11	5	4	3	12	1	11
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:										
Mucho o bastante	(597)	26%	37	10	6	2	2	8	-	9
Poco o nada	(610)	25%	29	8	5	2	4	12	1	15



Cuadro 6.2.11.

Motivos que llevaron a los entrevistados a votar al PSOE

MARZO 1996	Primera Razón	Primera o Segunda Razón
-----	-----	-----
Base: Votaron al PSOE	(398)	(398)
Por Felipe González	32%	41%
Porque es mi partido	13	24
Porque es de izquierdas	10	22
Porque es el partido que mejor puede resolver los problemas del país	24	43
Porque no quería que ganase la derecha	9	17
Porque lo está haciendo bien al frente del Gobierno	5	19
Porque defiende los intereses materiales de las personas como yo	5	17
Porque me han decepcionado los otros partidos	2	4
Otra razón	-	*
NS/NC	1	1



Cuadro 6.2.12.

Razón que le ha llevado a votar al PSOE en las pasadas Elecciones Generales, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Base: Votó PSOE	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	Otra	Ns/Nc
Total	(398)	41%	24	22	43	17	19	17	4	*	1
Edad:											
18 a 29 años	(83)	41%	18	22	43	28	18	10	5	-	1
30 a 49 años	(130)	37%	16	22	53	20	18	15	5	1	2
50 a 64 años	(99)	41%	28	23	37	9	20	24	4	-	1
65 y más años	(86)	48%	36	21	35	12	20	18	1	-	-
Posición Social:											
Baja	(142)	47%	23	19	39	19	23	16	1	-	-
Media	(213)	36%	25	22	46	16	18	18	6	*	2
Alta	(43)	47%	19	33	46	16	12	14	5	-	-
Ideología:											
Izquierda	(295)	41%	26	27	43	17	18	15	3	*	1
Centro	(50)	40%	26	4	44	18	28	24	8	-	-
Derecha	(11)	45%	27	9	54	-	18	18	-	-	-
Status Socioeconómico Familiar:											
Alto, Medio alto	(63)	46%	18	24	48	24	14	9	5	-	2
Medio	(214)	38%	23	23	43	17	22	17	5	-	*
Medio Bajo	(112)	43%	29	21	41	14	16	18	2	1	1
Bajo	(10)	40%	30	10	40	20	-	40	-	-	10
Sector Económico:											
No activos	(233)	44%	29	20	40	14	21	20	2	-	*
En paro	(55)	31%	16	24	58	20	16	11	7	-	-
Sec.Publico	(21)	57%	19	24	47	29	14	-	5	-	-
Sec.Priv.c/ajena	(76)	37%	16	28	38	22	14	14	7	1	3
Sec.Priv.c/propia	(13)	31%	31	16	54	-	23	31	-	-	8
Clientes de:											
Bancos	(100)	41%	19	25	46	18	19	18	5	1	-
Cajas	(284)	43%	26	23	43	16	18	17	4	-	1



Intención de Voto Directa:											
PP	(3)	34%	67	33	-	66	-	-	-	-	-
PSOE	(351)	43%	25	22	43	16	19	17	3	*	1
IU	(10)	10%	10	20	70	20	40	20	-	-	-
Nacion. derecha	(3)	34%	-	-	67	33	-	33	33	-	-
Nacion. izquierda	(1)	-%	100	-	-	100	-	-	-	-	-
Otros, en blanco	(4)	-%	-	25	75	25	25	-	-	-	-
No votará	(6)	17%	17	-	33	50	17	-	-	-	-
No sabe	(18)	45%	22	39	33	11	5	17	11	-	-
No contesta	(2)	-%	-	50	100	-	50	-	-	-	-
Satisfacción con el Gobierno:											
Satisfechos	(257)	40%	29	23	45	17	20	15	2	*	*
Indiferentes	(62)	44%	18	15	32	15	16	29	6	-	2
Insatisfechos	(71)	44%	11	27	44	20	18	10	7	-	3
Satisfacción con la Democracia:											
Satisfechos	(294)	40%	26	21	46	17	19	17	2	*	1
Indiferentes	(37)	46%	16	22	27	19	19	19	11	-	5
Insatisfechos	(59)	44%	22	29	42	10	17	15	7	-	-
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:											
Mucho o bastante	(219)	41%	26	26	46	16	21	13	2	-	1
Poco o nada	(177)	41%	21	16	40	18	17	22	6	1	1

- (1) Por Felipe González
- (2) Porque es mi partido
- (3) Porque es de izquierdas
- (4) Porque es el partido que mejor puede resolver los problemas del país
- (5) Porque no quería que ganase la derecha

- (6) Porque lo está haciendo bien al frente del Gobierno
- (7) Porque defiende los intereses materiales de las personas como yo
- (8) Porque me han decepcionado los otros partidos



Cuadro 6.2.13.

Motivos que llevaron a los entrevistados a Votar al PP.

MARZO 1996	Primera razón	Primera o Segunda razón
-----	-----	-----
Base: Votaron por el PP	(311)	(311)
- Por José M ^a Aznar	7%	11%
- Porque es mi partido	9	15
- Porque es de derecha	7	13
- Porque es el partido que mejor puede resolver los problemas del país	36	57
- Para que los socialistas no siguiesen en el Gobierno	17	33
- Porque representan el centro	2	8
- Porque defiende los intereses materiales de las personas como yo	5	15
- Porque me han decepcionado los otros partidos	13	29
- Otra razón	3	4
- NS/NC	1	1



Cuadro 6.2.14.

Razón que le ha llevado a votar al PP en las pasadas Elecciones Generales, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Base: Votó PP	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	Otra	Ns/Nc
Total	(311)	11%	15	13	57	33	8	15	29	4	1
Edad:											
18 a 29 años	(73)	10%	16	5	55	37	8	16	26	5	1
30 a 49 años	(103)	10%	15	9	60	40	7	16	29	2	-
50 a 64 años	(76)	13%	8	21	54	30	5	17	38	3	-
65 y más años	(60)	12%	25	19	56	20	12	12	19	7	5
Posición Social:											
Baja	(89)	10%	21	19	61	21	9	16	25	2	1
Media	(176)	14%	15	13	54	37	7	14	27	4	2
Alta	(46)	2%	4	-	59	39	9	22	41	7	-
Ideología:											
Izquierda	(18)	11%	-	-	50	44	11	17	56	-	-
Centro	(87)	5%	9	2	59	39	10	14	40	6	2
Derecha	(168)	14%	23	22	56	25	7	18	18	4	1
Status Socioeconómico Familiar:											
Alto, Medio alto	(97)	8%	18	8	55	40	9	16	31	2	-
Medio	(142)	11%	12	13	63	29	8	18	27	4	2
Medio Bajo	(66)	11%	20	21	47	30	5	11	30	6	2
Bajo	(6)	50%	16	-	50	33	-	-	17	17	-
Sector Económico:											
No activos	(174)	13%	20	16	55	28	10	14	26	3	2
En paro	(36)	8%	17	11	42	47	3	8	33	11	-
Sec.Publico	(11)	9%	-	-	55	55	-	27	36	9	-
Sec.Priv.c/ajena	(42)	10%	5	5	67	40	7	19	33	-	-
Sec.Priv.c/propia	(45)	7%	11	11	64	31	7	18	27	4	2
Clientes de:											
Bancos	(110)	6%	17	7	61	32	8	20	32	4	-
Cajas	(204)	11%	16	16	55	31	5	19	27	5	1



Intención de Voto Directa:											
PP	(288)	11%	16	13	57	34	8	16	28	3	1
PSOE	(8)	12%	12	25	63	12	-	-	25	13	13
IU	(-)	-%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nacion. derecha	(4)	-%	25	51	50	25	-	-	49	-	-
Nacion. izquierda	(-)	-%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros, en blanco	(2)	50%	-	-	100	-	-	-	50	-	-
No votará	(1)	-%	-	-	-	100	-	-	-	-	-
No sabe	(5)	-%	-	-	40	40	20	20	60	-	-
No contesta	(3)	-%	-	-	67	33	-	34	-	33	-
Satisfacción con el Gobierno:											
Satisfechos	(57)	7%	9	14	60	21	9	26	28	7	4
Indiferentes	(33)	6%	18	15	52	36	6	12	27	6	3
Insatisfechos	(217)	13%	17	12	57	36	8	12	29	3	*
Satisfacción con la Democracia:											
Satisfechos	(135)	9%	15	17	61	30	5	18	27	5	1
Indiferentes	(46)	11%	20	6	50	37	11	11	28	2	4
Insatisfechos	(127)	13%	14	11	54	36	9	14	31	3	1
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:											
Mucho o bastante	(157)	8%	16	14	61	31	10	17	27	3	-
Poco o nada	(153)	13%	15	11	52	36	6	14	31	5	3

- | | | | |
|-------|--|-------|--|
| (1) | Por Jose M ^a Aznar | (5) | Para que los socialistas no siguiesen en el Gobierno |
| (2) | Porque es mi partido | (6) | Porque representa el Centro |
| (3) | Porque es de derechas | (7) | Porque defiende los intereses materiales de las personas como yo |
| (4) | Porque es el partido que mejor puede resolver los problemas del país | (8) | Porque me han decepcionado los otros partidos |



Cuadro 6.2.15.

Motivos que llevaron a los Entrevistados a Votar a IU.

MARZO 1996	Primera razón	Primera o Segunda razón
Base: Votaron por IU	(106)	(106)
- Por Julio Anguita	12%	19%
- Porque es mi partido	8	14
- Porque es de izquierdas	26	45
- Porque es el partido que mejor puede resolver los problemas del país	14	25
- Para obligar al PSOE a cambiar de política	8	20
- Porque defiende los intereses materiales de las personas como yo	10	30
- Para evitar mayoría absoluta y que los grandes partidos tengan que negociar con un partido como IU	9	17
- Porque me han decepcionado los otros partidos	7	16
- Otra razón	4	5
- NS/NC	1	1



Cuadro 6.2.16.

Razón que le ha llevado a votar a IU en las pasadas Elecciones Generales, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Base: Votó IU	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	Otra	Ns/Nc
Total	(106)	19%	14	45	25	20	30	17	16	5	1
Edad:											
18 a 29 años	(42)	21%	10	45	21	17	33	21	14	10	-
30 a 49 años	(48)	17%	8	48	27	23	29	17	21	-	2
50 a 64 años	(12)	17%	42	33	25	25	25	8	8	8	-
65 y más años	(4)	25%	50	50	50	-	25	-	-	-	-
Posición Social:											
Baja	(18)	11%	22	39	28	11	44	11	6	17	-
Media	(67)	23%	12	46	22	22	30	18	16	1	2
Alta	(21)	14%	14	48	33	19	19	19	24	5	-
Ideología:											
Izquierda	(95)	18%	15	48	28	20	30	15	14	5	-
Centro	(7)	29%	-	14	-	14	14	57	43	-	14
Derecha	(1)	-%	100	100	-	-	-	-	-	-	-
Status Socioeconómico Familiar:											
Alto, Medio alto	(41)	27%	10	54	24	10	32	17	20	2	-
Medio	(50)	12%	18	40	24	30	30	18	12	8	-
Medio Bajo	(15)	20%	13	40	33	13	26	13	20	-	7
Bajo	(-)	-%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sector Económico:											
No activos	(34)	18%	21	38	26	18	29	20	18	6	-
En paro	(31)	10%	13	48	26	26	35	16	16	3	-
Sec.Publico	(8)	25%	12	50	13	-	37	13	13	-	13
Sec.Priv.c/ajena	(28)	29%	11	39	25	25	21	18	18	7	-
Sec.Priv.c/propia	(4)	25%	-	100	25	-	50	-	-	-	-
Clientes de:											
Bancos	(28)	14%	11	54	32	21	32	11	7	11	-
Cajas	(69)	22%	14	44	26	19	35	12	19	4	-



Intención de Voto Directa:											
PP	(2)	50%	-	-	-	-	-	50	100	-	-
PSOE	(4)	25%	25	-	-	50	25	25	25	-	-
IU	(91)	18%	15	48	27	20	32	15	13	5	-
Nacion. derecha	(1)	-%	-	-	-	-	-	100	100	-	-
Nacion. izquierda	(2)	51%	-	100	49	-	-	-	-	-	-
Otros, en blanco	(1)	-%	-	100	-	-	100	-	-	-	-
No votará	(-)	-%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
No sabe	(2)	-%	-	-	50	50	50	-	-	-	-
No contesta	(3)	33%	-	33	-	-	-	33	33	-	34
Satisfacción con el Gobierno:											
Satisfechos	(18)	17%	5	39	34	17	39	22	11	11	-
Indiferentes	(18)	22%	22	22	22	44	17	6	17	6	-
Insatisfechos	(69)	19%	14	54	25	13	32	17	17	3	1
Satisfacción con la Democracia:											
Satisfechos	(54)	20%	13	44	26	17	35	15	9	9	2
Indiferentes	(14)	-%	14	21	28	43	29	29	29	-	-
Insatisfechos	(37)	24%	16	57	22	14	24	16	22	-	-
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:											
Mucho o bastante	(59)	14%	20	41	27	20	30	20	17	3	-
Poco o nada	(47)	26%	6	51	23	19	30	13	15	6	2

- (1) Por Julio Anguita
- (2) Porque es mi partido
- (3) Porque es de izquierdas
- (4) Porque es el partido que mejor puede resolver los problemas del país

- (5) Para obligar al PSOE a cambiar de política
- (6) Porque defiende los intereses materiales de las personas como yo
- (7) Para evitar mayorías absolutas y que los grandes partidos tengan que negociar con un partido como IU
- (8) Porque me han decepcionado los otros partidos



Cuadro 6.2.17.

Motivos que llevaron a los Entrevistados a Votar a Otros Partidos

MARZO 1996	Primera razón	Primera o Segunda razón
-----	-----	-----
Base: Votaron a otros partidos	(106)	(106)
- Por su candidato	6%	12%
- Porque es mi partido	12	21
- Por su ideología	24	46
- Para que se tenga en cuenta los intereses de mi Comunidad Autónoma	50	75
- Para evitar mayorías absolutas y que los grandes partidos tengan que negociar con un partido como al que he votado	4	12
- Porque me preocupa la defensa de la naturaleza y del medio ambiente	2	9
- Porque defiende los intereses materiales de las personas como yo	1	9
- Porque me han decepcionado los otros partidos	2	7
- Otra razón	-	2
- NS/NC	-	-



Cuadro 6.2.18.

Razón que le ha llevado a votar a otros partidos en las pasadas Elecciones Generales, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	BASE: Voto Otros partid.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	Otra	Ns/Nc
Total	(106)	12%	21	46	75	12	9	9	7	2	-
Edad:											
18 a 29 años	(31)	16%	10	61	65	13	19	6	6	-	-
30 a 49 años	(38)	-%	24	40	79	18	5	13	3	5	-
50 a 64 años	(17)	18%	29	29	94	6	6	6	6	-	-
65 y más años	(20)	25%	25	50	65	10	-	5	15	-	-
Posición Social:											
Baja	(19)	21%	26	47	63	5	-	11	21	-	-
Media	(65)	12%	17	48	77	15	11	8	5	2	-
Alta	(22)	5%	27	41	77	14	9	9	-	4	-
Ideología:											
Izquierda	(54)	11%	19	65	65	9	11	9	4	2	-
Centro	(29)	21%	14	24	83	28	-	7	10	3	-
Derecha	(15)	7%	40	33	87	7	7	13	-	-	-
Status Socioeconómico Familiar:											
Alto, Medio alto	(38)	8%	24	40	87	24	8	3	-	3	-
Medio	(45)	16%	18	51	65	7	9	16	9	2	-
Medio Bajo	(23)	13%	22	48	74	9	9	4	13	-	-
Bajo	(-)	-%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sector Económico:											
No activos	(51)	20%	24	41	74	12	8	2	12	2	-
En paro	(14)	14%	7	57	71	7	7	21	-	7	-
Sec.Publico	(4)	-%	25	50	100	-	-	25	-	-	-
Sec.Priv.c/ajena	(25)	4%	28	44	60	16	16	12	4	-	-
Sec.Priv.c/propia	(12)	-%	8	59	100	25	-	8	-	-	-
Clientes de:											
Bancos	(29)	10%	24	45	76	21	10	10	-	3	-
Cajas	(80)	14%	21	45	73	14	6	10	9	1	-



Intención de Voto Directa:											
PP	(-)	-%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PSOE	(2)	-%	50	100	-	-	50	-	-	-	-
IU	(1)	-%	-	100	-	-	-	100	-	-	-
Nacion. derecha	(68)	12%	24	32	90	15	4	7	7	3	-
Nacion. izquierda	(22)	14%	18	82	50	4	14	9	4	-	-
Otros, en blanco	(8)	12%	-	38	50	25	25	12	13	-	-
No votará	(-)	-%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
No sabe	(1)	-%	100	100	-	-	-	-	-	-	-
No contesta	(4)	25%	-	50	75	25	-	-	-	-	-
Satisfacción con el Gobierno:											
Satisfechos	(29)	17%	24	38	76	10	10	10	7	-	-
Indiferentes	(12)	17%	33	42	67	8	-	8	-	8	-
Insatisfechos	(65)	9%	17	51	75	15	9	8	8	2	-
Satisfacción con la Democracia:											
Satisfechos	(51)	20%	16	37	80	16	10	6	4	4	-
Indiferentes	(19)	5%	32	53	79	10	5	-	5	-	-
Insatisfechos	(36)	6%	22	55	64	11	8	17	11	-	-
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:											
Mucho o bastante	(55)	9%	22	54	78	7	7	5	7	4	-
Poco o nada	(50)	16%	20	36	70	20	10	12	6	-	-

- (1) Por su candidato
- (2) Porque es mi partido
- (3) Porque su ideología
- (4) Para que se tengan en cuenta los intereses de mi Comunidad Autónoma

- (5) Para evitar mayorías absolutas y que los grandes partidos tengan que negociar con un partido como el que he votado
- (6) Porque me preocupa la defensa de la naturaleza y del medio ambiente
- (7) Porque defiende los intereses materiales de las personas como yo
- (8) Porque me han decepcionado los otros partidos



Cuadro 6.2.19.

El entrevistado tenía decidido o no votar por un partido en las pasadas Elecciones Generales, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Tenía decidido Total votar por un partido	Dudó entre varios partidos	Tenía decidido no votar	Ns/Nc
Total	(1212) 83%	7	8	3
Edad:				
18 a 29 años	(316) 73%	10	12	4
30 a 49 años	(412) 83%	7	7	3
50 a 64 años	(261) 90%	4	5	2
65 y más años	(222) 87%	4	6	3
Posición Social:				
Baja	(367) 80%	7	9	4
Media	(680) 83%	6	7	3
Alta	(165) 85%	7	6	2
Ideología:				
Izquierda	(542) 86%	7	6	1
Centro	(237) 81%	11	6	3
Derecha	(220) 95%	1	1	2
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(286) 84%	9	5	2
Medio	(609) 82%	7	8	3
Medio Bajo	(289) 82%	5	9	4
Bajo	(28) 79%	-	14	7
Sector Económico:				
No activos	(649) 84%	5	7	3
En paro	(172) 81%	9	6	3
Sec.Publico	(69) 77%	7	13	3
Sec.Priv.c/ajena	(223) 81%	9	8	2
Sec.Priv.c/propia	(93) 83%	4	10	3
Clientes de:				
Bancos	(337) 85%	6	7	3
Cajas	(827) 83%	7	7	3



Votó en las elecciones generales:					
Si	(1086)	90%	7	1	2
No	(122)	17%	3	66	13
Intención de Voto Directa:					
PP	(328)	90%	5	3	2
PSOE	(389)	95%	3	2	1
IU	(113)	82%	7	8	3
Nacion. derecha	(83)	89%	6	5	-
Nacion. izquierda	(28)	82%	7	7	4
Otros, en blanco	(40)	37%	17	23	23
No votará	(66)	18%	12	59	11
No sabe	(68)	71%	15	10	4
No contesta	(97)	77%	12	6	4
Satisfacción con el Gobierno:					
Satisfechos	(438)	87%	6	4	2
Indiferentes	(198)	77%	5	13	6
Insatisfechos	(552)	81%	8	8	3
Satisfacción con la Democracia:					
Satisfechos	(673)	86%	6	6	3
Indiferentes	(175)	78%	6	12	5
Insatisfechos	(346)	79%	9	9	3
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:					
Mucho o bastante	(597)	85%	6	7	2
Poco o nada	(610)	80%	7	9	4



Cuadro 6.2.20.

Partidos entre los que dudaron los entrevistados que dudaron qué votar las pasadas Elecciones Generales, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	PSOE-PP	PSOE-IU	PP-IU	PSOE- Otro	PP- Otro	IU Otro	Otra com- binación	Ns/Nc
Total	(80)	20%	20	11	15	5	2	5	21
Edad:									
18 a 29 años	(33)	9%	18	18	21	12	3	12	6
30 a 49 años	(28)	21%	29	4	14	-	4	-	28
50 a 64 años	(11)	37%	9	18	9	-	-	-	27
65 y más años	(8)	37%	13	-	-	-	-	-	50
Posición Social:									
Baja	(26)	46%	12	8	8	8	-	4	16
Media	(43)	7%	23	12	21	5	2	7	23
Alta	(11)	9%	27	18	9	-	9	-	27
Ideología:									
Izquierda	(37)	3%	38	5	22	3	5	5	19
Centro	(25)	44%	4	20	16	-	-	4	12
Derecha	(3)	33%	-	-	-	67	-	-	-
Status Socioeconómico Familiar:									
Alto, Medio alto	(25)	8%	24	12	28	4	4	12	8
Medio	(40)	18%	20	15	13	8	-	3	25
Medio Bajo	(15)	47%	13	-	-	-	7	-	33
Bajo	(-)	-%	-	-	-	-	-	-	-
Sector Económico:									
No activos	(35)	29%	14	11	8	6	-	11	20
En paro	(16)	25%	25	13	-	6	6	-	25
Sec.Publico	(5)	-%	20	-	20	-	20	-	40
Sec.Priv.c/ajena	(20)	10%	25	15	30	5	-	-	15
Sec.Priv.c/propia	(4)	-%	25	-	49	-	-	-	25
Clientes de:									
Bancos	(20)	40%	25	10	-	-	-	5	20
Cajas	(57)	21%	19	7	17	5	3	4	23



Votó en las elecciones generales:									
Si	(76)	20%	18	12	16	5	1	5	22
No	(4)	25%	50	-	-	-	25	-	-
Intención de Voto Directa:									
PP	(16)	50%	-	25	-	19	-	-	6
PSOE	(12)	33%	25	-	33	-	-	-	9
IU	(8)	-%	75	12	-	-	-	-	12
Nacion. derecha	(5)	-%	-	-	60	-	-	20	20
Nacion. izquierda	(2)	-%	50	-	50	-	-	-	-
Otros, en blanco	(7)	-%	14	-	57	-	14	-	14
No votará	(8)	13%	25	12	-	13	12	25	-
No sabe	(10)	10%	20	10	-	-	-	-	60
No contesta	(12)	17%	8	17	-	-	-	8	50
Satisfacción con el Gobierno:									
Satisfechos	(27)	33%	18	4	22	7	-	-	15
Indiferentes	(10)	10%	10	30	-	10	-	10	30
Insatisfechos	(42)	14%	24	12	14	2	5	7	21
Satisfacción con la Democracia:									
Satisfechos	(38)	16%	21	11	16	5	3	-	29
Indiferentes	(10)	20%	20	30	20	-	-	-	10
Insatisfechos	(30)	23%	20	7	10	7	3	13	17
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:									
Mucho o bastante	(36)	6%	25	14	17	8	3	-	28
Poco o nada	(43)	33%	16	9	14	2	2	9	14



Cuadro 6.2.21.

Recuerda el nombre del cabeza de lista del partido por el que votó, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	Sí	No	Ns/Nc
Total	(1212)	27%	63	10
Edad:				
18 a 29 años	(316)	24%	59	16
30 a 49 años	(412)	30%	61	9
50 a 64 años	(261)	32%	63	6
65 y más años	(222)	20%	73	7
Posición Social:				
Baja	(367)	15%	74	11
Media	(680)	28%	62	10
Alta	(165)	50%	43	7
Ideología:				
Izquierda	(542)	31%	63	6
Centro	(237)	30%	61	9
Derecha	(220)	27%	67	6
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(286)	42%	52	6
Medio	(609)	25%	64	10
Medio Bajo	(289)	17%	72	11
Bajo	(28)	18%	61	21
Sector Económico:				
No activos	(649)	22%	69	10
En paro	(172)	28%	61	11
Sec.PUBLICO	(69)	32%	56	12
Sec.Priv.c/ajena	(223)	36%	55	9
Sec.Priv.c/propia	(93)	37%	52	12
Clientes de:				
Bancos	(337)	32%	60	9
Cajas	(827)	27%	64	9
Votó en las elecciones generales:				
Si	(1086)	30%	69	1
No	(122)	2%	13	85



Intención de Voto Directa:				
PP	(328)	31%	62	8
PSOE	(389)	27%	70	3
IU	(113)	32%	62	6
Nacion. derecha	(83)	48%	51	1
Nacion. izquierda	(28)	39%	53	7
Otros, en blanco	(40)	18%	55	28
No votará	(66)	3%	29	68
No sabe	(68)	10%	78	12
No contesta	(97)	20%	72	8
Satisfacción con el Gobierno:				
Satisfechos	(438)	24%	69	7
Indiferentes	(198)	22%	62	16
Insatisfechos	(552)	31%	58	10
Satisfacción con la Democracia:				
Satisfechos	(673)	30%	63	7
Indiferentes	(175)	20%	66	14
Insatisfechos	(346)	26%	61	13
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:				
Mucho o bastante	(597)	32%	60	8
Poco o nada	(610)	22%	66	12



Cuadro 6.2.22.

**Nombre del Cabeza de Lista del partido por el que votaron
los entrevistados en las Elecciones Generales**

----- III-96 -----	
Base: Recuerda nombre	(325)
José María Aznar	14%
Felipe González	12
Narcís Serra	9
Julio Anguita	7
Joaquim Molins	6
Joan Lerma	2
Manuel Chaves	2
Javier Arenas	2
Angel Peralta	1
Joan Saura	1
J.M ^a Chiquillo	1
Pedro Solbes	1
Zaplana	1
Labordeta	1
Rafael Ribó	1
J. Alcaide	1
Luisa Fernanda Rudi	1
Teófila Martínez	1
J. Alberto Belloch	1
Rejón	1
Rupérez	1
Trías de Bes	1
Pilar Rahola	1
Loyola de Palacio	1
Martínez Noval	1
Alvarez Cascos	1
Nadal	1
José Bono	1
Marta Cid	1
P. Tudela	1



Abel Caball	1
Anasagasti	1
J. Blanco	1
Isabel Tocino	1
S. Martín	1
Griñón	1
Rosa Aguilar	1
Pacheco	1
Molina	1
Ramallo	1
Otros	14
NS/NC	9

(*) En la categoría "otros" se han agrupado a otros líderes políticos que han obtenido una única mención.



Cuadro 6.2.23.

Recuerdo espontáneo del nombre del cabeza de lista del partido por el que votó, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Base: Votó a un partido y recuerda al cabeza de lista	Jose M ^a Aznar	Felipe González	Narcis Serra	Julio Anguita	Joaquim Molins	Joan Lerma	Manuel Chaves	Javier Arenas	Otro	Ns/ Nc
Total	(325)	14%	12	9	7	6	2	2	2	38	9
Edad:											
18 a 29 años	(75)	13%	9	11	11	5	1	1	3	33	12
30 a 49 años	(123)	14%	10	6	7	5	3	2	1	45	8
50 a 64 años	(83)	13%	13	11	5	8	-	1	2	40	6
65 y más años	(45)	14%	18	14	7	7	7	2	-	23	9
Posición Social:											
Baja	(54)	9%	19	11	2	2	2	2	2	42	9
Media	(188)	14%	10	9	10	7	3	3	2	34	10
Alta	(83)	16%	12	8	6	7	1	-	1	44	6
Ideología:											
Izquierda	(165)	1%	18	18	13	2	2	4	-	38	4
Centro	(71)	16%	7	1	1	21	4	-	1	37	13
Derecha	(60)	42%	-	-	-	3	2	-	7	45	2
Status Socioeconómico Familiar:											
Alto, Medio alto	(118)	13%	6	8	7	8	3	-	1	47	8
Medio	(154)	12%	14	10	8	5	3	3	3	32	11
Medio Bajo	(48)	12%	21	8	6	4	2	4	-	39	2
Bajo	(5)	100%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sector Económico:											
No activos	(138)	11%	10	12	6	8	2	1	1	39	9
En paro	(49)	14%	12	14	12	4	-	6	-	31	6
Sec.Publico	(22)	4%	14	9	4	5	-	-	-	55	9
Sec.Priv.c/ajena	(81)	17%	18	6	10	5	4	1	4	24	12
Sec.Priv.c/propia	(34)	21%	-	-	-	6	6	-	-	65	3
Clientes de:											
Bancos	(105)	16%	11	6	7	5	3	2	4	42	7
Cajas	(224)	13%	12	11	7	8	3	1	*	38	8



Intención de Voto Directa:											
PP	(100)	44%	2	-	-	-	-	-	5	47	3
PSOE	(103)	-%	33	25	2	-	1	6	-	30	3
IU	(36)	-%	-	3	55	-	-	-	-	42	-
Nacion. derecha	(40)	-%	-	-	-	47	15	-	-	30	7
Nacion. izquierda	(11)	-%	-	9	-	-	-	-	-	82	9
Otros, en blanco	(7)	-%	-	14	-	-	-	-	-	71	14
No votará	(2)	-%	-	-	-	-	-	-	-	50	50
No sabe	(7)	-%	29	-	14	-	-	-	-	14	43
No contesta	(19)	-%	-	5	5	5	5	-	-	11	68
Satisfacción con el Gobierno:											
Satisfechos	(106)	5%	19	18	4	4	5	5	1	35	6
Indiferentes	(44)	18%	18	2	11	5	-	2	-	30	14
Insatisfechos	(171)	18%	5	6	9	8	2	-	2	42	9
Satisfacción con la Democracia:											
Satisfechos	(197)	9%	15	14	6	6	3	3	2	35	9
Indiferentes	(35)	20%	6	-	14	6	3	-	-	46	6
Insatisfechos	(90)	20%	8	2	8	7	1	1	2	42	9
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:											
Mucho o bastante	(190)	10%	10	13	7	5	2	2	3	43	6
Poco o nada	(132)	19%	13	5	8	8	3	2	-	31	13

6.3. MEDIOS DE COMUNICACION Y ELECCIONES

Un 43% de los entrevistados dice haber seguido con mucho o bastante interés las noticias sobre la campaña electoral en televisión, un 18% afirma lo mismo respecto a los periódicos, y sólo un 14% respecto a la radio. Los datos son muy semejantes a los obtenidos respecto a las elecciones de 1993 (excepto en lo que respecta a la radio, por la que no se preguntó entonces). El grado de interés con el que se han seguido las noticias sobre la campaña electoral en televisión es mayor que el grado de interés con el que se han seguido en los otros dos medios, en todos los segmentos sociales sin excepción, y los datos sugieren que existe una relación positiva entre el citado grado de interés y la posición social, la satisfacción con el gobierno y con el funcionamiento de la democracia y el interés por los acontecimientos políticos, siendo también mayor entre los que votaron que entre los que no votaron.

Pero la proporción que dice haber seguido la campaña electoral por televisión (66%) es inferior a la que dijo haberlo hecho en 1993, mientras que ha aumentado la proporción que afirma haber seguido la campaña por la radio (6%) o por los periódicos (9%), aunque el poder de la televisión sigue siendo muy superior. En realidad, los datos de este estudio post-electoral confirman los que se habían obtenido en el pre-electoral. Prácticamente todos los segmentos sociales afirman haber seguido la información sobre la campaña a través de TVE en mayor medida que a través de cualquier otro medio concreto, aunque se observan excepciones significativas. Así, los menores de 30 años, los de alto status socioeconómico y los votantes de IU parecen haber seguido la campaña a través de Antena 3 en mayor medida que a través de otros medios, los votantes de partidos nacionalistas la han seguido sobre todo a través de los canales autonómicos, y los de posición social alta, así como los votantes de IU y de partidos nacionalistas de centro y derecha, a través de la prensa diaria.

Se ha hablado también mucho sobre la posible influencia de la publicación de encuestas sobre el voto. Si eso ha sido cierto los entrevistados no son conscientes de ello, puesto que el 93% de los entrevistados afirman que no han modificado su intención de votar o no votar, ni su elección de un partido u otro. Los datos son casi idénticos a los de 1993, y no se observan diferencias entre segmentos sociales.



Cuadro 6.3.1.

Grado de interés con el que se han seguido las noticias sobre la
 Campaña Electoral en Televisión, en los Periódicos, y en la Radio.

	Televisión		Periódicos		Radio
	VI-93	III-96	VI-93	III-96	III-96
Total	(1219)	(1212)	(1219)	(1212)	(1212)
Mucho	12%	10%	5%	5%	4%
Bastante	29	33	15	13	10
Algo	26	23	18	15	15
Poco	19	18	20	20	18
Nada	7	9	23	24	30
No ha visto/leído/oído	7	6	18	22	21
NS/NC	*	*	1	1	1
INDICE	114	116	77	73	66



Cuadro 6.3.2.

Indice del Grado de Interés con el que ha seguido las noticias sobre la campaña electoral en la televisión, en los periódicos y en la radio, por Características Socioeconómicas

MARZO 1996	Total	Televisión	Periódicos	Radio
Total	(1212)	116	73	66
Edad:				
18 a 29 años	(316)	111	64	53
30 a 49 años	(412)	110	83	69
50 a 64 años	(261)	126	74	74
65 y más años	(222)	121	67	76
Posición Social:				
Baja	(367)	107	60	61
Media	(680)	117	71	66
Alta	(165)	132	110	84
Ideología:				
Izquierda	(542)	125	75	67
Centro	(237)	110	77	65
Derecha	(220)	131	73	74
Status Socioeconómico Familiar:				
Alto, Medio alto	(286)	123	86	72
Medio	(609)	113	71	63
Medio Bajo	(289)	115	63	69
Bajo	(28)	121	75	96
Sector Económico:				
No activos	(649)	120	65	67
En paro	(172)	109	70	67
Sec.Publico	(69)	119	107	77
Sec.Priv.c/ajena	(223)	115	84	62
Sec.Priv.c/propia	(93)	107	83	73
Clientes de:				
Bancos	(337)	116	77	69
Cajas	(827)	115	70	63



Votó en las elecciones generales:				
Si	(1086)	120	74	69
No	(122)	80	62	53
Intención de Voto Directa:				
PP	(328)	120	74	72
PSOE	(389)	130	68	68
IU	(113)	119	87	58
Nacion. derecha	(83)	111	85	66
Nacion. izquierda	(28)	86	78	61
Otros, en blanco	(40)	95	83	55
No votará	(66)	77	60	59
No sabe	(68)	107	66	65
No contesta	(97)	98	73	71
Satisfacción con el Gobierno:				
Satisfechos	(438)	126	71	65
Indiferentes	(198)	104	66	65
Insatisfechos	(552)	113	77	69
Satisfacción con la Democracia:				
Satisfechos	(673)	124	74	71
Indiferentes	(175)	103	67	60
Insatisfechos	(346)	107	73	62
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:				
Mucho o bastante	(597)	146	86	78
Poco o nada	(610)	86	60	56



Cuadro 6.3.3.

**Medio de Información en el que se ha seguido
principalmente la Campaña Electoral**

	VI-93	II-96	III-96

Total	(1.219)	(1.215)	(1.212)
TELEVISION	(74,9%)	(65,8%)	(66,5%)
TV en general	19%	13%	10%
TVE1	22	24	27
La 2	*	1	1
Antena 3	16	14	14
Telecinco	12	6	5
Canal Plus	*	*	*
Canal Autonómico	5	8	9
Otros canales	-	-	-
RADIO	(3,4)	(5,9)	(6,3)
Radio en general	1	1	1
Radio Nacional	1	1	2
SER	*	1	2
COPE	*	2	1
Antena 3 radio	*	*	*
Onda Cero	1	1	1
Cataluña radio	*	*	*
Otras emisoras	-	*	*
PERIODICOS	(8,5)	(7,3)	(9,0)
Periódicos en general	1	1	1
El País	2	1	1
ABC	*	*	*
El Mundo	1	1	2
Diario 16	*	*	*



La Vanguardia	*	*	1
El Periódico	1	1	1
Faro de Vigo	*	*	-
Las Provincias	*	-	*
Avui	*	*	-
Voz de Galicia	*	*	*
Heraldo de Aragón	*	*	*
Norte de Castilla	*	-	-
La Opinión	*	-	-
Correo Español	-	1	*
Diario Vasco	*	*	-
Levante	*	*	*
Nueva España	*	*	*
La Verdad	*	*	*
El Día	*	-	*
Otros periódicos	1	1	1
REVISTAS	(0,2)	(0,1)	(0,2)
Revistas en general	*	-	-
Tiempo	-	-	-
Interviú	-	-	-
Panorama	-	-	-
Tribuna	-	-	*
Cambio 16	-	-	-
Epoca	*	-	-
País Semanal	-	*	-
Blanco y Negro	-	-	-
Otras revistas	-	-	-
Ninguno	10	14	8
NS/NC	4	6	10



Cuadro 6.3.4.

**Medio de información en el que ha seguido principalmente la
campaña electoral, por Características Socioeconómicas**

MARZO 1996	Total	TVE 1	Ant.3	TVE en general	Canal autonómico	Tele- cinco	La 2	RADIO	PERIODICOS	REVISTAS	Ninguno	Ns/Nc
Total	(1212)	27%	14	10	9	5	1	6	9	*	8	10
Edad:												
18 a 29 años	(316)	18%	21	13	9	5	1	4	8	-	9	11
30 a 49 años	(412)	26%	15	9	7	6	1	8	11	*	6	10
50 a 64 años	(261)	30%	12	9	14	5	*	8	6	-	8	8
65 y más años	(222)	37%	6	10	9	6	*	6	6	-	11	8
Posición Social:												
Baja	(367)	31%	13	13	8	5	*	2	2	-	14	10
Media	(680)	27%	15	10	9	5	1	8	9	*	6	9
Alta	(165)	16%	13	6	13	6	-	12	17	-	6	10
Ideología:												
Izquierda	(542)	28%	12	10	11	5	1	7	10	*	6	9
Centro	(237)	25%	17	9	11	7	*	6	10	-	7	6
Derecha	(220)	30%	22	7	6	5	1	9	4	-	7	8
Status Socioeconómico Familiar:												
Alto, Medio alto	(286)	21%	22	8	9	5	1	8	13	*	7	6
Medio	(609)	26%	13	11	9	5	*	6	8	-	8	13
Medio Bajo	(289)	33%	11	11	10	6	1	7	5	-	9	5
Bajo	(28)	32%	7	4	7	11	-	11	-	-	18	11
Sector Económico:												
No activos	(649)	31%	14	10	10	5	*	5	5	-	9	8
En paro	(172)	21%	19	16	10	4	1	8	8	-	5	7
Sec.Publico	(69)	16%	14	10	7	4	1	10	14	-	9	12
Sec.Priv.c/ajena	(223)	22%	10	8	8	6	*	8	14	*	9	13
Sec.Priv.c/propia	(93)	23%	18	5	9	7	3	6	6	-	9	12
Clientes de:												
Bancos	(337)	25%	17	11	6	4	2	8	9	-	9	8
Cajas	(827)	26%	14	9	11	6	1	7	8	*	8	10



Votó en las elecciones generales:												
Si	(1086)	28%	15	9	10	5	1	7	8	*	7	9
No	(122)	16%	12	15	7	5	-	4	7	-	16	17
Intención de Voto Directa:												
PP	(328)	27%	23	9	4	6	1	8	6	-	8	7
PSOE	(389)	35%	13	11	11	6	1	5	4	*	6	6
IU	(113)	17%	23	10	8	4	-	4	21	-	5	8
Nacion. derecha	(83)	13%	5	4	27	4	-	11	19	-	10	6
Nacion. izquierda	(28)	7%	-	14	22	-	4	7	4	-	-	39
Otros, en blanco	(40)	15%	10	20	10	3	2	5	10	-	7	18
No votará	(66)	17%	5	14	9	5	-	3	8	-	17	23
No sabe	(68)	32%	10	12	7	4	-	4	7	-	10	12
No contesta	(97)	29%	4	9	7	6	-	11	7	-	14	11
Satisfacción con el Gobierno:												
Satisfechos	(438)	33%	11	9	12	5	1	5	6	*	7	8
Indiferentes	(198)	24%	12	13	8	8	*	6	7	-	10	11
Insatisfechos	(552)	22%	18	10	8	5	1	7	10	-	8	11
Satisfacción con la Democracia:												
Satisfechos	(673)	29%	14	9	10	6	1	8	7	-	8	7
Indiferentes	(175)	29%	11	10	8	3	1	5	7	-	10	13
Insatisfechos	(346)	20%	17	13	8	5	1	5	9	*	8	12
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:												
Mucho o bastante	(597)	27%	16	9	10	6	1	9	10	*	4	6
Poco o nada	(610)	26%	13	11	8	4	1	4	6	-	12	13



Cuadro 6.3.5.

**Influencias de las Encuestas Pre-electorales que se han
Publicado en la Modificación de su Intención de Voto**

	VI-93	III-96

Total	(1.219)	(1.212)
- No he modificado mi intención de votar o no, ni el votar a un partido u otro.....	87%	93%
- Sí, me ha influido para no ir a votar.....	1	1
- Sí, me ha hecho ir a votar y he votado al partido.....	2	2
- Sí, me ha hecho ir a votar, pero a un partido diferente al que ha sido siempre de mi preferencia.....	2	2
- NS/NC	9	3



Cuadro 6.3.6.

Actitud ante la intención de votar como consecuencia de los resultados de encuestas pre-electorales que se han publicado, por Características Socioeconómicas

MARZO 1996	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	Ns/Nc
Total	(1212)	93%	1	2	2	3
Edad:						
18 a 29 años	(316)	91%	1	3	2	3
30 a 49 años	(412)	93%	*	3	2	2
50 a 64 años	(261)	96%	2	-	1	2
65 y más años	(222)	94%	*	1	1	4
Posición Social:						
Baja	(367)	91%	1	2	1	5
Media	(680)	94%	1	1	2	2
Alta	(165)	95%	1	2	1	1
Ideología:						
Izquierda	(542)	94%	*	1	2	2
Centro	(237)	94%	1	2	2	2
Derecha	(220)	93%	1	2	1	2
Status Socioeconómico Familiar:						
Alto, Medio alto	(286)	95%	-	3	2	1
Medio	(609)	93%	1	2	1	3
Medio Bajo	(289)	94%	1	1	1	3
Bajo	(28)	86%	-	-	4	11
Sector Económico:						
No activos	(649)	93%	1	2	1	3
En paro	(172)	94%	1	2	2	1
Sec.Publico	(69)	94%	1	3	1	-
Sec.Priv.c/ajena	(223)	94%	-	2	2	3
Sec.Priv.c/propia	(93)	94%	1	1	1	3
Clientes de:						
Bancos	(337)	93%	1	1	2	3
Cajas	(827)	93%	1	2	1	3



Votó en las elecciones generales:						
Si	(1086)	95%	1	2	2	1
No	(122)	81%	2	-	-	17
Intención de Voto Directa:						
PP	(328)	94%	2	1	2	2
PSOE	(389)	95%	1	1	1	2
IU	(113)	89%	1	4	4	3
Nacion. derecha	(83)	95%	-	4	-	1
Nacion. izquierda	(28)	96%	-	4	-	-
Otros, en blanco	(40)	90%	-	5	3	3
No votará	(66)	85%	1	2	-	12
No sabe	(68)	94%	-	1	1	3
No contesta	(97)	96%	-	-	1	3
Satisfacción con el Gobierno:						
Satisfechos	(438)	93%	1	2	2	2
Indiferentes	(198)	91%	1	2	2	5
Insatisfechos	(552)	94%	1	2	1	2
Satisfacción con la Democracia:						
Satisfechos	(673)	94%	1	2	2	2
Indiferentes	(175)	93%	1	1	1	5
Insatisfechos	(346)	93%	1	2	2	3
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:						
Mucho o bastante	(597)	95%	1	2	2	1
Poco o nada	(610)	92%	*	2	1	5

- (1) No he modificado mi intención de votar o no, ni el votar a un partido u otro.
- (2) Sí, me ha influido para no ir a votar.
- (3) Sí, me ha hecho ir a votar y he votado al partido.
- (4) Sí, me ha hecho ir a votar, pero a un partido diferente al que ha sido siempre de mi preferencia.

6.4. PERTENENCIA A ASOCIACIONES Y VOTO

Aunque un 72% de los entrevistados afirma no pertenecer a ningún tipo de asociación u organización, confirmando así datos de muchas otras investigaciones, las asociaciones de vecinos (7%), los sindicatos (6%) y las asociaciones de padres (5%) parecen ser las que tienen mayor proporción de afiliados, aunque en cifras insignificantes, como se puede observar. La pertenencia a asociaciones es muy baja en todos los segmentos sociales, pero es ligeramente mayor entre los de 30 a 49 años, entre los que tienen una ocupación y entre los votantes de IU y de partidos nacionalistas, y parece estar directamente relacionada con la posición social, con el status socioeconómico familiar y con el interés por los acontecimientos políticos, pero inversamente relacionada con la satisfacción con el gobierno y con el funcionamiento de la democracia. Además, la afiliación a Sindicatos es especialmente importante entre los que trabajan en el sector público, los de posición social alta, y los votantes de IU y de partidos nacionalistas de izquierda, mientras que la afiliación a asociaciones profesionales o empresariales es significativamente más alta entre quienes trabajan por cuenta propia. También debe resaltarse la mayor afiliación relativa de los de 30 a 49 años, los que trabajan en el sector público y los que trabajan por cuenta propia, a las asociaciones de padres.

Con independencia de las asociaciones a las que puedan pertenecer los entrevistados, es decir, tomando al conjunto de los entrevistados, se observa que la opinión predominante es que las asociaciones profesionales y empresariales, y los grupos religiosos apoyaron, sobre todo, al PP y a Aznar, mientras que las opiniones se dividen en proporciones similares respecto a si apoyaron al PSOE o al PP.

Sin embargo, de los que pertenecen a alguna asociación, un 21% cree que los sindicatos han apoyado a algún partido o candidato concreto, principalmente a Felipe González o al PSOE.

Preguntados por los grupos o instituciones que coinciden más con las opiniones del propio entrevistado, un 32% se refiere a las asociaciones ecologistas, un 27% menciona grupos que se ocupan de las mujeres, y más del 20% se refieren a los sindicatos, las asociaciones de vecinos y las asociaciones de padres. Más de un 40% de los mayores de 65 años, de los de baja posición social, y de los que no votaron o no contestan lo que votaron, dicen que ninguno de los grupos o instituciones citados coincide más con sus propias opiniones. La coincidencia de opiniones con los Sindicatos, los grupos de apoyo a los derechos de las mujeres, y las organizaciones empresariales parece estar inversamente relacionada con la edad, mientras que la coincidencia de opiniones con la Iglesia y con las asociaciones de vecinos parece variar directamente con la edad. Además, la coincidencia de opiniones con los Sindicatos parece ser mayor entre los que trabajan en el sector público, los votantes de IU y los votantes de partidos nacionalistas de izquierda; la coincidencia con la Iglesia es especialmente importante entre los votantes del PP y los no activos; la coincidencia con los grupos de apoyo a los derechos de las mujeres es mayor entre los votantes de partidos nacionalistas de izquierda, los no activos y los parados; la coincidencia con las organizaciones empresariales es mayor entre los que trabajan por cuenta propia y entre los votantes del PP; la coincidencia con los grupos ecologistas es especialmente alta entre los votantes de IU, de partidos nacionalistas de izquierda y de "otros" partidos; y la coincidencia con las asociaciones de padres es mayor entre los que trabajan en el sector privado, por cuenta ajena o propia. Además, los muy o bastante interesados por los acontecimientos políticos parecen coincidir más con las opiniones de todos los grupos e instituciones que los poco o nada interesados.

Y cuando se preguntó por los grupos o instituciones con opiniones más opuestas a las del propio entrevistado, más del 20% se refieren a la Iglesia, las organizaciones empresariales y los Sindicatos. Los segmentos sociales que en mayor proporción relativa, por comparación con el conjunto de la muestra, señalan como más opuestas a las suyas las opiniones de diferentes grupos o instituciones, son los siguientes: los de derecha y los votantes del PP respecto a los

Sindicatos; los votantes de IU y de partidos nacionalistas de izquierda respecto a la Iglesia; los votantes de partidos nacionalistas de izquierda respecto a los grupos de apoyo a los derechos de las mujeres; los que trabajan en el sector público, los votantes de IU y de partidos nacionalistas de izquierda y otros partidos respecto a las organizaciones empresariales; y los votantes de partidos nacionalistas de izquierda respecto a los grupos ecologistas y a las asociaciones de padres.

En lo que respecta a la percepción de los entrevistados sobre los partidos o candidatos a los que favorecerían diferentes grupos o asociaciones, un 24% y un 14% respectivamente creen que los sindicatos han apoyado al PSOE o a IU; un 42% cree que la Iglesia apoyó al PP; un 13% cree que los grupos que defienden los derechos de las mujeres apoyaron al PSOE, y una proporción igual cree que favorecieron a IU; un 35% afirman que las organizaciones empresariales apoyaron al PP; un 19% opinan que los grupos ecologistas apoyaron a IU; pero más del 80% de los entrevistados no saben o no contestan a quién apoyaron las asociaciones de padres, las asociaciones de vecinos u otras asociaciones. En cualquier caso, apenas se observan diferencias significativas respecto a estas percepciones de apoyo entre los diferentes segmentos sociales.



Cuadro 6.4.1.

**% de Entrevistados que pertenecen a distintas organizaciones o grupos,
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1996	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	Otras	A ninguna
Total	(1212)	6%	3	2	2	1	1	1	4	1	7	5	2	72
Edad:														
18 a 29 años	(316)	4%	2	2	3	1	2	3	9	1	3	2	3	72
30 a 49 años	(412)	9%	5	2	2	2	1	*	3	1	8	12	1	67
50 a 64 años	(261)	6%	1	1	2	2	-	-	3	-	10	2	3	75
65 y más años	(222)	*%	*	4	2	*	1	-	1	-	9	*	4	80
Posición Social:														
Baja	(367)	1%	1	2	1	1	*	*	1	*	7	3	3	84
Media	(680)	5%	2	2	2	1	1	1	5	1	7	5	3	71
Alta	(165)	17%	8	2	5	5	2	1	9	1	11	10	2	52
Ideología:														
Izquierda	(542)	8%	3	1	3	3	1	1	5	1	8	6	3	68
Centro	(237)	5%	4	2	3	-	*	1	4	*	8	6	3	71
Derecha	(220)	2%	2	3	1	1	1	*	4	*	6	2	2	79
Status Socioeconómico Familiar:														
Alto, Medio alto	(286)	11%	6	1	3	3	1	2	8	1	9	10	3	57
Medio	(609)	5%	2	2	2	1	1	*	4	*	7	5	2	75
Medio Bajo	(289)	2%	*	3	1	*	1	*	1	*	7	2	3	82
Bajo	(28)	4%	4	4	4	7	-	-	-	-	7	-	-	75
Sector Económico:														
No activos	(649)	1%	1	2	2	1	1	1	4	*	7	3	3	77
En paro	(172)	5%	2	1	2	2	1	1	4	1	6	3	1	76
Sec.Publico	(69)	33%	4	4	7	6	1	-	4	-	13	12	1	46
Sec.Priv.c/ajena	(223)	10%	3	1	2	1	*	-	5	*	6	8	3	67
Sec.Priv.c/propia	(93)	4%	13	-	3	2	2	2	5	2	8	11	2	63
Clientes de:														
Bancos	(337)	8%	4	2	1	2	1	1	5	*	6	5	3	69
Cajas	(827)	6%	3	2	3	1	1	1	4	1	8	6	3	71
Votó en las elecciones generales:														
Sí	(1086)	6%	2	2	2	1	1	1	4	1	8	5	3	72
No	(122)	5%	3	2	2	2	2	-	4	1	6	5	1	79



Intención de Voto Directa:

PP	(328)	3%	4	3	2	1	1	1	3	1	7	5	2	74
PSOE	(389)	4%	1	1	2	2	1	1	4	*	9	5	2	75
IU	(113)	15%	4	3	-	1	1	-	5	-	4	4	3	65
Nacion. derecha	(83)	5%	2	-	7	1	1	1	8	-	8	6	5	59
Nacion. izquierda	(28)	14%	4	-	11	11	11	4	4	4	-	7	4	57
Otros, en blanco	(40)	2%	3	-	5	-	-	2	5	-	8	5	-	77
No votará	(66)	6%	5	5	-	3	3	3	3	2	5	9	5	73
No sabe	(68)	4%	3	3	4	-	-	-	3	1	3	3	3	78
No contesta	(97)	6%	1	3	2	-	-	1	5	1	11	4	1	75
Satisfacción con el Gobierno:														
Satisfechos	(438)	5%	1	1	2	2	1	1	4	*	7	4	2	75
Indiferentes	(198)	3%	2	4	1	1	-	1	4	1	6	1	4	79
Insatisfechos	(552)	7%	4	2	3	1	2	1	5	1	8	7	3	68
Satisfacción con la Democracia:														
Satisfechos	(673)	6%	2	2	3	2	*	1	4	*	8	5	3	72
Indiferentes	(175)	3%	1	2	2	1	1	-	3	-	6	2	1	80
Insatisfechos	(346)	6%	4	2	2	2	2	1	5	1	6	8	2	69
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:														
Mucho o bastante	(597)	7%	4	1	3	3	1	1	5	1	9	7	3	68
Poco o nada	(610)	4%	1	3	1	*	1	1	4	*	6	4	2	77

- | | |
|--|---|
| (1) Sindicatos | (7) Grupos juveniles |
| (2) Asociaciones profesionales o empresariales | (8) Clubs deportivos |
| (3) Grupos religiosos | (9) Grupos que apoyan los derechos de las mujeres |
| (4) Grupos educativos, artísticos o culturales | (10) Asociación de vecinos |
| (5) Partidos o grupos políticos | (11) Asociaciones de padres |
| (6) Grupos ecologistas, de conservación de la naturaleza o de protección de los animales | |

(*) Los porcentajes suman más de 100 porque los entrevistados podían citar más de una asociación



Cuadro 6.4.2.

Organización que apoyó a algún partido o candidato político en particular, por Características Socioeconómicas. (Primera, segunda y tercera mención)

MARZO 1996	Total	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	Otras
Total	(1212)	(173)	(118)	(117)	(19)	(27)	(51)	(9)	(9)	(15)	(22)	(14)	(11)
Partido o Candidato Político al que apoyó:													
PSOE/F. González	11%	55%	47%	40%	42%	37%	45%	44%	-%	80%	27%	21%	37%
PP/José M ^a Aznar	12	62	80	80	42	26	61	45	22	53	9	14	27
IU/Julio Anguita	7	36	31	23	31	26	73	22	11	40	4	7	-
Otro	1	5	3	2	-	-	2	-	-	-	9	-	-
No apoyó ninguno	19	22	27	27	47	19	18	56	89	7	59	72	73
No contesta	89	45	30	37	63	89	41	44	78	53	86	71	73

MARZO 1996	Base: Pertenece	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	Otras
Total	(333)	(80)	(56)	(49)	(13)	(15)	(28)	(6)	(6)	(9)	(20)	(11)	(10)
Partido o Candidato Político al que apoyó:													
PSOE/F. González	20%	59%	54%	43%	31%	40%	61%	50%	-%	67%	25%	18%	40%
PP/José M ^a Aznar	21	55	75	73	31	20	64	50	17	56	10	18	20
IU/Julio Anguita	12	37	32	20	23	20	71	-	-	34	5	9	-
Otro	2	5	-	-	-	-	4	-	-	-	10	-	-
No apoyó ninguno	58	21	27	29	54	34	18	50	83	-	60	73	70



- (1) Sindicatos
- (2) Asociaciones profesionales o empresariales
- (3) Grupos religiosos
- (4) Grupos educativos, artísticos o culturales
- (5) Partidos o grupos políticos
- (6) Grupos ecologistas, de conservación de la naturaleza o de protección de los animales
- (7) Grupos juveniles
- (8) Clubs deportivos
- (9) Grupos que apoyan los derechos de las mujeres
- (10) Asociación de vecinos
- (11) Asociación de padres



Cuadro 6.4.3.

**Grupo o Institución que coincide más con las opiniones del Entrevistado,
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1996	Total	Sin- dica- tos	La Iglesia	Grupos apoyo derechos de las mujeres	Organiz. empresa- riales	Grupos ecolo- gistas	Asocia- ciones de Padres	Asocia- ciones de Vecinos	Otras	Nin- guna
Total	(1212)	22%	19	27	12	32	21	23	2	31
Edad:										
18 a 29 años	(316)	25%	11	32	15	50	18	17	1	25
30 a 49 años	(412)	25%	14	30	13	32	27	25	2	28
50 a 64 años	(261)	21%	29	22	11	22	19	26	3	34
65 y más años	(222)	15%	30	22	10	18	15	23	1	42
Posición Social:										
Baja	(367)	13%	25	30	10	25	20	20	1	40
Media	(680)	25%	18	27	13	34	20	23	2	28
Alta	(165)	30%	13	25	15	38	25	29	2	22
Ideología:										
Izquierda	(542)	33%	9	32	10	40	22	26	2	26
Centro	(237)	16%	24	27	16	33	26	22	1	27
Derecha	(220)	13%	41	29	21	25	21	25	1	25
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(286)	24%	21	35	20	42	25	25	1	17
Medio	(609)	23%	16	27	10	33	22	21	1	34
Medio Bajo	(289)	18%	24	23	10	23	15	24	2	39
Bajo	(28)	11%	32	7	7	11	14	25	7	39
Sector Económico:										
No activos	(649)	18%	25	30	11	28	20	23	2	34
En paro	(172)	28%	12	31	10	38	21	24	3	29
Sec.Publico	(69)	48%	19	29	10	39	19	20	1	22
Sec.Priv.c/ajena	(223)	23%	10	21	13	37	23	22	*	30
Sec.Priv.c/propia	(93)	18%	18	20	27	29	24	25	2	26
Clientes de:										
Bancos	(337)	25%	21	32	22	35	25	26	1	28
Cajas	(827)	23%	19	28	12	33	23	25	2	29



Votó en las elecciones generales:										
Si	(1086)	23%	20	28	13	32	22	23	2	30
No	(122)	14%	15	20	7	30	15	19	2	39
Intención de Voto Directa:										
PP	(328)	14%	33	27	20	27	22	21	1	27
PSOE	(389)	29%	15	30	9	33	25	27	2	33
IU	(113)	37%	6	33	7	51	17	18	2	19
Nacion. derecha	(83)	14%	19	25	17	33	16	18	5	24
Nacion. izquierda	(28)	39%	7	39	14	46	21	32	4	14
Otros, en blanco	(40)	15%	15	32	18	50	25	30	-	30
No votará	(66)	14%	15	23	9	35	17	24	3	44
No sabe	(68)	24%	22	15	7	22	15	22	-	41
No contesta	(97)	11%	13	19	4	20	14	16	1	45
Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(438)	28%	17	32	12	35	23	24	2	33
Indiferentes	(198)	22%	20	24	8	25	17	19	2	38
Insatisfechos	(552)	18%	20	25	15	33	21	24	2	27
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(673)	25%	18	28	12	33	22	25	2	30
Indiferentes	(175)	14%	18	19	8	23	13	14	2	46
Insatisfechos	(346)	20%	22	31	16	35	23	24	1	26
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:										
Mucho o bastante	(597)	27%	21	33	15	38	25	26	2	24
Poco o nada	(610)	17%	18	22	10	26	17	20	1	38

(*) Los porcentajes suman más de 100 porque los entrevistados podían citar más de una asociación



Cuadro 6.4.4.

Grupo o Institución cuyas opiniones son más opuestas a las del Entrevistado, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	Sin-dica-tos	La Iglesia	Grupos apoyo derechos de las mujeres	Organiz. empresa-riales	Grupos ecoló-gistas	Asocia-ciones de Padres	Asocia-ciones de Vecinos	Otras	Nin-guna
Total	(1212)	20%	24	9	22	7	9	9	2	48
Edad:										
18 a 29 años	(316)	19%	34	9	25	3	10	10	1	42
30 a 49 años	(412)	20%	31	9	23	7	9	11	1	44
50 a 64 años	(261)	23%	14	10	22	10	8	7	2	50
65 y más años	(222)	19%	12	9	16	9	8	8	3	63
Posición Social:										
Baja	(367)	18%	15	6	16	6	5	7	2	59
Media	(680)	20%	26	9	22	6	10	9	2	48
Alta	(165)	27%	38	14	33	10	10	12	1	27
Ideología:										
Izquierda	(542)	14%	37	9	29	6	11	10	1	40
Centro	(237)	28%	24	9	23	6	8	8	3	47
Derecha	(220)	34%	11	11	15	12	9	13	2	46
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(286)	28%	35	11	25	9	12	13	2	33
Medio	(609)	18%	24	8	24	6	9	9	1	49
Medio Bajo	(289)	18%	16	9	16	7	6	6	3	60
Bajo	(28)	4%	14	-	11	4	7	7	4	61
Sector Económico:										
No activos	(649)	21%	18	8	19	8	8	8	2	52
En paro	(172)	14%	30	8	26	2	9	8	1	47
Sec.Publico	(69)	20%	36	17	38	9	17	17	-	33
Sec.Priv.c/ajena	(223)	18%	34	10	23	5	8	9	2	42
Sec.Priv.c/propia	(93)	26%	24	12	18	10	10	12	1	47
Clientes de:										
Bancos	(337)	25%	28	10	22	8	10	10	3	43
Cajas	(827)	20%	26	9	24	7	9	10	2	46



Votó en las elecciones generales:

Si	(1086)	20%	24	9	22	7	9	9	2	48
No	(122)	21%	25	12	20	7	11	11	2	53
Intención de Voto Directa:										
PP	(328)	31%	12	11	16	9	8	10	2	49
PSOE	(389)	14%	29	6	22	5	6	5	1	48
IU	(113)	14%	45	12	35	4	12	11	1	31
Nacion. derecha	(83)	23%	27	11	22	11	13	16	4	52
Nacion. izquierda	(28)	18%	61	22	39	25	25	18	4	25
Otros, en blanco	(40)	30%	32	12	35	3	15	15	2	42
No votará	(66)	18%	24	11	23	3	14	12	2	56
No sabe	(68)	12%	15	9	16	4	7	4	3	65
No contesta	(97)	16%	16	3	21	6	8	9	-	57
Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(438)	12%	27	6	22	5	6	7	1	51
Indiferentes	(198)	15%	17	9	20	6	10	10	2	58
Insatisfechos	(552)	29%	25	11	23	8	11	11	2	41
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(673)	18%	27	8	24	6	7	8	2	47
Indiferentes	(175)	18%	18	9	15	6	11	11	3	60
Insatisfechos	(346)	26%	25	11	21	8	11	12	1	43
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:										
Mucho o bastante	(597)	21%	29	10	25	7	9	11	2	42
Poco o nada	(610)	19%	20	8	19	7	9	8	2	54

(*) Los porcentajes suman más de 100 porque los entrevistados podían citar más de una asociación



Cuadro 6.4.5.

Partido Político o Candidato al que ha favorecido cada una de las siguientes Organizaciones en las últimas Elecciones Generales.

MARZO 1996	PSOE	PP	IU	Otros	NS/NC
Sindicatos	24%	3	14	1	58
La Iglesia	1%	42	1	1	56
Los grupos que apoyan los derechos de las mujeres	13%	4	13	1	68
Las Organizaciones Empresariales	6%	35	2	1	57
Los grupos Ecologistas	4%	4	19	5	67
Las Asociaciones de Padres	8%	6	2	2	81
Las Asociaciones de Vecinos	10%	4	2	3	82
Otras	1%	1	*	*	98



Cuadro 6.4.6.

Partido Político o Candidato al que ha favorecido cada una de estas organizaciones en las pasadas elecciones, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	SINDICATOS			IGLESIA			GRUPOS DERE- CHOS MUJER			ORGANIZAC. EMPRESAR.			ECOLOGISTAS			ASOC.PADRES			ASOC.VECINOS			
	Total	PSOE	PP	IU	PSOE	PP	IU	PSOE	PP	IU	PSOE	PP	IU	PSOE	PP	IU	PSOE	PP	IU	PSOE	PP	IU
Total	(1212)	24%	3	14	1%	42	1	13%	4	13	6%	35	1	5%	4	19	8%	6	1	10%	4	2
Edad:																						
18 a 29 años	(316)	27%	4	15	3%	43	-	11%	6	15	7%	38	1	4%	4	26	8%	7	1	10%	4	1
30 a 49 años	(412)	28%	3	14	1%	47	1	14%	5	17	6%	39	2	3%	6	20	10%	7	2	10%	5	3
50 a 64 años	(261)	19%	4	13	*%	36	1	13%	3	9	5%	31	1	5%	3	16	7%	5	1	10%	3	1
65 y más años	(222)	18%	2	11	-%	37	*	13%	3	9	6%	26	2	7%	3	10	8%	5	1	9%	1	2
Posición Social:																						
Baja	(367)	17%	4	9	1%	33	-	9%	5	7	5%	22	1	5%	4	9	5%	5	-	5%	4	1
Media	(680)	25%	4	15	1%	44	1	13%	4	14	7%	37	2	4%	4	20	9%	7	2	10%	4	2
Alta	(165)	33%	2	19	2%	53	2	19%	5	22	5%	55	2	4%	4	35	13%	8	4	15%	5	4
Ideología:																						
Izquierda	(542)	27%	4	16	1%	49	1	18%	4	14	7%	42	2	6%	4	24	10%	6	2	12%	3	3
Centro	(237)	25%	3	16	3%	47	1	13%	4	19	7%	41	2	4%	4	24	11%	8	1	14%	3	2
Derecha	(220)	27%	4	14	*%	42	*	9%	7	13	8%	30	1	4%	6	15	7%	8	1	5%	6	1
Status Socioeconómico Familiar:																						
Alto, Medio alto	(286)	33%	5	20	2%	56	2	16%	7	24	8%	51	1	2%	5	35	12%	10	1	12%	6	2
Medio	(609)	23%	3	11	1%	41	*	13%	4	10	6%	32	1	5%	4	16	8%	5	1	10%	3	2
Medio Bajo	(289)	17%	2	12	-%	31	-	9%	3	9	5%	25	3	7%	4	11	6%	6	2	6%	4	2
Bajo	(28)	11%	-	14	-%	25	4	11%	4	7	-%	18	-	4%	-	7	7%	7	-	7%	-	4
Sector Económico:																						
No activos	(649)	20%	4	13	1%	39	*	12%	4	11	6%	29	1	6%	4	16	8%	6	1	9%	4	2
En paro	(172)	28%	2	14	2%	40	1	15%	5	12	4%	42	1	5%	3	23	9%	8	1	11%	5	2
Sec.Publico	(69)	33%	6	16	-%	49	1	13%	12	19	4%	45	3	1%	4	23	6%	13	-	6%	7	1
Sec.Priv.c/ajena	(223)	27%	2	15	2%	46	*	14%	2	15	7%	39	2	4%	3	22	10%	5	3	13%	2	2
Sec.Priv.c/propia	(93)	30%	5	12	-%	47	2	13%	3	20	9%	43	1	1%	8	23	12%	6	1	10%	4	1
Clientes de:																						
Bancos	(337)	24%	5	14	2%	44	1	15%	4	15	7%	39	1	6%	5	20	8%	6	2	10%	5	1
Cajas	(827)	25%	4	15	1%	46	1	14%	5	14	7%	37	2	5%	4	21	10%	7	1	11%	4	2



Votó en las elecciones generales:

Si	(1086)	25%	3	14	1%	43	1	14%	5	13	6%	36	2	5%	4	20	9%	7	1	10%	4	2
No	(122)	13%	3	10	1%	31	1	3%	3	13	5%	25	1	4%	6	10	5%	5	2	6%	2	2
Intención de Voto Directa:																						
PP	(328)	26%	3	14	2%	41	*	9%	7	12	8%	30	2	3%	5	15	7%	8	1	6%	5	1
PSOE	(389)	24%	5	12	1%	44	*	20%	5	10	6%	36	2	8%	4	18	12%	7	1	14%	4	2
IU	(113)	24%	3	30	3%	57	-	12%	3	30	6%	50	3	4%	2	36	4%	10	5	9%	4	5
Nacion. derecha	(83)	30%	4	8	-%	37	5	7%	4	24	5%	41	1	1%	2	38	16%	-	1	13%	-	1
Nacion. izquierda	(28)	43%	4	14	4%	50	-	7%	4	18	4%	47	-	7%	4	14	-%	-	4	-%	-	-
Otros, en blanco	(40)	20%	-	7	-%	42	2	12%	3	10	8%	32	3	-%	5	17	5%	2	-	2%	5	2
No votará	(66)	12%	2	12	2%	33	2	2%	3	12	5%	27	-	3%	5	9	5%	6	-	9%	1	2
No sabe	(68)	16%	3	3	-%	28	-	6%	-	4	6%	10	-	1%	1	4	6%	-	-	4%	-	1
No contesta	(97)	21%	1	13	-%	36	-	14%	2	10	1%	38	1	3%	2	16	6%	8	2	9%	5	2
Satisfacción con el Gobierno:																						
Satisfechos	(438)	26%	4	11	1%	42	1	17%	5	10	7%	35	1	6%	4	19	9%	7	2	12%	4	*
Indiferentes	(198)	17%	3	13	2%	30	1	12%	2	11	7%	26	2	6%	2	12	5%	6	1	6%	2	3
Insatisfechos	(552)	25%	3	16	1%	46	1	10%	5	17	6%	38	2	3%	5	22	9%	7	2	9%	5	3
Satisfacción con la Democracia:																						
Satisfechos	(673)	27%	3	16	1%	46	1	16%	5	13	6%	38	2	6%	4	21	10%	7	2	11%	4	2
Indiferentes	(175)	16%	-	10	1%	34	-	10%	-	12	6%	25	-	5%	2	16	7%	3	1	7%	2	1
Insatisfechos	(346)	23%	5	11	1%	39	1	9%	6	15	6%	34	1	2%	5	17	6%	8	1	8%	5	1
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:																						
Mucho o bastante	(597)	27%	4	18	1%	50	1	17%	5	17	6%	43	2	6%	5	23	10%	7	2	11%	5	2
Poco o nada	(610)	21%	2	9	2%	33	*	8%	4	10	6%	27	1	4%	3	15	7%	6	1	8%	3	1



Cuadro 6.4.7.

Grupo o Institución al que tiene más en cuenta para tomar sus propias decisiones, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	Sin- dica- tos	La Iglesia	Grupos apoyo derechos de las mujeres	Organiz. empesa- riales	Grupos ecolo- gistas	Asocia- ciones de Padres	Asocia- ciones de Vecinos	Otras	Nin- guna
Total	(1212)	7%	4	3	3	3	2	2	2	75
Edad:										
18 a 29 años	(316)	7%	4	3	5	7	1	1	2	70
30 a 49 años	(412)	9%	2	4	2	2	2	2	3	73
50 a 64 años	(261)	5%	5	2	3	1	2	2	*	78
65 y más años	(222)	4%	6	4	1	1	1	2	*	79
Posición Social:										
Baja	(350)	3%	4	4	1	1	1	1	2	83
Media	(684)	6%	4	3	4	4	2	2	2	73
Alta	(178)	13%	3	4	5	3	2	3	2	64
Ideología:										
Izquierda	(542)	11%	1	5	3	4	2	2	1	70
Centro	(237)	5%	4	3	3	3	2	2	3	75
Derecha	(220)	3%	11	2	4	1	1	1	*	75
Status Socioeconómico Familiar:										
Alto, Medio alto	(260)	12%	8	4	7	4	2	3	1	59
Medio	(598)	5%	3	4	2	3	2	*	2	77
Medio Bajo	(325)	6%	2	2	1	2	1	3	1	81
Bajo	(28)	-%	14	-	-	-	-	-	4	82
Sector Económico:										
No activos	(649)	6%	5	4	3	3	2	2	1	75
En paro	(172)	6%	3	4	2	2	1	1	3	75
Sec.Publico	(69)	17%	1	3	-	-	-	3	4	70
Sec.Priv.c/ajena	(223)	5%	3	2	2	5	3	1	2	75
Sec.Priv.c/propia	(93)	9%	1	-	11	1	-	2	-	75
Clientes de:										
Bancos	(337)	8%	7	4	5	3	1	1	2	69
Cajas	(827)	7%	4	3	3	2	2	2	1	74



Votó en las elecciones generales:										
Si	(1086)	7%	4	3	3	3	2	2	1	74
No	(122)	2%	4	3	2	4	1	1	3	75
Intención de Voto Directa:										
PP	(328)	4%	9	2	4	2	1	1	2	74
PSOE	(389)	9%	2	5	2	2	2	2	2	74
IU	(113)	17%	1	5	3	6	-	-	2	66
Nacion. derecha	(83)	2%	6	4	7	6	4	2	2	66
Nacion. izquierda	(28)	7%	-	-	4	14	4	4	-	61
Otros, en blanco	(40)	2%	5	-	2	5	3	-	3	75
No votará	(66)	3%	3	6	2	2	1	-	2	79
No sabe	(68)	4%	1	1	1	1	-	3	-	87
No contesta	(97)	2%	3	2	2	-	-	2	1	88
Satisfacción con el Gobierno:										
Satisfechos	(438)	9%	3	4	3	3	1	1	2	74
Indiferentes	(198)	4%	5	3	*	2	2	1	1	82
Insatisfechos	(552)	6%	4	3	4	3	2	2	2	72
Satisfacción con la Democracia:										
Satisfechos	(673)	8%	3	4	3	3	2	2	2	73
Indiferentes	(175)	3%	5	1	-	5	1	-	1	83
Insatisfechos	(346)	6%	4	4	4	3	2	2	1	73
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:										
Mucho o bastante	(597)	10%	4	5	4	4	2	1	1	70
Poco o nada	(610)	3%	4	2	2	2	1	2	2	79

6.5. DESPUES DE LAS ELECCIONES

Un 88% de los entrevistados afirma que la democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno, y sólo proporciones inferiores al 5% opinan que en ocasiones puede ser preferible un gobierno autoritario (o militar) a uno democrático, o que da igual un gobierno democrático que otro autoritario.

La preferencia por un gobierno autoritario es minoritaria (5% en el conjunto de la muestra), pero es algo superior entre los de derecha (11%) y entre los de bajo status socioeconómico (14%).

En cuanto a las coaliciones de partidos preferibles para gobernar, una vez que no existe posibilidad de un gobierno monocolor, el 38% no contesta a la pregunta, pero la mayor proporción (12%) se inclina por un gobierno PP y CiU. No obstante, la preferencia por algún tipo de coalición en que entra el PP (39%) es superior a la de las coaliciones en que entra el PSOE (28%). Como es lógico, la preferencia por una coalición PP-CiU es mayor entre los que se posicionan en la derecha y entre los votantes del PP. Pero los votantes del PSOE preferirían, también lógicamente, una coalición PSOE-CiU o una coalición PP-PSOE. Y los votantes de IU desearían una coalición PP-IU.



Cuadro 6.5.1.

Frase con la que está más de acuerdo, por Características Socioeconómicas.

MARZO 1996	Total	(1)	(2)	(3)	No sabe
Total	(1212)	88%	5	4	4
Edad:					
18 a 29 años	(316)	88%	4	4	4
30 a 49 años	(412)	91%	3	3	3
50 a 64 años	(261)	88%	5	5	3
65 y más años	(222)	81%	8	5	6
Posición Social:					
Baja	(350)	82%	5	5	7
Media	(684)	89%	5	4	3
Alta	(178)	93%	5	1	1
Ideología:					
Izquierda	(542)	93%	2	3	2
Centro	(237)	90%	5	2	2
Derecha	(220)	81%	11	4	4
Status Socioeconómico Familiar:					
Alto, Medio alto	(260)	92%	5	2	2
Medio	(598)	87%	4	4	5
Medio Bajo	(325)	86%	5	5	4
Bajo	(28)	82%	14	-	4
Sector Económico:					
No activos	(649)	86%	6	4	4
En paro	(172)	88%	3	5	3
Sec.Publico	(69)	97%	1	-	1
Sec.Priv.c/ajena	(223)	89%	4	3	3
Sec.Priv.c/propia	(93)	88%	4	4	3
Clientes de:					
Bancos	(337)	88%	6	4	2
Cajas	(827)	88%	5	4	4
Votó en las elecciones generales:					
Si	(1086)	89%	5	3	3
No	(122)	74%	5	10	11



Intención de Voto Directa:					
PP	(328)	83%	9	4	4
PSOE	(389)	91%	3	3	3
IU	(113)	93%	3	4	-
Nacion. derecha	(83)	98%	1	-	1
Nacion. izquierda	(28)	93%	4	-	4
Otros, en blanco	(40)	82%	8	5	5
No votará	(66)	64%	5	14	18
No sabe	(68)	88%	1	6	4
No contesta	(97)	89%	5	3	3
Satisfacción con el Gobierno:					
Satisfechos	(438)	90%	4	2	4
Indiferentes	(198)	84%	5	8	4
Insatisfechos	(552)	87%	6	4	4
Satisfacción con la Democracia:					
Satisfechos	(673)	93%	3	3	2
Indiferentes	(175)	78%	5	10	7
Insatisfechos	(346)	83%	9	3	5
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:					
Mucho o bastante	(597)	93%	4	2	1
Poco o nada	(610)	83%	5	6	6

- (1) La Democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno.
- (2) En ocasiones un gobierno autoritario puede ser preferible a uno democrático.
- (3) Para personas como yo, lo mismo da que haya un gobierno democrático o autoritario.



Cuadro 6.5.2.

Coalición de Partidos que Preferiría para Gobernar

	I-96	II-96	III-96

Total	(1216)	(1215)	(1.212)
- PP y CiU	7%	6%	12%
- PP y PNV	1	1	2
- PP, CiU y PNV	1	2	6
- PP y PSOE	8	9	8
- PP e IU	10	10	5
- PP, CC, UV y CiU	-	-	2
- PP y cualquier otro partido o grupo de partidos, con tal de que no gobierne el PSOE.	7	7	4
- PSOE y CiU	6	6	6
- PSOE y PNV	1	1	*
- PSOE, CiU y PNV	2	1	2
- PSOE e IU	18	19	8
- PSOE y cualquier otro partido o grupo de partidos, con tal de que no gobierne el PP.	3	3	4
- Otra coalición	1	1	3
- NS/NC	36	35	38



Cuadro 6.5.3.

**Posibles coaliciones entre partidos para el futuro Gobierno,
por Características Socioeconómicas.**

MARZO 1996	Total	PP y CiU	PP y PNV	PP-CiU y PNV	PP y PSOE	PP e IU	PP,CC, UV y CiU	PP y otros	PSOE y CiU	PSOE y PNV	PSOE, CiU y PNV	PSOE e IU	PSOE y otro	Otra	Ns/Nc
Total	(1212)	12%	2	6	8	5	2	4	6	*	2	8	4	3	38
Edad:															
18 a 29 años	(316)	11%	2	5	6	7	2	5	8	-	2	9	5	6	32
30 a 49 años	(412)	12%	1	8	9	5	2	5	5	*	2	11	3	2	35
50 a 64 años	(261)	14%	2	5	9	5	3	3	7	*	2	7	3	2	38
65 y más años	(222)	11%	1	3	9	1	2	5	7	*	2	3	5	2	50
Posición Social:															
Baja	(350)	10%	1	2	9	3	1	5	5	1	1	6	5	3	47
Media	(684)	13%	2	6	9	6	2	4	7	*	1	8	3	3	36
Alta	(178)	14%	2	11	3	5	3	6	8	-	4	12	3	4	25
Ideología:															
Izquierda	(542)	9%	1	5	8	4	1	1	10	*	3	15	7	3	32
Centro	(237)	15%	2	8	12	7	3	6	6	1	*	3	2	2	34
Derecha	(220)	21%	4	7	5	6	6	13	2	-	1	1	*	4	29
Status Socioeconómico Familiar:															
Alto, Medio alto	(260)	15%	2	6	8	8	3	7	7	-	3	8	3	5	24
Medio	(598)	11%	1	6	9	5	2	4	7	1	1	9	4	3	37
Medio Bajo	(325)	12%	3	5	6	3	1	3	5	-	2	7	4	2	52
Bajo	(28)	4%	4	4	22	-	-	4	-	-	-	4	4	4	50
Sector Económico:															
No activos	(649)	11%	2	4	9	5	2	4	6	*	2	6	5	2	43
En paro	(172)	10%	2	5	10	7	1	4	6	1	2	11	2	3	36
Sec.Publico	(69)	6%	1	7	12	3	1	9	7	-	3	10	6	1	33
Sec.Priv.c/ajena	(223)	13%	1	9	4	4	3	5	9	*	1	13	3	5	30
Sec.Priv.c/propia	(93)	21%	3	9	3	5	4	5	3	-	4	5	1	5	29
Clientes de:															
Bancos	(337)	12%	1	8	10	6	3	7	4	*	1	7	4	3	32
Cajas	(827)	12%	2	5	7	6	2	4	8	*	2	8	4	3	36



Votó en las elecciones generales:

Si	(1086)	12%	2	6	8	5	2	4	7	*	2	8	4	3	36
No	(122)	15%	3	2	5	1	1	4	2	-	1	3	4	4	54
Intención de Voto Directa:															
PP	(328)	21%	3	8	6	8	6	13	-	-	*	1	-	4	29
PSOE	(389)	8%	*	4	11	2	1	*	13	1	2	14	8	1	34
IU	(113)	12%	-	4	4	14	-	4	3	-	2	24	2	4	28
Nacion. derecha	(83)	16%	2	13	2	6	-	-	25	-	8	1	5	2	18
Nacion. izquierda	(28)	11%	-	7	-	-	4	4	7	-	7	4	11	14	32
Otros, en blanco	(40)	10%	-	5	10	5	-	5	-	-	-	10	-	2	52
No votará	(66)	3%	3	5	12	-	-	2	-	-	2	3	1	5	65
No sabe	(68)	7%	6	-	10	3	-	1	3	-	-	1	3	-	65
No contesta	(97)	4%	2	4	8	2	-	1	2	-	-	3	1	4	68
Satisfacción con el Gobierno:															
Satisfechos	(438)	10%	1	6	12	3	1	2	11	*	3	8	5	1	36
Indiferentes	(198)	9%	2	4	8	6	1	2	2	-	1	11	5	3	48
Insatisfechos	(552)	15%	2	6	5	6	3	7	5	*	2	7	2	4	35
Satisfacción con la Democracia:															
Satisfechos	(673)	13%	1	6	10	3	2	3	8	1	2	8	4	3	36
Indiferentes	(175)	10%	3	2	7	7	2	3	6	-	2	7	2	1	49
Insatisfechos	(346)	12%	2	6	5	8	2	8	4	-	1	9	3	5	35
Grado de Interés en los acontecimientos políticos:															
Mucho o bastante	(597)	13%	2	6	8	6	3	6	7	*	2	10	4	3	28
Poco o nada	(610)	11%	1	5	8	4	1	3	6	*	1	6	3	3	47