

**FLASHES A.S.E.P.**  
**ENERO - 1.988**

## **FICHA TECNICA**

- Diseño y Realización:** De la investigación, del cuestionario y de la muestra: A.S.E.P.
- Diseño Muestral:** 1.200 personas de uno y otro sexo, de 18 y más años, residentes en España. Muestra aleatoria estratificada por Comunidades Autónomas y municipios, utilizando sistema de rutas aleatorias y selección final de los entrevistados mediante las tablas de KISH.
- Trabajo de Campo:** Realizado durante los días 11 a 15 de Enero de 1988, 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.
- Análisis e Informe:** Diseñado y realizado por A.S.E.P. , y terminado el 30 de Enero de 1988.
- Dirección:** Juan DIEZ NICOLAS

**COPYRIGHT ASEP S.A., 1988. PROHIBIDA LA REPRODUCCION TOTAL O PARCIAL, INCLUSO CITANDO LA FUENTE.**

**"FLASHES"**  
**DEL**  
**INFORME ASEP**  
**SOBRE**  
**LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES**  
**ENERO 1988**

---

1. La investigación de campo se realizó entre el 11 y el 16 de enero, es decir, inmediatamente después de concluidas las fiestas navideñas, en las que, como es lógico, no se habían producido acontecimientos de gran envergadura.

En realidad, las grandes noticias se produjeron o bien unos días antes de iniciarse el trabajo de campo (pero después de cerrado el cuestionario), o durante su realización, o incluso después:

- El anuncio de fusión del Banco de Bilbao y el Vizcaya.
- El Congreso del PSOE.
- La oferta de tregua por parte de ETA para iniciar negociaciones con el Gobierno.
- La integración del CDS en la Internacional Liberal.
- El anuncio de acuerdo entre España y los EEUU para la firma del tratado sobre las bases.

Por ello, estos hechos no pueden haber tenido una especial incidencia sobre los entrevistados al contestar al cuestionario de enero, y mas bien se reflejarán en el correspondiente a febrero.

## **2. ASPECTOS ECONOMICOS Y DE CONSUMO**

- Cinco de los siete indices del Sentimiento del Consumidor han mejorado algo este mes. Solo los dos

que corresponden a la evaluación sobre la situación presente y futura de la economía española han empeorado ligeramente desde diciembre, manteniendo así la línea de empeoramiento que se observa desde el mes de octubre.

La mejoría percibida a nivel individual podría ser atribuida a cierto efecto de optimismo provocado por las fiestas navideñas, así como a las expectativas sobre aumentos de retribución que suelen originarse a comienzos del año.

- Es significativo que haya mejorado el componente del ISC relativo a la evaluación de la situación actual para el consumo, ya que, aún estando todavía muy por

debajo del nivel de equilibrio, muestra un importante incremento que podría explicarse por la percepción de los mejores precios en artículos de consumo a causa de las rebajas de enero.

- El efecto de las Navidades podría también explicar el incremento en el Índice General de Gastos en el Hogar (por los gastos de las fiestas) y la disminución en el Índice de Propensión al Consumo (propósito de "apretarse el cinturón").
  
- Concretamente, y por lo que respecta al IGH, su incremento global parece haberse debido a incrementos significativos en los gastos de casa, alimentación en casa, y ocio y diversiones (pues el incremento en pago de deudas y créditos puede deberse a que el mes de diciembre, que es por el que se preguntó, es fin de trimestre, fin de semestre, y fin de año, fechas en que suelen vencer los pagos aplazados no mensuales). Los demás componentes del gasto o apenas cambian, o incluso disminuyeron en diciembre (especialmente los de educación y cultura).
  
- La educación de los hijos constituye el aspecto mas valorado de la calidad de vida y la investigación que se hace en España es el aspecto menos valorado de los cinco por los que se ha preguntado este mes. En general, los entrevistados se muestran muy satisfechos de la educación de sus hijos y del tiempo libre de que disponen, pero se muestran insatisfechos del funcionamiento de la Seguridad Social y de la investigación que se hace en España, y muy especialmente, (como siempre), del nivel de los precios.

- Ocho de cada diez españoles mayores de 18 años no ha ido nunca al bingo o a un casino, y mas de la mitad no han ido nunca a un museo o no han cenado nunca fuera de casa, pero tres cuartas partes oyen música en casa, dos tercios utilizan los transportes públicos, y casi la totalidad pasean de vez en cuando (más de la mitad una vez por semana).

### 3. ASPECTOS POLITICOS

- Todas las instituciones y grupos sociales por los que se ha preguntado este mes reciben una valoración superior a 5,5 puntos, pero destaca como siempre La Corona (7,5 puntos). Iberia y la O.N.U. consiguen una buena puntuación (6,7 y 6,2), pero la Bolsa, (5,8), las Fuerzas Armadas, el Gobierno de la Nación y los Bancos (5,6), así como la RENFE (5,5), reciben valoraciones muy similares.
- En cuanto a la valoración de personajes públicos destaca la alta valoración del Principe Felipe (7,1 puntos), y es un poco superior a diciembre la valoración de tres de los cinco lideres fijos (Gonzalez, Suarez e Iglesias), pero se mantienen igual las de Fraga y Hernandez Mancha, por lo que puede decirse que su imagen continúa bastante estable, manteniendo sus posiciones relativas. Han disminuido respecto al mes de julio las valoraciones de Felix Pons y Ruiz Gimenez, y debe resaltarse que Julio Anguita resulta mejor valorado (4,5) que Rodríguez Sahagún (4,1) y Gerardo Iglesias (3,6).
- Se observa un acuerdo muy amplio con la afirmación de que "los dirigentes socialistas se han acostumbrado a vivir muy bien y se han olvidado de sus principios socialistas". También existe acuerdo respecto a que el pacto entre Reagan y Gorbachov ha sido solo una operación de imagen, respecto a que los partidos de la oposición no están cumpliendo su labor de controlar y criticar al Gobierno Socialista, y respecto a la necesidad de restablecer la pena de muerte para

ciertos delitos terroristas como el ocurrido en Zaragoza. Pero la opinión pública opina menos, y es muy controvertida, respecto a si el descenso del dolar beneficiará o no a la economía de los países europeos.

- Por otra parte, hay un acuerdo muy amplio con la decisión de emitir programas de TVE toda la noche durante los fines de semana, y un generalizado desacuerdo con la reciente subida de un 4,5 por ciento en el salario mínimo interprofesional. Pero otras actuaciones o medidas recientes del Gobierno, como la postura del Gobierno en las negociaciones con EEUU sobre las bases de uso conjunto, la política educativa o la política que se sigue para luchar contra la subida de precios, son todas ellas muy controvertidas.
  
- Las intenciones de voto parecen haber sufrido variaciones significativas este mes, que deberán ser controladas en los próximos meses. En efecto, aún tomando en consideración la estimación de voto que elabora ASEP para corregir los datos de intención directa de voto, se observan importantes pérdidas para AP (19 por ciento) y para el PSOE (16 por ciento), respecto a sus resultados de 1.986. Por el contrario, parecen confirmarse significativos incrementos para el CDS (97 por ciento) y los partidos regionales de centro y derecha (25 por ciento) respecto a sus resultados de 1.986. El crecimiento de IU (81 por ciento respecto a 1.986) parece sin embargo algo sobre estimado. Pero lo más significativo es que la estimación de voto conjunto para AP y CDS (27 por ciento) supera a la del PSOE (26 por ciento), de manera que parece confirmarse la impresión de que el PSOE ha perdido, de momento al menos, la posibilidad de lograr una mayoría absoluta en el Congreso.



#### 4. MEDIOS DE COMUNICACION

- Apenas han variado las pautas de utilización de medios de comunicación, especialmente en lo que respecta a diarios y revistas. Pero parece haber disminuido significativamente la audiencia de Radio Popular-COPE (en Onda Media), habiendo aumentado la de la Cadena SER (en FM). La valoración de los informativos de TVE sigue siendo alta (superior a 7,0 puntos) y estable.
  
- Entre los anuncios mas recordados continúan sobresaliendo los relativos a juegos de azar (especialmente los de la ONCE), así como los de automóviles, los institucionales (especialmente el del SIDA) y los de alimentación.