

BOLETIN A.S.E.P.

sobre

LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES

OCTUBRE - 1.990

"FLASHES"

La tónica general que se desprende de los datos de este mes es, en términos generales, muy similar a la registrada en Septiembre: pesimismo, insatisfacción e incertidumbre, sólo ligeramente atenuados, posiblemente a causa de que los ciudadanos han interiorizado la negativa situación con la que se encontraron al volver de las vacaciones de verano, y han iniciado su adaptación personal a esta nueva situación y perspectivas futuras.

LA CRISIS ECONOMICA

Todos los indicadores sobre la situación y perspectivas económicas personales, y especialmente sobre la situación y perspectivas de la economía española, siguen en un nivel inusualmente bajo, similar al de Septiembre. Este mes incluso se observa ya cierto impacto, negativo por supuesto, sobre los dos indicadores de ahorro. Probablemente porque ahorrar se va haciendo cada vez más difícil, la opinión pública se muestra mayoritariamente en desacuerdo con la afirmación de que ahora no vale la pena ahorrar, y que es mejor tener deudas. Por eso, también, se rechazan las explicaciones que ha dado el Gobierno para justificar la subida del precio de la gasolina y los continuos anuncios de medidas para reducir el consumo. La opinión pública percibe que se avecinan tiempos

difíciles y, como es lógico, no va a aceptarlos de buen grado. De ahí que se pida mayor dureza, también, en las medidas contra quienes cometen fraude fiscal o cobran subsidios de paro indebidamente. Cuando a los ciudadanos se les "toca el bolsillo" no cabe esperar otras reacciones, sobre todo cuando continúan recibiendo múltiples estímulos para consumir.

LA CRISIS DEL GOLFO PERSICO

La prolongación del conflicto en el Golfo Pérsico, es una situación que podría denominarse de estabilidad (en el sentido de equilibrio inestable), está provocando algunos cambios significativos en las opiniones.

Así, por ejemplo, la opinión pública parece convencida de que el conflicto del Golfo Pérsico no se debe a la defensa de ideales democráticos, sino a la defensa de intereses económicos. Pero, mientras en Septiembre se observaba una total oposición al envío de tropas, especialmente españolas, este mes parece existir una fuerte controversia de opiniones entre los que aprueban decididamente el mantenimiento de tropas españolas en el Golfo y quienes lo rechazan. ¿Significa esto que los españoles, o al menos ciertos rectores de la sociedad española, han comenzado a pensar que los intereses económicos que allí se defienden pueden ser los suyos, y por eso justifican la presencia de tropas?.

Lo que parece claro es que, una vez realizada la visita a las tropas por parte del Príncipe Felipe, la opinión ahora reclama la visita del propio Presidente del Gobierno, Felipe González, a las tropas españolas en el Golfo.

Y, llegados a este nivel de realismo, y después de los sucesos de Jerusalem, la opinión pública comienza a señalar otros responsables, además de Irak, de los conflictos de ese área, y muy concretamente se señala a Israel.

No parece aventurado pensar que, según cuales sean los acontecimientos que se produzcan en las próximas semanas, y según cuales sean las repercusiones percibidas por los propios ciudadanos sobre su vida, las opiniones cambien significativamente respecto al conflicto del Golfo y sus principales protagonistas.

LA CRISIS POLITICA

La inseguridad económica, que los ciudadanos perciben como una consecuencia del conflicto del Golfo (aunque también de otras causas), se refleja necesariamente también en la política.

Se mantiene la baja valoración general de instituciones y líderes políticos ya observada en Septiembre, se asigna este mes la peor valoración a los políticos, disminuye la satisfacción con el Gobierno (que está ya en

el nivel de equilibrio), y se reduce la valoración asignada al Gobierno de la Nación.

Y, confirmando los datos de Septiembre, casi la mitad de los entrevistados opinan que Felipe González debería haber prescindido ya de Alfonso Guerra.

Las consecuencias de todos estos factores, que configuran la crisis económica y política, no podrían ser otras que las que se reflejan en la estimación de voto de este mes. En efecto, y por comparación con los resultados de 1.989, se observa un significativo descenso en la intención de voto al PSOE, así como un significativo aumento de la abstención, de la alienación política, y del voto a "otros" partidos (especialmente a los ecologistas). Los resultados de las recientes elecciones en el País Vasco confirman, aunque sólo sea en esa Comunidad Autónoma, esos dos cambios significativos en el electorado: incremento de la abstención y disminución del voto al PSOE.

Los indicadores de voto para este mes de Octubre confirman, en líneas generales, las tendencias ya observadas en Septiembre.

INDICADORES DE VOTO OCTUBRE 90

	Resultados Reales 1989	Recuerdo de Voto	Intención de Voto	Estimación ASEP
PP	17,9%	13,6%	13,9%	17,7%
CDS	5,5	2,9	2,4	2,8
PSOE	27,4	28,8	24,5	23,9
IU	6,3	6,4	6,5	6,6
Nac. Derecha	7,2	3,8	4,7	6,5
Nac. Izquierda	1,8	1,9	1,9	1,6
Otros	2,9	2,5	4,2	4,7
Abstención	31,0	19,8	10,8	36,2
NS/NC	-	20,3	31,1	-
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

1. Este mes se mantienen en el bajo nivel alcanzado en septiembre los indicadores siguientes:
 - Sentimiento del Consumidor (ISC).
 - Evaluación de la Situación Económica (IESE).
 - Optimismo (IO).
 - Satisfacción con el funcionamiento de la democracia.
 - Satisfacción con la labor del Gobierno.

2. Se mantienen relativamente estables, pero con tendencia a empeorar, los siguientes:
 - Propensión al Ahorro.
 - Ahorro.

3. Y estables en sentido estricto:
 - Satisfacción con la Calidad de Vida.
 - Práctica religiosa.
 - Postmaterialismo.
 - Alienación política.
 - Posicionamiento ideológico.
 - Sentimiento nacionalista.

4. La estimación de voto ASEP, por comparación con los resultados reales de 1.989, implica los siguientes cambios significativos:
 - Incremento de la abstención.
 - Estabilidad para el PP e IU.
 - Pérdidas importantes para PSOE y nacionalistas de centro y derecha, y menos importantes para nacionalistas de izquierda.
 - Fuertes pérdidas para el CDS.
 - Fuerte crecimiento de los "otros" partidos (principalmente ecologistas).

Cuadro 1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

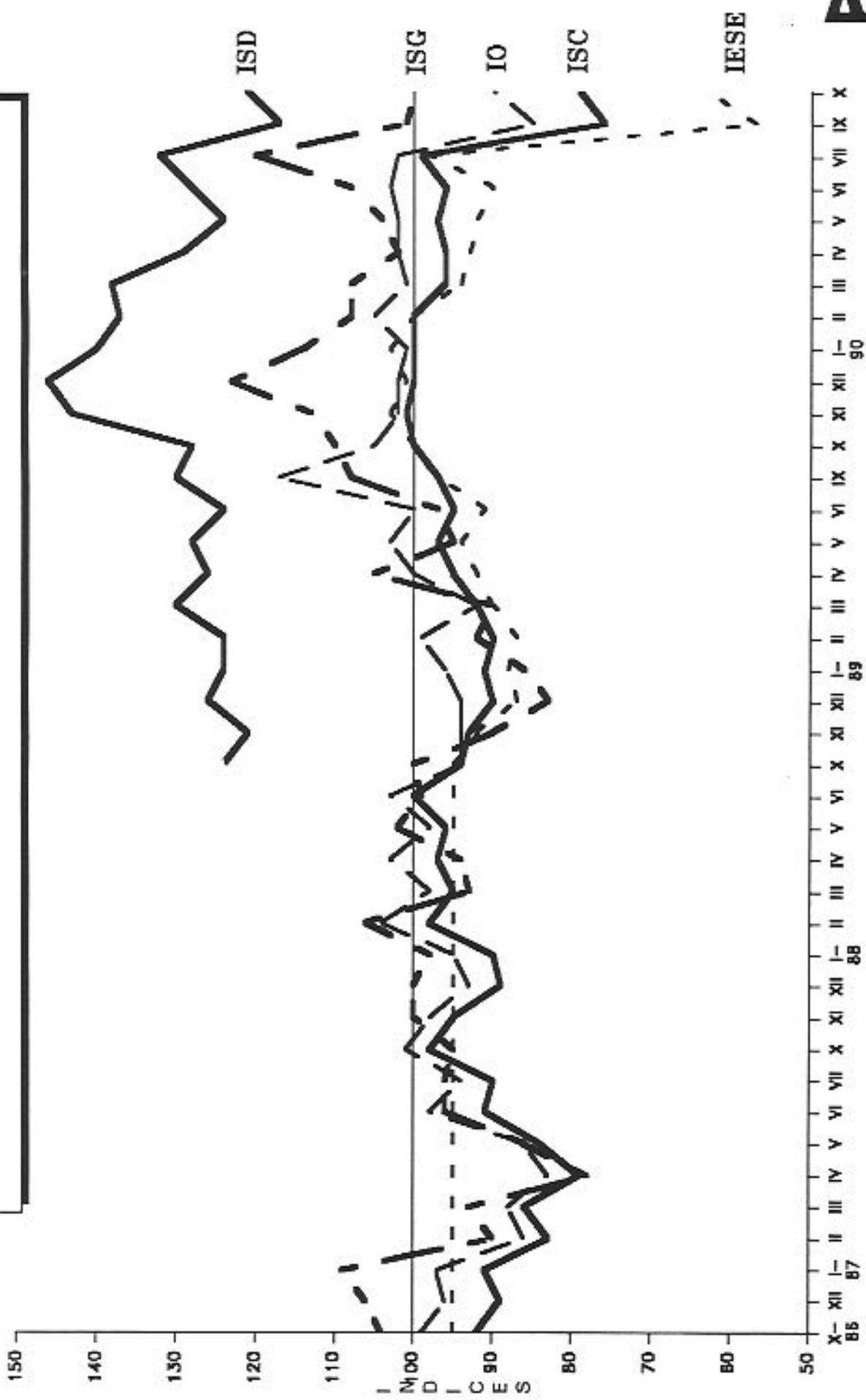
	XI-89	XII-89	I-90	II-90	III-90	IV-90	V-90	VI-90	VII-90	IX-90	X-90
<u>ECONÓMICOS Y DE CONSUMO</u>											
1 -ISC	101	100	100	100	96	96	97	96	99	76	79
2 -IESE	103	101	103	100	94	93	92	90	98	57	63
3 -IPA	114	117	116	119	119	118	119	119	118	117	112
4 -IA	25	26	27	29	28	28	28	28	30	29	25
<u>SOCIALES</u>											
5 -ISCV	167	173	168	170	174	164	159	166	162	163	168
6 -IO	102	102	101	105	101	102	102	103	102	85	90
7 -IPR	2,6	2,5	2,4	2,5	2,5	2,5	2,6	2,5	2,6	2,6	2,7
8 -IPM	30	31	32	34	30	32	34	33	32	30	29
<u>POLÍTICOS</u>											
9 -ISD	143	146	140	137	138	129	124	128	132	117	121
10- ISG	113	123	114	108	108	102	104	108	120	101	100
11- LAP	31	34	35	32	34	40	43	44	41	43	42
12- IPI	3,2	3,3	3,3	3,4	3,4	3,4	3,4	3,3	3,3	3,5	3,4
13- ISH	3,2	3,3	3,1	3,1	3,1	3,2	3,2	3,3	3,2	3,3	3,3
<u>EXPOSICIÓN A INFORMACION</u>											
14- IET	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60	62
<u>INTENCIÓN DIRECTA DE VOTO</u>											
- PP	13,0	11,5	11,0	14,7	15,0	13,8	11,8	10,6	13,2	12,7	13,9
- CDS	3,0	3,8	4,1	3,5	2,9	2,8	1,9	3,9	3,2	1,7	2,4
- PSOE	31,9	29,8	30,8	30,9	29,5	25,8	27,3	25,3	28,6	27,0	24,5
- IU	11,1	11,1	8,4	8,5	7,2	7,3	6,6	7,5	6,5	5,4	6,5
- Otros	10,0	9,4	10,8	9,7	10,8	9,6	9,7	8,9	7,7	10,2	10,8
- No Votará	7,1	8,2	8,3	14,7	9,7	10,2	11,6	11,1	9,2	11,1	10,8
- NS/NC	23,9	26,2	26,6	18,0	24,9	30,5	31,1	32,7	31,6	31,9	31,1
<u>INTENCIÓN DE VOTO ESTIMADA</u>											
- PP	19,5	17,7	16,5	19,3	18,9	17,7	17,5	14,7	17,1	17,7	17,7
- CDS	4,6	5,1	5,5	4,4	3,5	4,2	2,4	4,9	4,0	2,3	2,8
- PSOE	30,7	27,9	27,7	28,3	26,1	23,1	25,1	22,9	24,8	26,3	23,9
- IU	10,8	11,5	9,2	8,6	8,1	6,6	7,2	7,6	6,6	6,2	6,6
- Nacional. Derecha	7,1	7,9	8,0	7,3	7,2	7,6	7,3	6,1	5,8	6,5	6,5
- Nacional. Izquierda	1,6	1,3	2,0	1,0	1,8	2,0	1,8	2,2	1,6	1,5	1,6
- Otros	4,1	4,0	4,3	4,5	4,1	3,8	4,5	2,6	4,3	5,1	4,7
- Abstención	21,6	24,6	26,8	26,6	30,3	35,0	34,2	39,0	35,8	34,4	36,2

Cuadro 2.

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

INDICADORES:	X-90
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>	
Total	(1.224)
<u>Evaluación Situación Económica</u>	
Optimistas	16%
Pesimistas	53
<u>Propensión al Ahorro</u>	
Ahorran	25%
Se Endeudan	13
<u>Satisfacción con Calidad de Vida</u>	
Satisfechos	81%
Insatisfechos	12
<u>Optimismo Personal</u>	
Optimistas	23%
Pesimistas	33
<u>Práctica Religiosa</u>	
Alta	27%
Baja	43
<u>Postmaterialismo</u>	
Materialistas	71%
Post-materialistas	29
<u>Satisfacción con Democracia</u>	
Satisfechos	52%
Insatisfechos	31
<u>Satisfacción con Gobierno</u>	
Satisfechos	41%
Insatisfechos	42
<u>Posicionamiento Ideológico</u>	
Izquierda	36%
Centro	11
Derecha	16
<u>Sentimiento Nacionalista</u>	
Más nacionalistas	19%
Más españoles	35
<u>Exposición a Información</u>	
Alta	15%
Ninguna	53
<u>Posición Social</u>	
Alta	14%
Baja	40
<u>Intención de Voto Directa</u>	
PP	14%
CDS	2
PSOE	24
IU	6

EVOLUCION DE INDICADORES MAS SIGNIFICATIVOS



Actitudes Económicas y de Consumo

- Disminuye ligeramente la propensión al ahorro y la proporción de ahorradores - Disminuye ligeramente el índice de propensión al ahorro, que alcanza el nivel más bajo de los últimos meses, aunque continúa siendo positivo. Y la proporción de ahorradores disminuye asimismo hasta un 25%, la proporción más baja desde Noviembre de 1.989.
- Se mantiene la negativa evaluación de la situación económica, en un nivel muy bajo - Los cuatro componentes del sentimiento del consumidor (situación económica personal y de España, presente y futura), son muy negativos, como en Septiembre. Los dos indicadores relativos a España aún más negativos que los relativos a la persona.
- Resistencia a reducir gastos en gasolina y ropa - Dos tercios de los entrevistados no gastaron nada el mes pasado en espectáculos, viajes ni en deporte o gimnasia, y más de la mitad no gastaron nada en comer o cenar fuera de casa ni en tabaco. Los españoles gastaron más en gasolina y ropa que en otros bienes o servicios (no de necesidad). Y los gastos que más les molestaría reducir son también los de gasolina y ropa.
- Se mantiene sin embargo la Satisfacción General con la calidad de vida - Siguen siendo muchos más los españoles satisfechos que los insatisfechos con su calidad de vida en general.

Los españoles piden más dureza contra el fraude

- La opinión pública se muestra claramente de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

"El Gobierno debería ser más duro con los que cometen fraude fiscal y con los que perciben subsidios de paro aunque estén trabajando".

Pero existe controversia de opiniones (con fuerte tendencia al acuerdo) respecto a las siguientes:

"La calidad de los productos alimenticios españoles ha mejorado mucho gracias a la competencia de los productos europeos", y

"La productividad en España es baja porque los trabajadores no están suficientemente motivados".

Y el desacuerdo es evidente respecto a:

"En estos tiempos lo mejor que se puede hacer es tener deudas, pues no vale la pena ahorrar".

El BBV, el banco con más clientes

- Alrededor del 80% de los españoles tiene al menos una cuenta corriente o una cartilla de ahorros en algún tipo de entidad financiera, y un 37% tiene su cuenta o libreta en un banco. El banco con mayor número de clientes resulta ser el B.B.V..

Actitudes y Comportamientos Políticos

Actitudes Básicas

- El electorado español se autopositiona ideológicamente sobre todo en la izquierda y en proporción inferior en el centro y en la derecha. Este mes sin embargo disminuye ligeramente el centro aún más. Una cuarta parte afirma tener una práctica religiosa alta, mientras que la mitad dicen que su práctica religiosa es baja. Algo menos de la mitad de los entrevistados se consideran tan españoles como nacionalistas, pero la proporción que se considera más español es casi doble de la que se considera más nacionalista. Finalmente, un tercio de los entrevistados pueden ser considerados como post - materialistas (con ideas más progresistas, vanguardistas). Todos estos indicadores apenas presentan variaciones significativas de un mes a otro, como sería lógico esperar.

Imagen de Instituciones

- De las instituciones y grupos por los que se ha preguntado este mes, todas ellas, son conocidas por más del 70% de los entrevistados. La valoración, en una escala de 0 a 10 puntos ha sido: La Corona (6,8), los periodistas (6,3), las Fuerzas Armadas (5,2), los funcionarios (5,0), el Gobierno de la Nación (4,7), los Bancos (4,5) y los políticos (3,7). De las cuatro instituciones fijas, y por comparación con el mes anterior, se observa una valoración alta y estable de la Corona, un incremento en la valoración de Fuerzas Armadas y Bancos, y una disminución en la valoración del Gobierno de la Nación.

Ranking de
Cónocimiento
de Instituciones

- Las instituciones sobre las que ha opinado al menos un 85 por ciento de la población durante los últimos doce meses son TVE, Ayuntamientos, el Cuerpo Nacional de Policía, la Iglesia, la Corona, el Gobierno de la Nación, ETA y la Guardia Civil.

Ranking de
Valoración de
Instituciones

- Pero solo tres han recibido a lo largo de este período de tiempo una valoración superior a 6,5 puntos: La Corona, la Universidad y la ONU.

Imagen de
Personajes
Públicos

- En cuanto a los personajes políticos incluidos en este sondeo, todos son conocidos por más del 75% de los entrevistados, excepto Barrionuevo (64%), Múgica (56%) y Corcuera (54%). La valoración más alta corresponde al Príncipe Felipe (6,6), seguido de Felipe González (5,4), Anguita (4,6), Aznar (4,2), Barrionuevo (4,0), Corcuera (3,9), Múgica (3,8), Suárez (3,7) y Guerra (3,4).

Ranking de
Cónocimiento
de Líderes

- De los 40 líderes y personajes públicos por los que se ha preguntado durante los últimos doce meses, sólo nueve son conocidos por al menos un 80 por ciento de los españoles: la Reina D^a Sofia, Felipe González, Manuel Fraga, el Príncipe Felipe, Adolfo Suárez, Alfonso Guerra, Mijail Gorbachov, Javier Solana y Miguel Boyer.

Ranking de
Valoración
de Líderes

- Y solo nueve de los cuarenta superan una puntuación de 5 puntos: la Reina D^a Sofía, el Príncipe Felipe, Gorbachov, Garzón, Felipe González, Samaranch, Cristina Almeida, Fernández Ordoñez y Anguita.

Los españoles
creen que Felipe
debería visitar
las tropas en el
Golfo Pérsico

- Los españoles se muestran de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

"En lugar de hablar tanto de la invasión de Kuwait por Irak, habría que hablar más de las continuas agresiones de Israel a los países árabes", y

"Ahora que el Principe Felipe y el ministro de Defensa han visitado a las tropas españolas en Golfo Pérsico, el que debería ir es el propio Felipe González".

Pero existe controversia respecto a la siguiente:

"El pacto entre el PSOE y el CDS significará la absorción del CDS por el PSOE".

Y se observa un claro desacuerdo con la afirmación de que:

"El conflicto del Golfo Pérsico se debe a la defensa de la democracia y la libertad, y no a los intereses económicos como afirman algunos".

Rechazo a las razones que se han dado para subir la gasolina

- En relación con la política y actuaciones recientes del Gobierno, se ha observado una opinión muy en contra respecto a:

"Las razones que da el Gobierno para justificar el aumento del precio de la gasolina",

"Que Felipe González no haya cesado todavía a Alfonso Guerra", y

"El anuncio de medidas para eliminar el consumo".

Pero se observa una opinión controvertida respecto a:

"El mantenimiento de las tropas españolas en el Golfo Pérsico para colaborar en el embargo de Irak acordado por las Naciones Unidas".

Equilibrio entre los satisfechos e insatisfechos con el Gobierno

- El Índice de satisfacción con el Gobierno ha disminuído algo más, de manera que se encuentra en el nivel de equilibrio (equiparación entre satisfechos e insatisfechos con el Gobierno). La satisfacción con el funcionamiento de la democracia se recupera algo, pero sigue estando en un nivel inferior al habitual, (aunque sigue siendo positiva).

Utilización de Medios de Comunicación

- Prensa diaria - El porcentaje de lectores de diarios (el día anterior a la entrevista) es algo superior (46%) al habitual del 40-45 por ciento. El diario más leído sigue siendo, con gran diferencia, El País.
- Revistas - También aumenta (al 38%) la proporción de lectores de revistas sobre su nivel habitual de 30-35 por ciento. La revista más leída sigue siendo Pronto.
- Radio - La audiencia de radio se mantiene asimismo entre 50 y 55 por ciento. En Onda Media, la COPE se equipara este mes a RN-1, y en tercer lugar sigue la SER. En Frecuencia Modulada, la SER supera este mes otra vez a ANTENA-3, pero ambas emisoras registraron una audiencia muy superior al resto de las cadenas.
- Televisión - Tres de cada cuatro españoles mayores de 18 años ve TVE-1, y alrededor de la mitad ve TVE-2. Un tercio de la población española ve alguno de los canales autonómicos, proporción que ha sido este mes mayor en Andalucía, (67%) e inferior en Madrid (36 por ciento).
- Debe resaltarse que un 17% de los entrevistados dicen ver Telecinco, y que un 15% ven Antena 3. En consecuencia, se observa un persistente crecimiento de audiencia de los canales autonómicos y de los privados.

Informativos

- Una cuarta parte de los entrevistados no ha visto ningún boletín informativo en ningún canal de televisión el día anterior a la entrevista. Más de la mitad vieron alguno en TVE-1, y algo más del 10% en TVE-2, pero la audiencia de informativos en los demás canales es inferior al 5% en cada uno de ellos, debido como es lógico a que todavía no tienen implantación nacional.

Concursos que más han gustado

- Los concursos que más han gustado son: El Precio Justo y El Tiempo es Oro, con gran diferencia sobre cualquier otro.

El anuncio de COCA-COLA es el más recordado otra vez

- El anuncio de COCA-COLA es este mes otra vez el más recordado como el que más ha gustado (con 80 menciones), seguido del de Kas (32 menciones).

Jesús Hermida, el comunicador más conocido, y Matias Prats el más valorado

- De los cinco comunicadores sociales por los que se ha preguntado este mes, Jesús Hermida (80%) es el más conocido, seguido de Matias Prats (77%), Luis Mariñas (43%), Martín Benítez (30%) y Jose M^a Carrascal (13%). Los que aparecen en TVE-1 siguen teniendo, por tanto, cierta ventaja, por su implantación nacional. En cuanto a valoración, la más alta ha correspondido a Matias Prats (7,0), seguido de Martín Benítez (6,9), Mariñas (6,5), Hermida (5,9) y Carrascal (5,6).

Ranking de
Conocimiento de
Comunicadores

- En el ranking de conocimiento de los últimos doce meses destacan Joaquín Prats, Concha Velasco, Jesús Hermida, Mercedes Milá, Julia Otero, Matias Prats, Mayra Gómez Kemp, José María García, Pepe Navarro y Camilo José Cela (conocidos por más del 70%).

Ranking de
Valoración de
Comunicadores

- Y en el ranking de valoración, Julia Otero, Constantino Romero, Manuel Campo Vidal, Rosa M^a Mateo, Doctora Ochoa, Aberasturi, Ibañez Serrador y Matias Prats sobrepasan los 7,0 puntos.

Clara aceptación
de las películas
y programas
eróticos

La opinión se muestra de acuerdo con las siguientes frases:

"Las películas y programas eróticos en TV están bien, pues el que no quiera verlas no tiene más que cambiar de canal", y

"A pesar de que hay más canales de TV, la programación es en general muy mediocre".

Pero se observa un claro desacuerdo con las afirmaciones:

"Cada vez es menos necesario comprar periódicos, pues los diferentes canales de TV dan más información, más instantánea, y además más amena",

"La prensa debe ser libre para informar sobre la vida privada de las personas públicas, sin ningún tipo de limitaciones", y

"Las retransmisiones de partidos interesa a muy pocas personas, y por tanto da igual que se retransmitan o no".

Cuadro 3.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

OCTUBRE 1990

	<u>VALORACION</u>		
	Alta (+6,0)	Media (4,5-6,0)	Baja (-4,5)
<u>CONOCIMIENTO</u>	Corona Cuerpo Nacional de Policía Guardia Civil La Iglesia	Gobierno Nación Televisión Española Ayuntamientos	ETA
Alto (+85%)			
	Universidad CEE Medios de Comunicación Las Naciones Unidas Los Periodistas	Fuerzas Armadas Bancos Congreso de los Diputados Los Empresarios Los Sindicatos Los Tribunales de Justicia Los Funcionarios	Partidos Políticos OTAN Los Políticos
Medio (70-85%)			
	Junta Electoral ONU	Organiz. Empresariales Tribunal Constitucional El Senado El Comité Olímpico	
Bajo (-70%)			

Cuadro 4.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

OCTUBRE 1990

	<u>VALORACION</u>		
	Alta (+5,5)	Media (4,0-5,5)	Baja (-4,0)
<u>CONOCIMIENTO</u>	Reina D ^a Sofía Príncipe Felipe Mijaíl Gorbachov Felipe González	Adolfo Suárez J. María Aznar Margaret Thatcher Julio Anguita	Manuel Fraga Miguel Boyer Alfonso Guerra Carlos Solchaga
Alto (+70%)			
Medio (50-70%)	J.A. Samaranch	F. Fernández Ordoñez Javier Solana Carmen Romero Narcís Serra François Mitterand Rosa Conde Miguel Roca Manuel Chaves Cristina Almeida José Barrionuevo José Luis Corcuera	George Bush Luis Solana Isabel Tocino Enrique Múgica
Bajo (-50%)	Baltasar Garzón	E. Punset Matilde Fernández J.A. Segurado F. Mayor Zaragoza Ricardo G ^a Damborenea Jorge Semprún Alicia Koplowitz José Borrel	Jon Ydígoras Alejandro Rojas Marcos Soledad Becerril Carlos Romero

Cuadro 5.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

OCTUBRE 1990

VALORACION

	Alta (+6,5)	Media (5,5-6,5)	Baja (-5,5)	
<u>CONOCIMIENTO</u>	Joaquín Prats	José M. Garcia		
	Julia Otero	Concha Velásco		
	Mercedes Milá	Pepe Navarro		
Alto (+70%)	Camilo José Cela	Mayra Gómez Kemp		
	Matias Prats	Jesús Hermida		
	Lalo Azcona	J. Arozamena		
	Constant. Romero	Jesús Mariñas	Francisco Umbral	
	Eduardo Sotillos	Emilio Romero	Fernando G ^a . Tola	
Medio (30-70%)	Juan Luis Cebrián	Encarna Sánchez		
	N. Ibañez Serrador	Juanjo Menéndez		
	Manuel Campo Vidal	Alfredo Amestoy		
	Mingote	José Luis Balbin		
	Jesús Puente	José Antonio Plaza		
	Rosa M ^a Mateo	Lidia Bosch		
	Andrés Aberasturi	Maria Teresa Campos		
	Doctora Ochoa	Luis Mariñas		
	Antonia Martín			
	Bajo (-30%)	María Escario	Julio César Iglesias	Jesús Cacho
		M. Martín Ferrand	Jaime Capmany	Jacqueline de
Pedro Piqueras		Paco Lobatón	la Vega	
		Enric Sopena		
		Julián Lago		
		Pedro J. Ramirez		
		Manuel Hidalgo		
		Miguel A. Gozalo		
		Pilar Cernuda		
		Amando de Miguel		
		Pablo Sebastián		
		Luis M. Anson		
		M. Angel G ^a Juez		
	Jose M ^a Carrascal			

EL SONDEO MENSUAL ASEP

ASEP ha estado realizando un sondeo mensual desde octubre de 1.986 sobre LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES, con el fin de disponer de un instrumento válido, fiable y comparable para medir actitudes sociales relativamente estables en el tiempo, así como actitudes y opiniones respecto a cuestiones coyunturales, de actualidad.

La temática de ésta investigación periódica puede resumirse así:

ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS Y DE CONSUMO

Indice del Informe Mensual

- Evaluación de la Coyuntura Económica
- Perspectiva sobre el Futuro Económico
- El Sentimiento de los Consumidores Españoles
- Pautas de Consumo y Estilos de vida
- Evaluación de la Situación Económica de España
- Instituciones Económicas (Imagen de empresas, clientela de bancos, etc.)

ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS POLITICOS

- Dimensiones Ideológicas Básicas
- Imagen de Instituciones y Grupos Sociales
- Imagen de Personajes Públicos
- Evaluación de la Coyuntura Política y Social
- Intenciones de Voto

UTILIZACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

- Prensa diaria
- Revistas
- Radio
- Televisión
- Publicidad
- Los Comunicadores
- Exposición a la Información

Características de la Investigación mensual

Las características principales de la investigación son:

- 1.200 entrevistas personales (en el hogar de los entrevistados) a personas de 18 y más años que residen en el territorio nacional (incluyendo Baleares y Canarias).
- Muestra aleatoria estratificada por Comunidades Autónomas y municipios, utilizando sistema de rutas aleatorias y selección final de los entrevistados mediante las tablas de KISH.
- Solo el trabajo de campo es sub-contratado a alguna red de ámbito nacional y reconocido prestigio profesional.
- La grabación, proceso y tabulación de los datos se realiza en ASEP con software propio.
- Se dispone del informe mensual (alrededor de 400 páginas) a los quince días de finalizar el trabajo de campo).

Variables explicativas utilizadas en análisis

Las variables explicativas habitualmente utilizadas en la tabulación de los datos son:

- Sexo
- Edad
- Status Ocupacional (entrevistado)
- Sector Económico (entrevistado)
- Status Ocupacional (cabeza de familia)
- Sector Económico (cabeza de familia)
- Nivel de Estudios terminados
- Tamaño del Hábitat de Residencia
- Clase Social Subjetiva
- Autoposicionamiento Ideológico
- Práctica Religiosa
- Sentimiento Nacionalista
- Intención de Voto (directa)
- Recuerdo de Voto en 1.986

Indices construidos para el análisis

Además, se utilizan otras variables explicativas que constituyen índices o indicadores construidos por ASEP en base a diversas variables:

- Índice de Posición Social (IPS)
- Índice de Status Socioeconómico Familiar (ISSF)
- Índice de Optimismo Personal (IO)
- Índice de Evaluación de la Situación Económica (IESE)

- Índice de Exposición a la Información (IEI)
- Índice de Post-Materialismo (IPM)
- Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC)
- Índice de Propensión al Ahorro (IPA)
- Índice de Ahorro (IA)
- Índice de Satisfacción con la Calidad de Vida (ISCV)
- Índice de Satisfacción con la Democracia (ISD)
- Índice de Satisfacción con el Gobierno (ISG)
- Índice de Alienación Política (IAP)
- Índice de Posicionamiento Ideológico (IPI)
- Índice de Práctica Religiosa (IPR)
- Índice de Sentimiento Nacionalista (ISN)

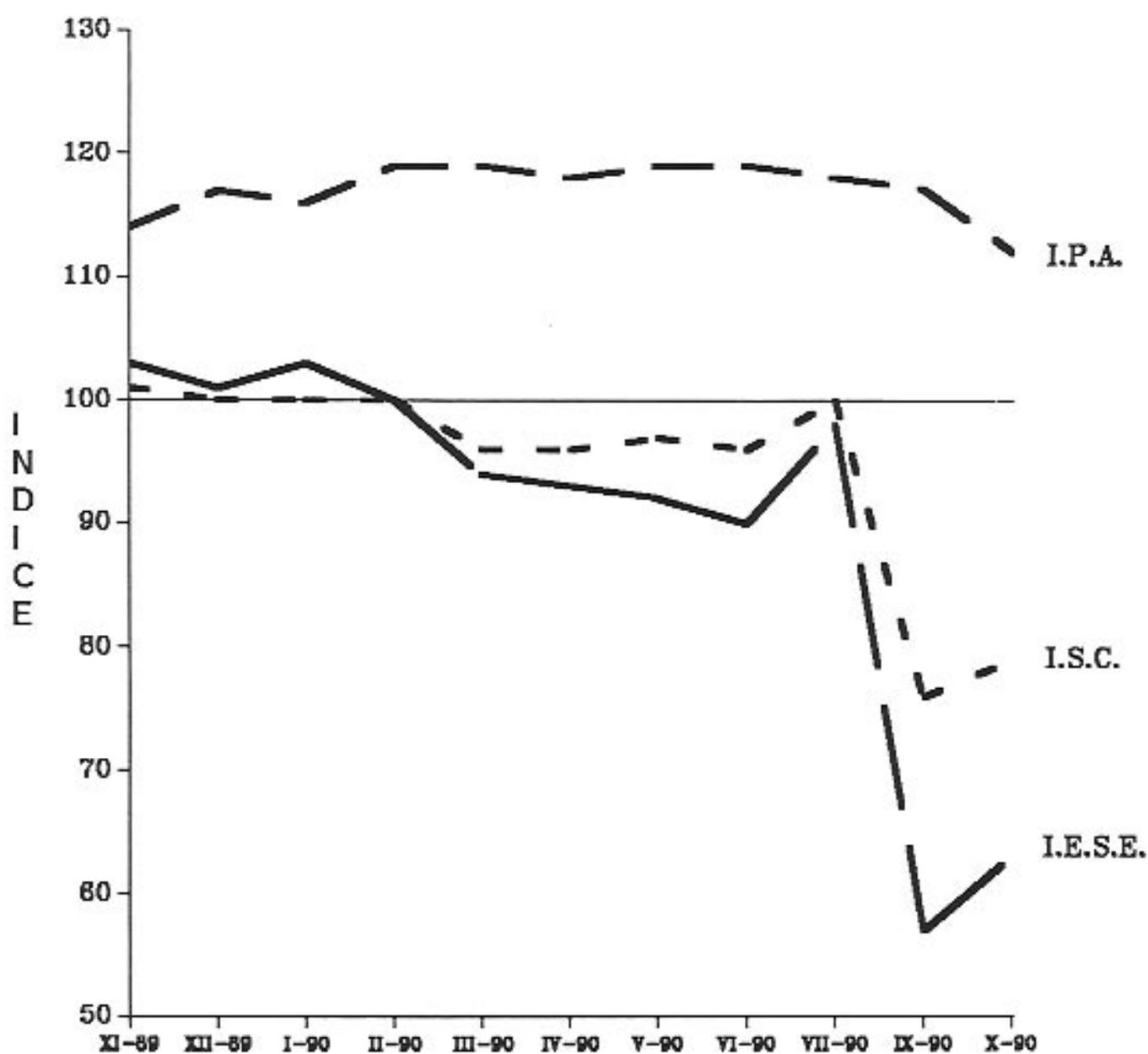
El Sistema de Indicadores Sociales (SIS) de ASEP

ASEP, ha elaborado un Sistema de Indicadores Sociales que pretende ofrecer una visión rápida y de conjunto sobre los aspectos mas significativos de la sociedad española. El SIS de ASEP que ahora se utiliza constituye la quinta versión, modificada en base a la experiencia adquirida con las versiones utilizadas durante los últimos años.

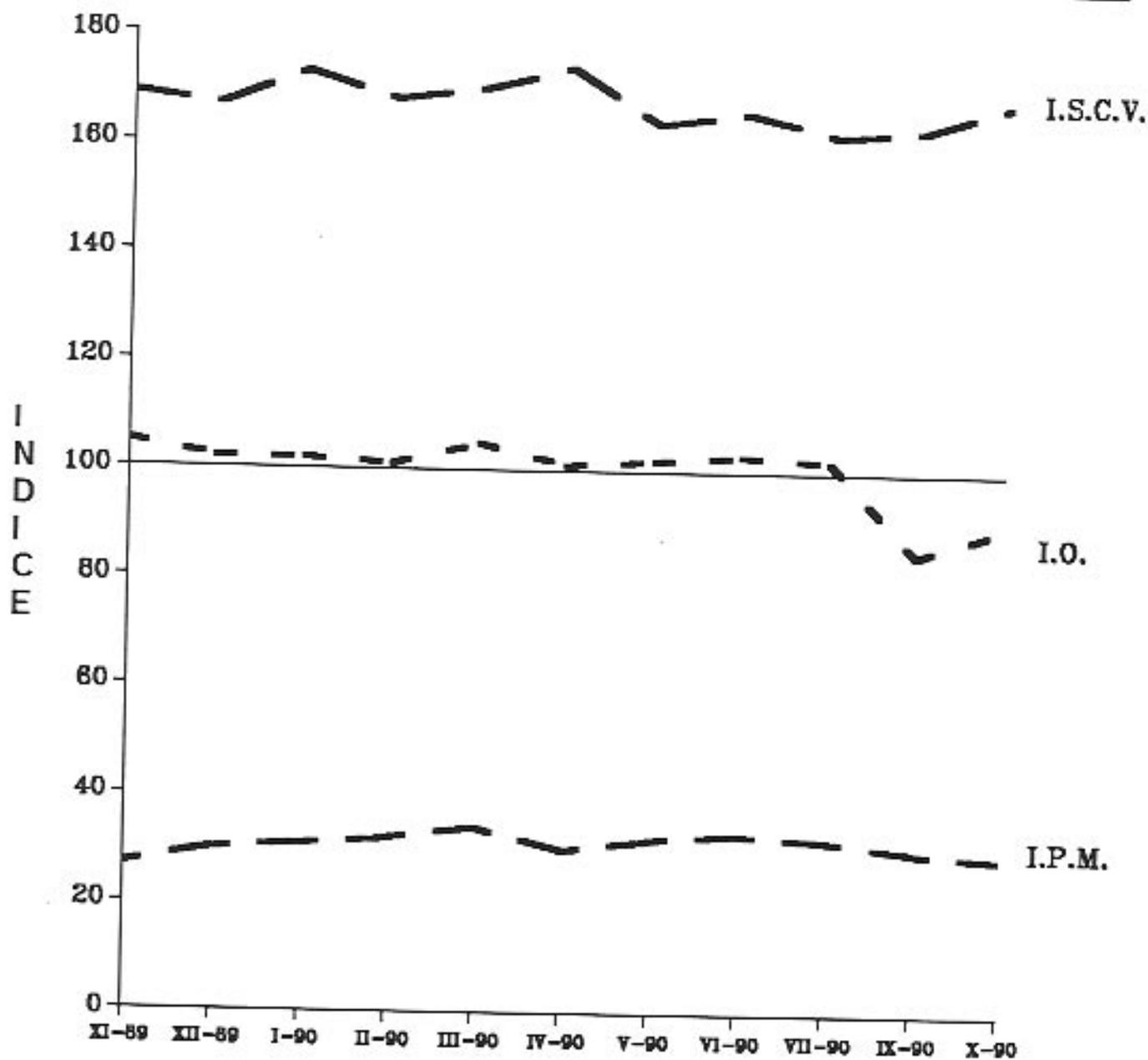
De los catorce indicadores que componen ahora el SIS de ASEP (dejando aparte la intención directa de voto), ocho pueden variar en una escala de 0 a 200, con punto de equilibrio en 100 (ISC, IPA, ISCV, IO, IESE, ISD, ISG, IEMC). De los demás, tres constituyen medias aritméticas de puntuaciones en escalas de 1 a 5 (ISN), DE 1 A 7 (IPI), y de 1 a 5 (IPR). Y los otros, finalmente, son porcentajes, y por tanto puede variar entre 0 y 100 (IA, IAP e IPM).

Todos los indicadores se construyen exactamente igual todos los meses, y se calculan no solo para el conjunto de la muestra, sino para los segmentos de éstas que resultan de las variables independientes e indicadores anteriormente citados.

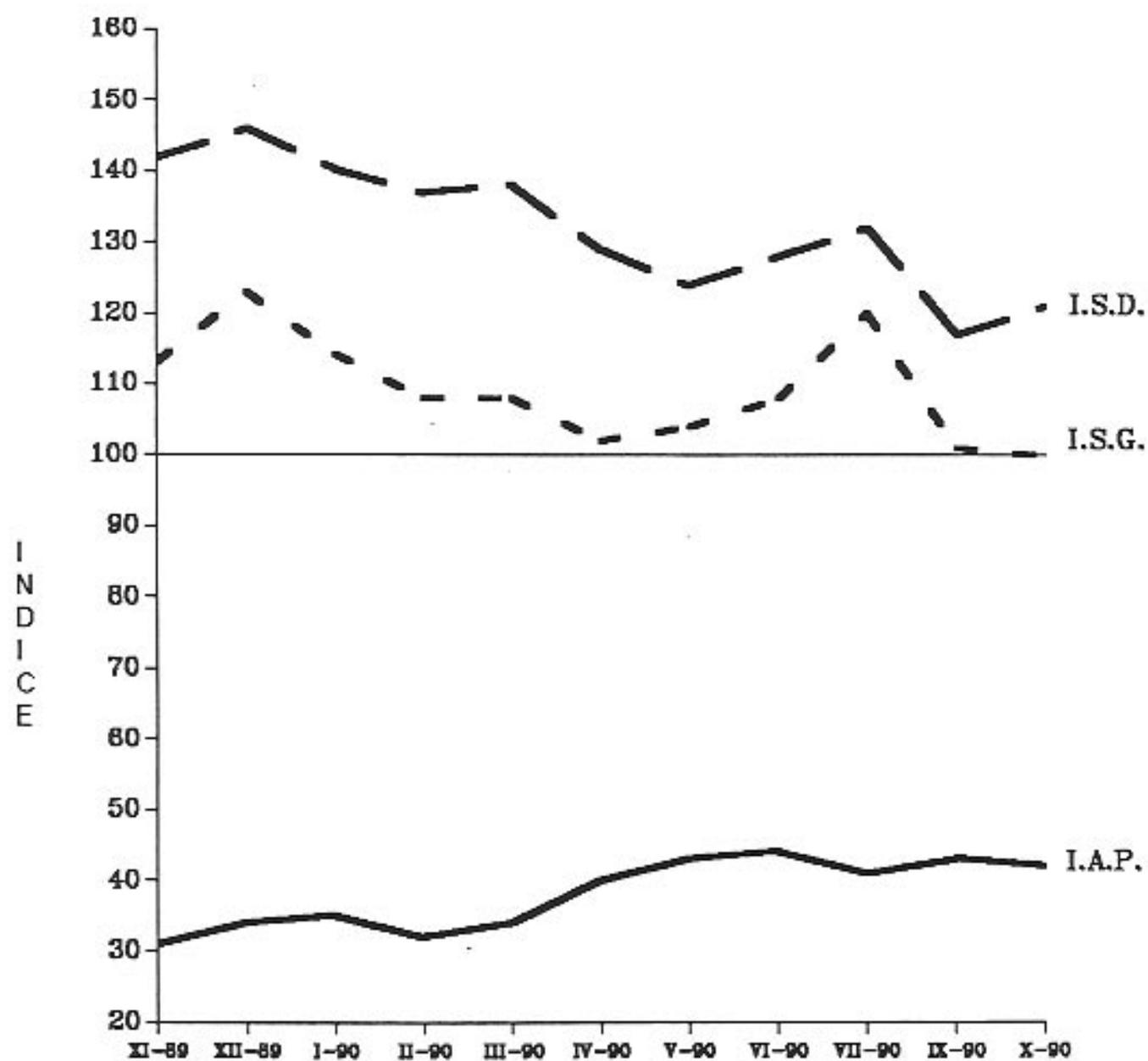
EVOLUCION DE LOS INDICADORES ECONOMICOS Y DE CONSUMO



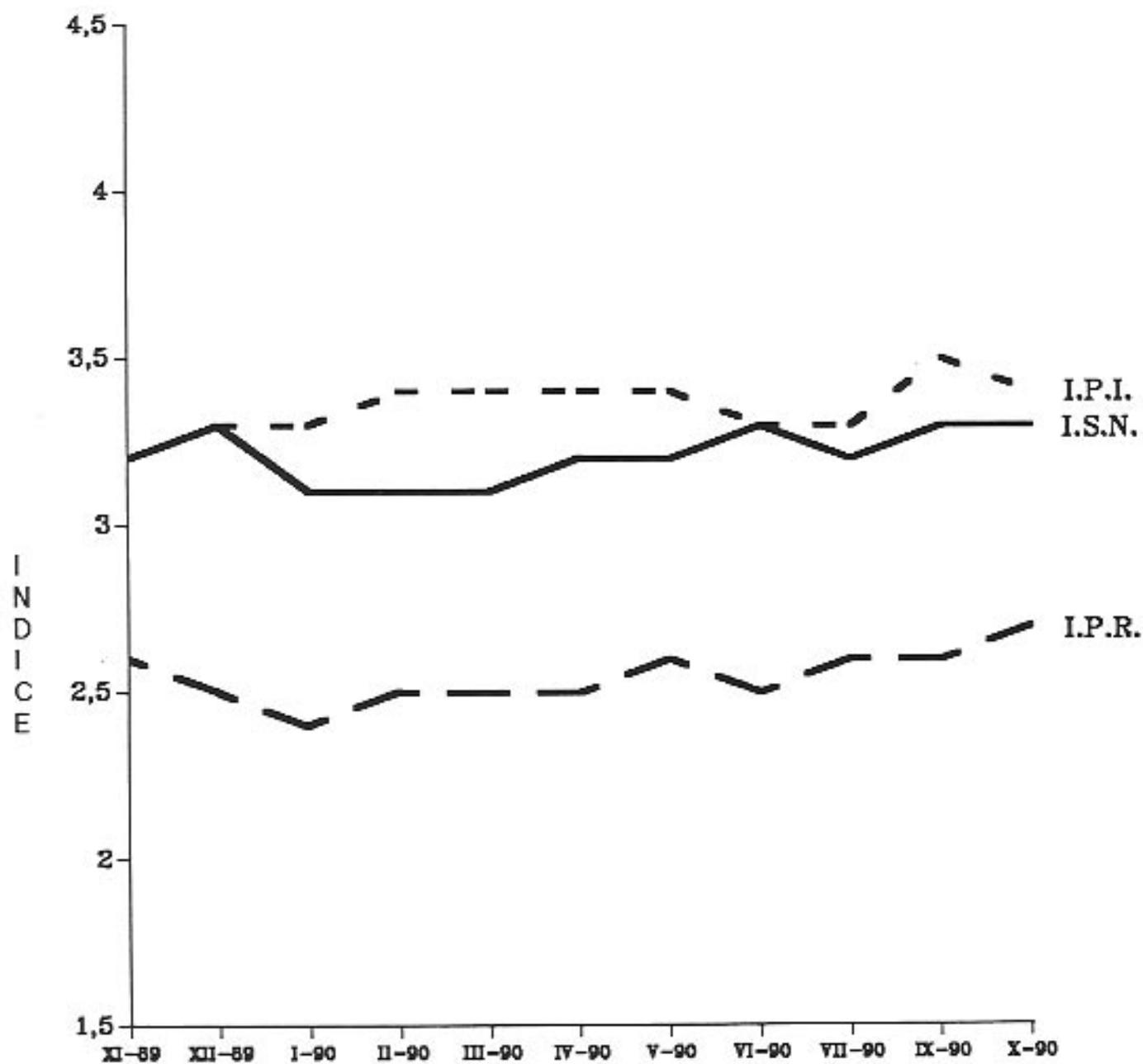
EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOCIALES



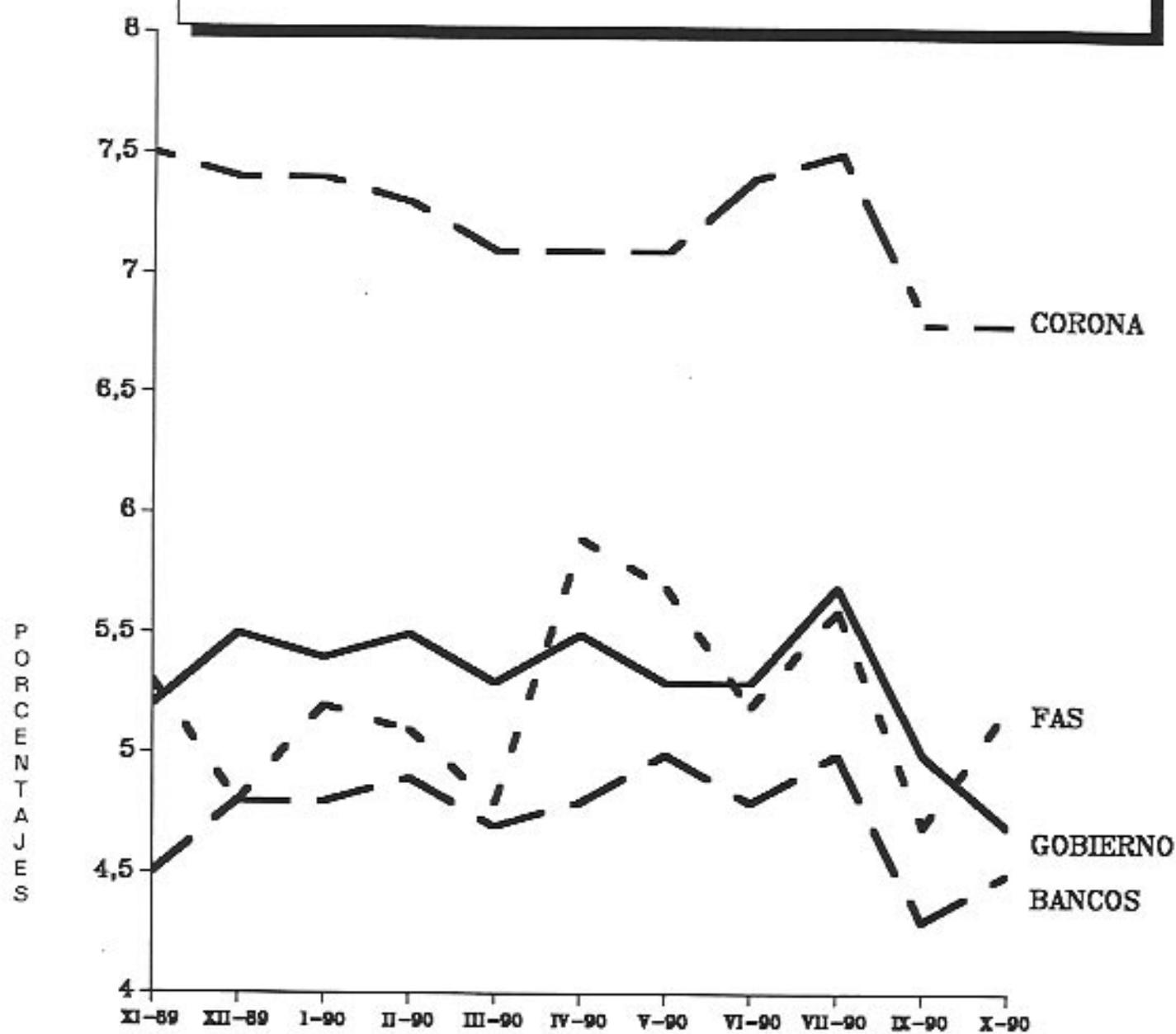
EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLITICOS



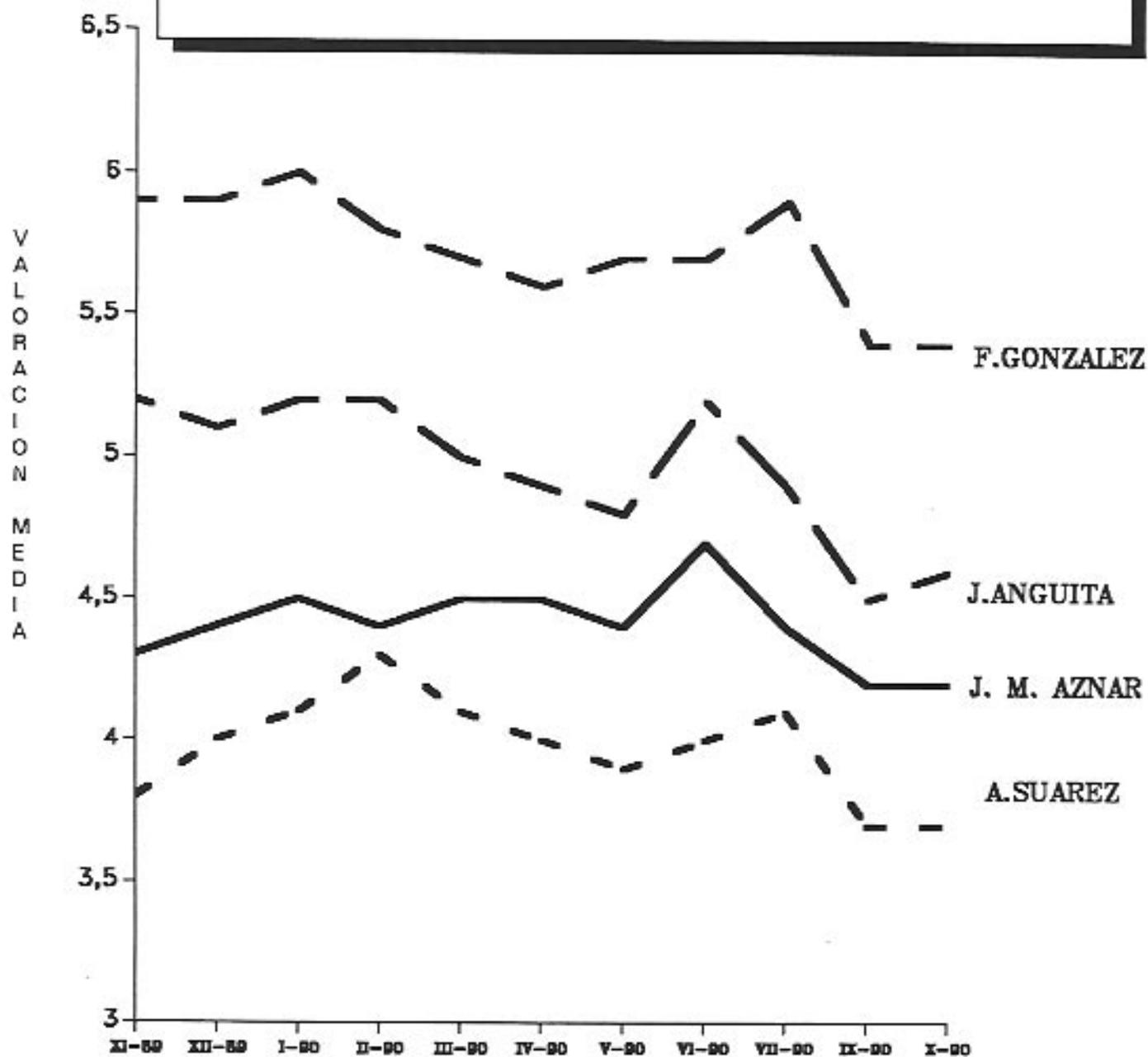
EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE POSICIONAMIENTO IDEOLOGICO



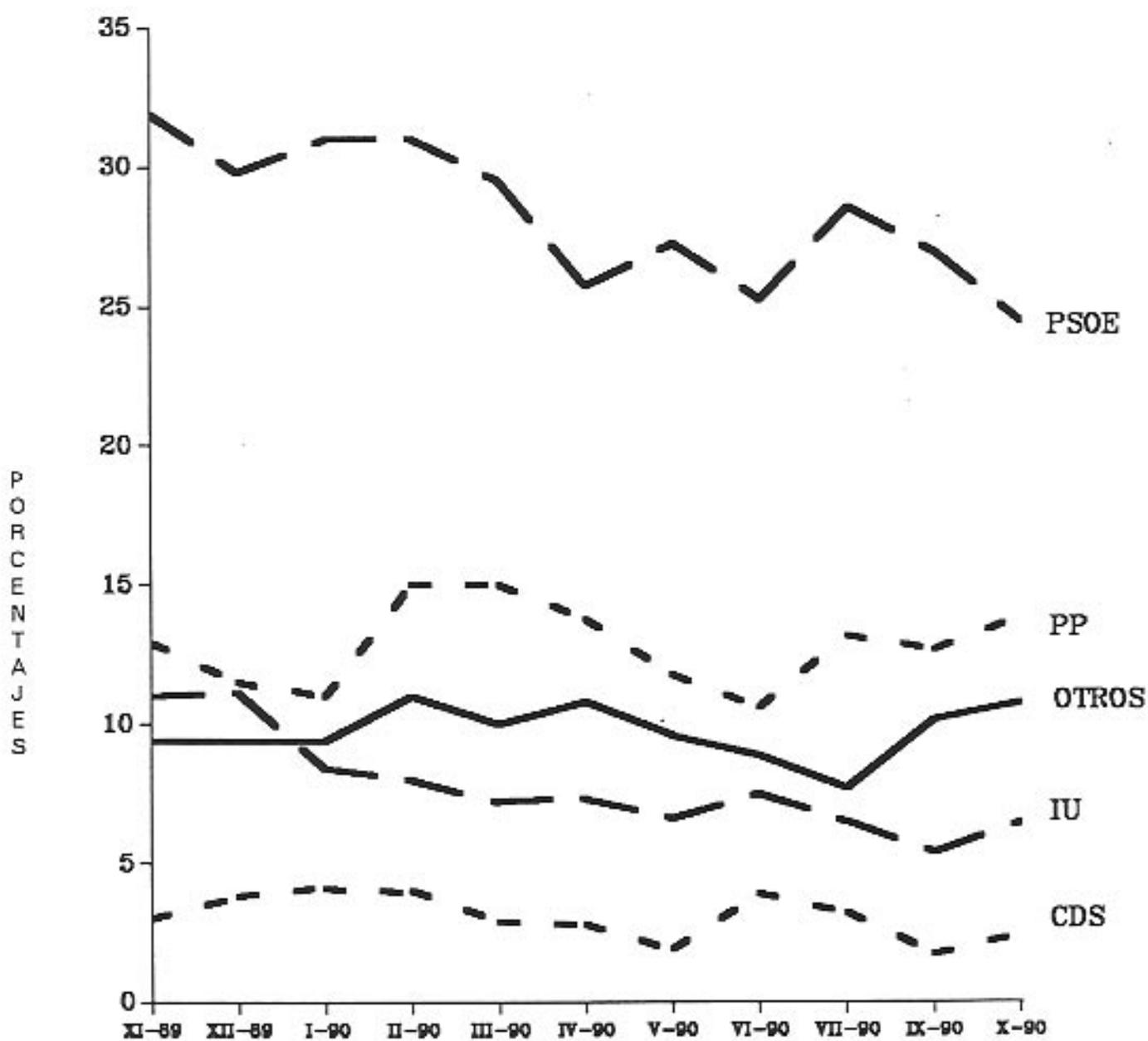
VALORACION DE LAS INSTITUCIONES



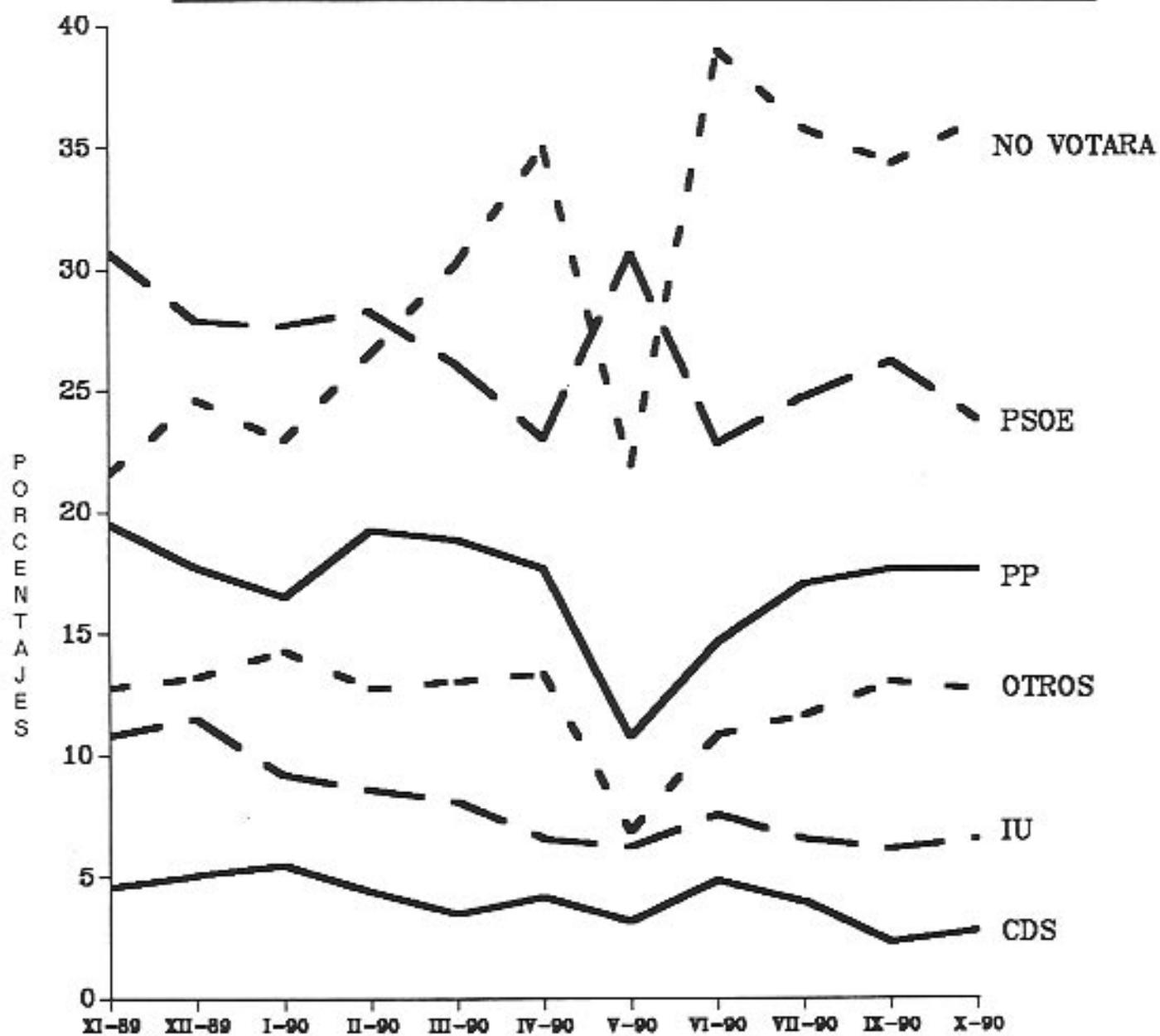
VALORACION DE LOS PRINCIPALES LIDERES POLITICOS



INTENCION DE VOTO DIRECTA



ESTIMACION DE VOTO SEGUN MODELO ASEP



EVOLUCION DEL PORCENTAJE DE AUDIENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACION

