

BOLETIN A.S.E.P.

sobre

LA OPINION PUBLICA DE LOS ESPAÑOLES

DICIEMBRE - 1.990

"FLASHES"

Al finalizar 1990 puede decirse que la opinión pública española continúa muy condicionada por la crisis del Golfo Pérsico del pasado mes de agosto, y por los desfavorables efectos que ésta pudiera tener sobre la situación económica.

El sistema de indicadores ASEP, en efecto, sugiere una gran estabilidad y sosiego en la mayor parte de las cuestiones, excepto en las que se refieren a la evaluación de la situación económica.

Después del impacto de la crisis del Golfo en septiembre, reflejada en casi todos los indicadores, se ha ido recuperando la normalidad en casi todos ellos, excepto en los relativos a la evaluación de la situación económica presente y futura de España y en la presente del propio entrevistado.

Parece razonable esperar, por tanto, que la evolución de la opinión pública en los primeros meses de 1991 estará muy vinculada al desenlace final del conflicto del Golfo, previsto para la segunda parte de enero.

LA SITUACION ECONOMICA

Como ya se ha anticipado, continua el pesimismo sobre la economía nacional, aunque se ha logrado casi el nivel de equilibrio en lo que respecta al optimismo personal. La proximidad de las Navidades puede que haya favorecido ese incremento del optimismo, y explica la controversia de opiniones respecto a si los españoles gastarán más o menos en regalos este año que en anteriores.

Los españoles no parecen agradecer el tener que pagar cada vez más impuestos y, de igual modo, rechazan la elevación de la valoración catastral y, en menor medida, la imputación de que las crecientes exigencias salariales estén provocando un aumento del paro.

En realidad, un mes tras otro se comprueba que, en la actualidad, las cuestiones económicas, y sobre todo las que afectan más directamente a cada individuo, constituyen la preocupación fundamental de los españoles.

LA SITUACION POLITICA

En cuanto a la situación política, sigue siendo evidente la fuerte oposición de los españoles a participar, del modo que sea, en el conflicto del Golfo Pérsico.

Y, aunque se critica al Gobierno por su enfrentamiento con los sindicatos y con los medios de comunicación, la satisfacción con el Gobierno es positiva, y su valoración es algo mejor que estos últimos meses.

La casi exclusiva dedicación del Gobierno, y especialmente del Presidente, a los asuntos internacionales (especialmente la crisis del Golfo y la CEE), aún estando muy justificada, ha llevado la información política a un terreno en el que la mayoría de los españoles se sienten poco interesados y, sobre todo, poco implicados. Pero ese desplazamiento de la atención hacia lo internacional parece haber dejado aún más inerte a los partidos de la oposición, que solo parecen activarse por temas como el de Juan Guerra o el proyecto de elevar la valoración del catastro.

En general, por tanto, y salvo por las preocupaciones e incertidumbres económicas, los españoles despiden el año con una fuerte dosis de normalidad, que se refleja en unos indicadores de voto muy poco diferentes de los de las pasadas elecciones de 1989, como se comprueba a continuación:

INDICADORES DE VOTO DICIEMBRE 90

	Resultados Reales 1989	Recuerdo de Voto	Intención de Voto	Estimación ASEP
PP	17,9%	13,1%	15,5%	18,8%
CDS	5,5	4,1	4,2	3,8
PSOE	27,4	30,7	26,0	24,1
IU	6,3	6,0	7,4	6,7
Nac. Derecha	7,2	4,3	5,6	6,8
Nac. Izquierda	1,8	1,3	1,4	1,8
Otros	2,9	2,2	3,2	3,8
Abstención	31,0	20,4	12,0	34,2
NS/NC	-	17,9	24,7	-
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, (aunque con una tendencia cada vez más marcada a la recuperación), los indicadores siguientes:
 - Sentimiento del Consumidor (ISC).
 - Evaluación de la Situación Económica (IESE).

2. Han mejorado de forma significativa los siguientes:
 - Optimismo (IO)

3. Y se mantienen estables en sentido estricto:
 - Propensión al Ahorro.
 - Ahorro.
 - Satisfacción con la Calidad de Vida.
 - Práctica religiosa.
 - Postmaterialismo.
 - Satisfacción con el funcionamiento de la democracia (ISD).
 - Satisfacción con la labor del Gobierno (ISG).
 - 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.
- Ligero crecimiento del PP e IU.
- Estabilidad para nacionalistas de izquierda.
- Pérdidas importantes para PSOE, y menos importantes para nacionalistas de centro y derecha.
- Fuertes pérdidas para el CDS.
- Fuerte crecimiento de los "otros" partidos (principalmente ecologistas).

Cuadro 1.

Sistema de Indicadores Sociales ASEP

	I-90	II-90	III-90	IV-90	V-90	VI-90	VII-90	VIII-90	IX-90	X-90	XI-90	XII-90
<u>ECONÓMICOS Y DE CONSUMO</u>												
1 - ISC	100	100	96	96	97	96	99	76	79	84	86	
2 - IHESE	103	100	94	93	92	90	98	57	63	70	71	
3 - IPA	116	119	119	118	119	119	118	117	112	115	117	
4 - IA	27	29	28	28	28	28	30	29	25	26	28	
<u>SOCIALES</u>												
5 - ISCV	168	170	174	164	159	166	162	163	168	164	166	
6 - ID	101	105	101	102	102	103	102	85	90	95	99	
7 - IPR	2,4	2,5	2,5	2,5	2,6	2,5	2,6	2,6	2,7	2,6	2,6	
8 - IPM	32	34	30	32	34	33	32	30	29	33	30	
<u>POLÍTICOS</u>												
9 - ISD	140	137	138	129	124	128	132	117	121	131	133	
10 - ISG	114	108	108	102	104	108	120	101	100	110	108	
11 - IAP	35	32	34	40	43	44	41	43	42	42	37	
12 - IPI	3,3	3,4	3,4	3,4	3,4	3,3	3,3	3,5	3,4	3,4	3,5	
13 - ISN	3,1	3,1	3,1	3,2	3,2	3,3	3,2	3,3	3,3	3,3	3,2	
<u>EXPOSICIÓN A INFORMACIÓN</u>												
14 - IEI	-	-	-	-	-	-	-	60	62	63	61	
<u>INTENCIÓN DIRECTA DE VOTO</u>												
- PP	11,0	14,7	15,0	13,8	11,8	10,6	13,2	12,7	13,9	13,1	15,5	
- CDS	4,1	3,5	2,9	2,8	1,9	3,9	3,2	1,7	2,4	2,0	4,2	
- PSOE	30,8	30,9	29,5	25,8	27,3	25,3	28,6	27,0	24,5	27,5	26,0	
- IU	8,4	8,5	7,2	7,3	6,6	7,5	6,5	5,4	6,5	5,5	7,4	
- Otros	10,8	9,7	10,8	9,6	9,7	8,9	7,7	10,2	10,8	10,0	10,2	
- No Votará	8,3	14,7	9,7	10,2	11,6	11,1	9,2	11,1	10,8	13,0	12,0	
- NS/NC	26,6	18,0	24,9	30,5	31,1	32,7	31,6	31,9	31,1	28,8	24,7	
<u>INTENCIÓN DE VOTO ESTIMADA</u>												
- PP	16,5	19,3	18,9	17,7	17,5	14,7	17,1	17,7	17,7	16,9	18,8	
- CDS	5,5	4,4	3,5	4,2	2,4	4,9	4,0	2,3	2,8	3,3	3,8	
- PSDE	27,7	28,3	26,1	23,1	25,1	22,9	24,8	26,3	23,9	25,5	24,1	
- IU	9,2	8,6	8,1	6,6	7,2	7,6	6,6	6,2	6,6	6,4	6,7	
- Nacional. Derecha	8,0	7,3	7,2	7,6	7,3	6,1	5,8	6,5	6,5	6,2	6,8	
- Nacional. Izquierda	2,0	1,0	1,8	2,0	1,8	2,2	1,6	1,5	1,6	1,5	1,8	
- Otros	4,3	4,5	4,1	3,8	4,5	2,6	4,3	5,1	4,7	4,2	3,8	
- Abstención	26,8	26,6	30,3	35,0	34,2	39,0	35,8	34,4	36,2	36,0	34,2	

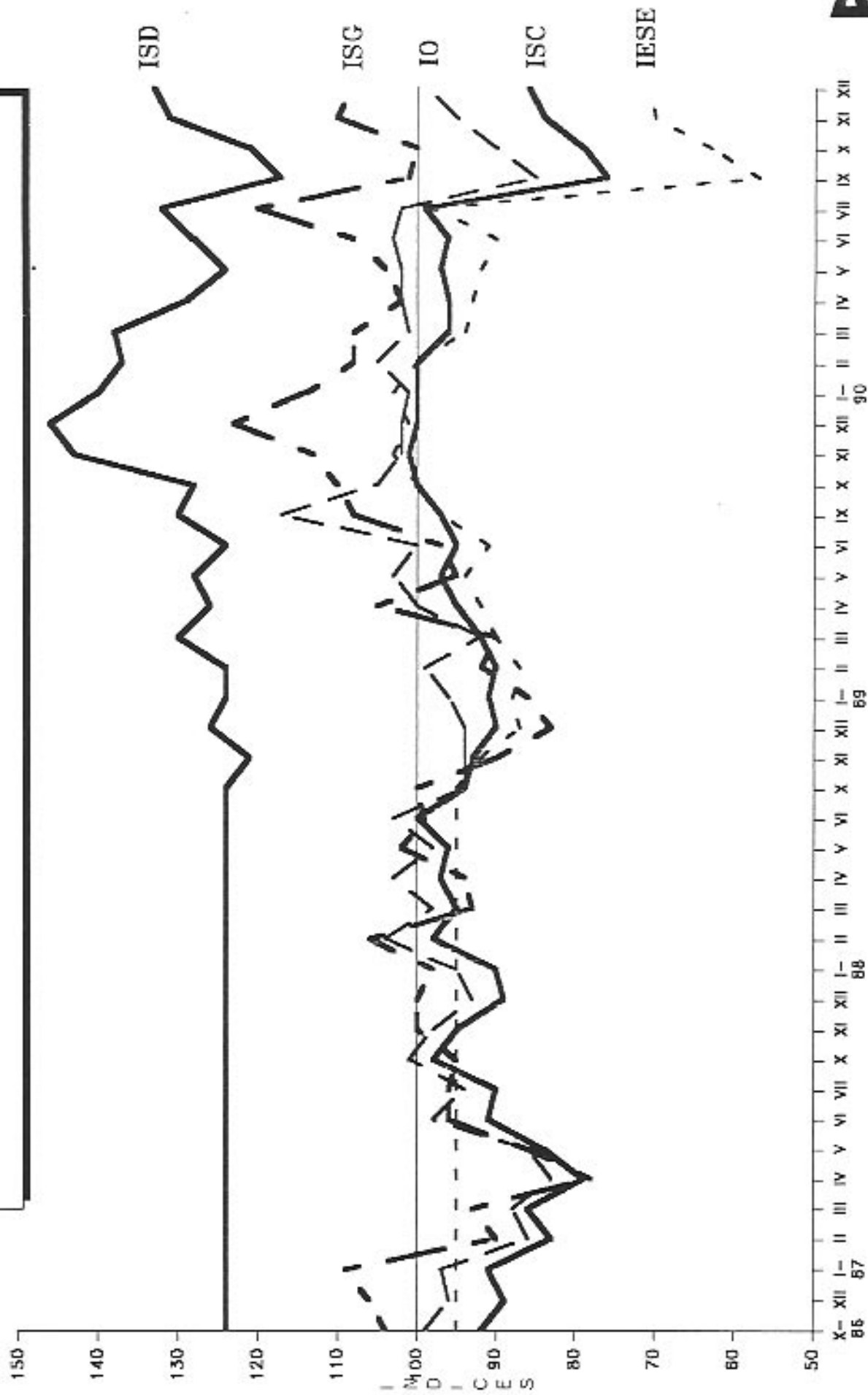
Cuadro 2.

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

INDICADORES:	XII-90

Total	(1.206)
<u>Evaluacion Situacion Economica</u>	
Optimistas	15%
Pesimistas	44
<u>Propension al Ahorro</u>	
Ahorran	28%
Se Endeudan	12
<u>Satisfaccion con Calidad de Vida</u>	
Satisfechos	78%
Insatisfechos	13
<u>Optimismo Personal</u>	
Optimistas	23%
Pesimistas	24
<u>Practica Religiosa</u>	
Alta	25%
Baja	46
<u>Postmaterialismo</u>	
Materialistas	70%
Post-materialistas	30
<u>Satisfacción con Democracia</u>	
Satisfechos	58%
Insatisfechos	25
<u>Satisfacción con Gobierno</u>	
Satisfechos	45%
Insatisfechos	37
<u>Posicionamiento Ideológico</u>	
Izquierda	35%
Centro	12
Derecha	17
<u>Sentimiento Nacionalista</u>	
Más nacionalistas	22%
Más españoles	27
<u>Exposición a Información</u>	
Alta	14%
Ninguna	53
<u>Posición Social</u>	
Alta	14%
Baja	40
<u>Intencion de Voto Directa</u>	
PP	16%
CDS	4
PSOE	26
IU	7

EVOLUCION DE INDICADORES MAS SIGNIFICATIVOS



Actitudes Económicas y de Consumo

- Aumenta ligeramente la propensión al ahorro y la proporción de ahorradores - Aumenta ligeramente el índice de propensión al ahorro, que continúa siendo positivo. Y la proporción de ahorradores aumenta al 25%.
- Se mantiene la negativa evaluación de la situación económica, pero en recuperación - Tres de los cuatro componentes del sentimiento del consumidor (situación económica personal presente, y de España, presente y futura), son muy negativos, como en los últimos tres meses, aunque se observa cierta recuperación. Solo la situación económica personal futura se encuentra por encima del nivel de equilibrio. Los dos indicadores relativos a España son aún más negativos que los relativos a la persona.
- Resistencia a reducir gastos en gasolina y ropa - Tres cuartas partes de los entrevistados no gastaron nada el mes pasado en espectáculos, viajes ni en deporte o gimnasia, dos terceras partes no gastaron nada en comer o cenar fuera de casa, y alrededor de la mitad no gastaron nada en copas y aperitivos 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 ropa y gasolina.

Se mantiene sin embargo la Satisfacción General con la calidad de vida

- Siguen siendo muchos más, como es habitual, los españoles satisfechos que los insatisfechos con su calidad de vida en general.

Los españoles contra los impuestos y el intento de subir la valoración catastral

- La opinión pública se muestra claramente en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

"Aunque nos pueda molestar personalmente, el gobierno está haciendo muy bien en obligar a los ciudadanos a pagar cada vez más impuestos", y

"Se diga lo que se diga, el proyecto del Gobierno para subir la valoración catastral de las viviendas era una medida que favorecía a los propietarios".

Pero existe fuerte controversia de opiniones respecto a las siguientes:

"Estas Navidades los españoles gastarán menos dinero que otros años en regalos y compras, debido a la crisis económica", y

"Las crecientes exigencias salariales de los sindicatos están provocando un aumento del paro, pues los empresarios ya no pueden hacer frente a los costes salariales".

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 40% 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 autoposiciona ideológicamente sobre todo en la izquierda y en proporción inferior en el centro y en la derecha, pero las diferencias parecen estar reduciéndose. 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 este mes sólo algo mayor que 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 (7,0), los Médicos (6,6), la CEE (6,5), el Gobierno de la Nación (5,3), las Fuerzas Armadas y los Bancos (4,8), y los Obispos (4,3). De las cuatro instituciones fijas, y por comparación con el mes anterior, se observa una valoración alta y estable de la Corona, cierto incremento en la valoración del Gobierno de la Nación y de los Bancos, y cierta disminución en la de las Fuerzas Armadas.

Ranking de
Cònocimiento
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, los Médicos, la Corona, el Gobierno de la Nación, ETA, la Guardia Civil y los Obispos.

Ranking de
Valoración de
Instituciones

- Pero solo cuatro han recibido a lo largo de este periodo de tiempo una valoración superior a 6,5 puntos: La Corona, la Universidad, los Médicos y la CEE.

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 Fernando Morán (67%) y Alvarez Cascos (24%). La valoración más alta corresponde a la Infanta Elena (5,7), seguida de Felipe González (5,5), Morán (5,3), Anguita (4,8), Aznar (4,5), Alvarez Cascos (4,2), Suárez (4,1), Solchaga (3,9) y Guerra (3,5).

Ranking de
Cònocimiento
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 Sofía, Felipe González, Manuel Fraga, Adolfo Suárez, Alfonso Guerra, Mijail Gorbachov, el Príncipe Felipe, Miguel Boyer y José M^a Aznar.

Ranking de
Valoración
de Líderes

- Y solo once de los cuarenta superan una puntuación de 5 puntos: Gorbachov, la Reina D^a Sofia, el Principe Felipe, Garzón, la Infanta Cristina, la Infanta Elena, Felipe González, Fernando Moran, Cristina Almeida, Fernandez Ordoñez y Villapalos.

Los españoles
consideran anti-
cuada la declaración
de los obispos
sobre la inmoralidad

- Los españoles se muestran de acuerdo con la siguiente afirmación:

"La declaración de los Obispos sobre la inmoralidad en España es anticuada y poco adecuada para estos tiempos".

Pero existe controversia respecto a las siguientes:

"La decisión del Gobierno de retirar el proyecto de elevación del valor catastral ha sido una victoria del Partido Popular, que le ha forzado a hacerlo",

"Felipe González no ha cesado a Guerra porque no puede", y

"Después de haber retirado el proyecto de elevar la valoración catastral, el Ministro de Hacienda (Carlos Solchaga) debería dimitir".

A los españoles les parece mal el apoyo a los Estados Unidos para iniciar la guerra de Irak

- En relacion con la politica y actuaciones recientes del Gobierno, se ha observado una opinión negativa respecto a:

"El apoyo a los Estados Unidos para iniciar la guerra contra Irak",

"El enfrentamiento con los sindicatos", y

"El enfrentamiento con los medios de comunicacion".

Pero se observa una opinión controvertida respecto a:

"El enfrentamiento con la Iglesia".

Se mantiene la satisfacción con el Gobierno y con el funcionamiento de la democracia

- El Indice de satisfacción con el Gobierno se mantiene con respecto al mes pasado. La satisfacción con el funcionamiento de la democracia tambien se mantiene en su nivel habitual.

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, aunque su audiencia, como la de otros diarios, es muy inferior a la de hace meses.
- 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, igualada este mes otra vez por Hola, pero se detecta una continuada reducción de la proporción de lectores desde julio.
- Radio - La audiencia de radio se mantiene en su nivel habitual de 50 a 55 por ciento. En Onda Media, RN-1 recupera el liderazgo este mes pero sólo muy ligeramente por encima de la SER y la COPE. 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. Casi un tercio de la población española ve alguno de los canales autonómicos, proporción que ha sido este mes mayor en Andalucía, (52%) e inferior en Madrid y País Vasco (32 por ciento).
- Debe resaltarse que un 22% de los entrevistados dicen ver Telecinco, y que un 14% ven Antena 3. En consecuencia, se observa un persistente crecimiento de audiencia de los canales autonómicos y de los privados.
- En Madrid, concretamente, Telecinco logra ya una audiencia del 48%, frente a 62% de TV-1. Y en Cataluña, Telecinco logra un 37%, frente al 63% de TV-1 y el 52% de TV-3.

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 casi el 15% en TVE-2, pero la audiencia de informativos en los demás canales es inferior al 6% en cada uno de ellos, debido como es lógico a que todavía no tienen implantación nacional.

Magazines que más han gustado

- Los magazines que más han gustado son Un día es un día, mencionado por un 7%, y Pero esto qué es y VIP, mencionados ambos por un 4%. Pero más de la mitad de los entrevistados no citó ningún magazine.

Los anuncios de FEBER, CODORNIU y Coca-Cola son los más recordados

- Los anuncios de FEBER, CODORNIU y Coca-Cola son este mes los más recordados como los que más han gustado (con 40, 37 y 34 menciones respectivamente).

Constantino Romero, el comunicador más conocido y el más valorado

- De los cinco comunicadores sociales por los que se ha preguntado este mes, Constantino Romero (49%) es el más conocido, seguido de Cristina García Ramos (34%), Jaime Campmany (9%), y Antxon Sarasqueta y Esmeralda Velasco (8%). 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 Constantino Romero (8,0), seguido de Cristina García Ramos (6,8), Antxon Sarasqueta (6,0), Jaime Campmany (5,9) y Esmeralda Velasco (5,8).

Ranking de Conocimiento de Comunicadores

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

Ranking de
Valoración de
Cómicadores

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

La opinión
pública rechaza
las series tele-
visivas que no
acaban

La opinión pública se muestra de acuerdo con las siguientes frases:

"Gracias a que cada vez hay más competencia, la información que ofrecen los medios de comunicación es cada vez más objetiva y verdadera", y

"La moda de hacer series de televisión que no acaban, como ha sucedido con Twin Peaks, es una tomadura de pelo para los espectadores".

Pero se observa un claro desacuerdo con la afirmación:

"Lo mejor de la televisión ahora son los seriales latinoamericanos tipo Cristal".

Y parece haber fuerte controversia respecto a que:

"Se diga lo que se diga, Televisión Española sigue teniendo mejores programas que los canales privados y autonómicos".

Cuadro 3.

Conocimiento y Valoración de Instituciones y Grupos Sociales

DICIEMBRE 1990

		<u>VALORACION</u>		
		Alta (+6,0)	Media (4,5-6,0)	Baja (-4,5)
<u>CONOCIMIENTO</u>				
	Alto (+85%)	Corona Cuerpo Nacional de Policía Guardia Civil Los Médicos	Gobierno Nación Televisión Española Ayuntamientos La Iglesia	EIA
	Media (70-85%)	Universidades CCE 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 Los Jueces Los Partidos Políticos	OTAN Los Políticos Los Obispos
Baja (-70%)		Organiz. Empresariales Tribunal Constitucional El Senado El Comité Olímpico La Comisión del V Centenario		

Cuadro 4.

Conocimiento y Valoración de Personajes Públicos

• DICIEMBRE 1990

		<u>VALORACIÓN</u>		
		Alta (+5,5)	Medio (4,0-5,5)	Baja (-4,0)
<u>CONOCIMIENTO</u>				
	Alto (+70%)	Reina D ^a Sofía Príncipe Felipe Mijaíl Gorbachov Felipe González Infanta Cristina Infanta Elena	J. María Aznar Margaret Thatcher Julio Anguita Adolfo Suárez Carlos Solchaga	Manuel Fraga Miguel Boyer Alfonso Guerra
	Medio (50-70%)		F. Fernández Ordoñez François Mitterand Rosa Conde Miguel Roca Manuel Chaves Cristina Almeida José Luis Concuera José Barrionuevo Fernando Morán	George Bush Luis Solana Isabel Tocino Enrique Múgica Javier Solana Narcís Serra
Baja (-50%)	Baltasar Garçon	E. Punsot Matilde Fernández Ricardo G ^r Danbonenea Jorge Sorprún Alicia Kaplowitz José Borrel Gustavo Villapalos Francisco Álvarez Cascos	Alejandro Rojas Marcos Soledad Becerril Carlos Romero	

Cuadro 5.

Conocimiento y Valoración de Comunicadores Sociales

DICIEMBRE 1990

VALORACION

Alta (+6,5)

Media (5,5-6,5)

Baja (-5,5)

CONOCIMIENTO

Alto
(+70%)

Joaquin Prats
Julia Otero
Mercedes Milá
Camilo José Cela
Matias Prats

José M. Garcia
Concha Velásco
Pope Navarro
Mayra Gómez Kemp
Jesús Hermida

Medio
(30-70%)

Lalo Azcona
Constant. Romero
Eduardo Sotillos
Juan Luis Cebrián
N. Ibañez Serrador
Manuel Campo Vidal
Mingote
Jesús Puente
Rosa M^a Mateo
Andrés Aberasturi
Doctora Ochoa
Antonio Martín
Benitez
Emilio Aragon
Cristina G^a Ramos

J. Arozamena
Emilio Romero
Encarna Sánchez
Juanjo Menéndez
Alfredo Amestoy
José Luis Balbin
Jose Antonio Plaza
Lidia Bosch
Maria Teresa Campos
Luis Mariñas
Laura Valenzuela

Francisco Umbral

Bajo
(-30%)

M. Martín Ferrand
Pedro Piqueras

Jaime Campmany
Paco Lobatón
Enric Sopena
Julian Lago
Pedro J. Ramirez
Pilar Cernuda
Amando de Miguel
Pablo Sebastián
Luis M. Anson
M. Angel G^a Juez
José María Carrascal
Antxon Sarasqueta
Esmeralda Velasco

Jesús Cacho
Jacqueline de
la Vega
Francine Galvez
Olga Viza

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 esta 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
- Television
- Publicidad
- Los Comunicadores
- Exposicion 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 Habitat 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

Ademas, 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)

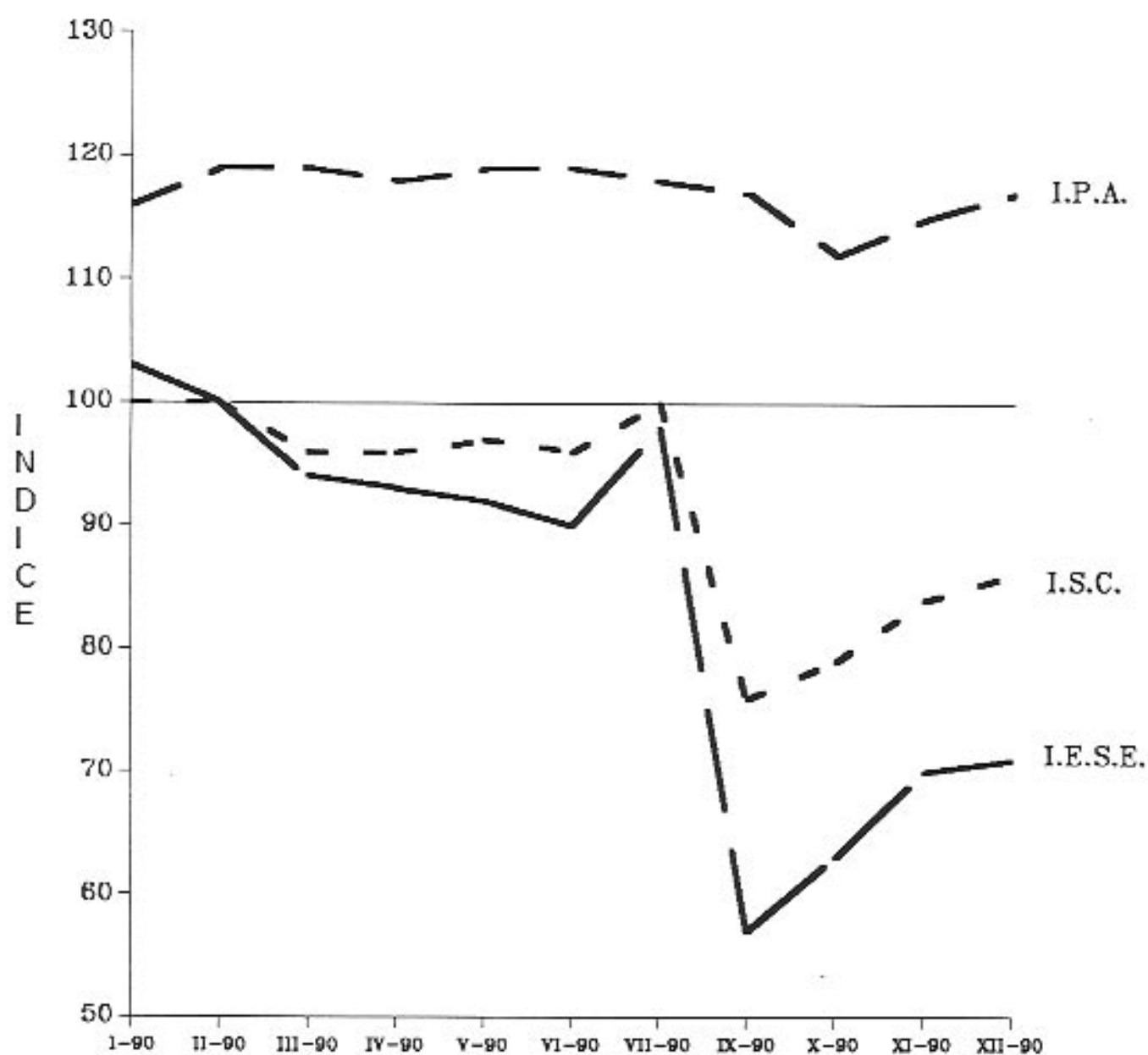
El Sistema de Indicadores Sociales (SIS) de ASEP

ASEP, ha elaborado un Sistema de Indicadores Sociales que pretende ofrecer una visión rápida y de conjunto sobre los aspectos más 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.

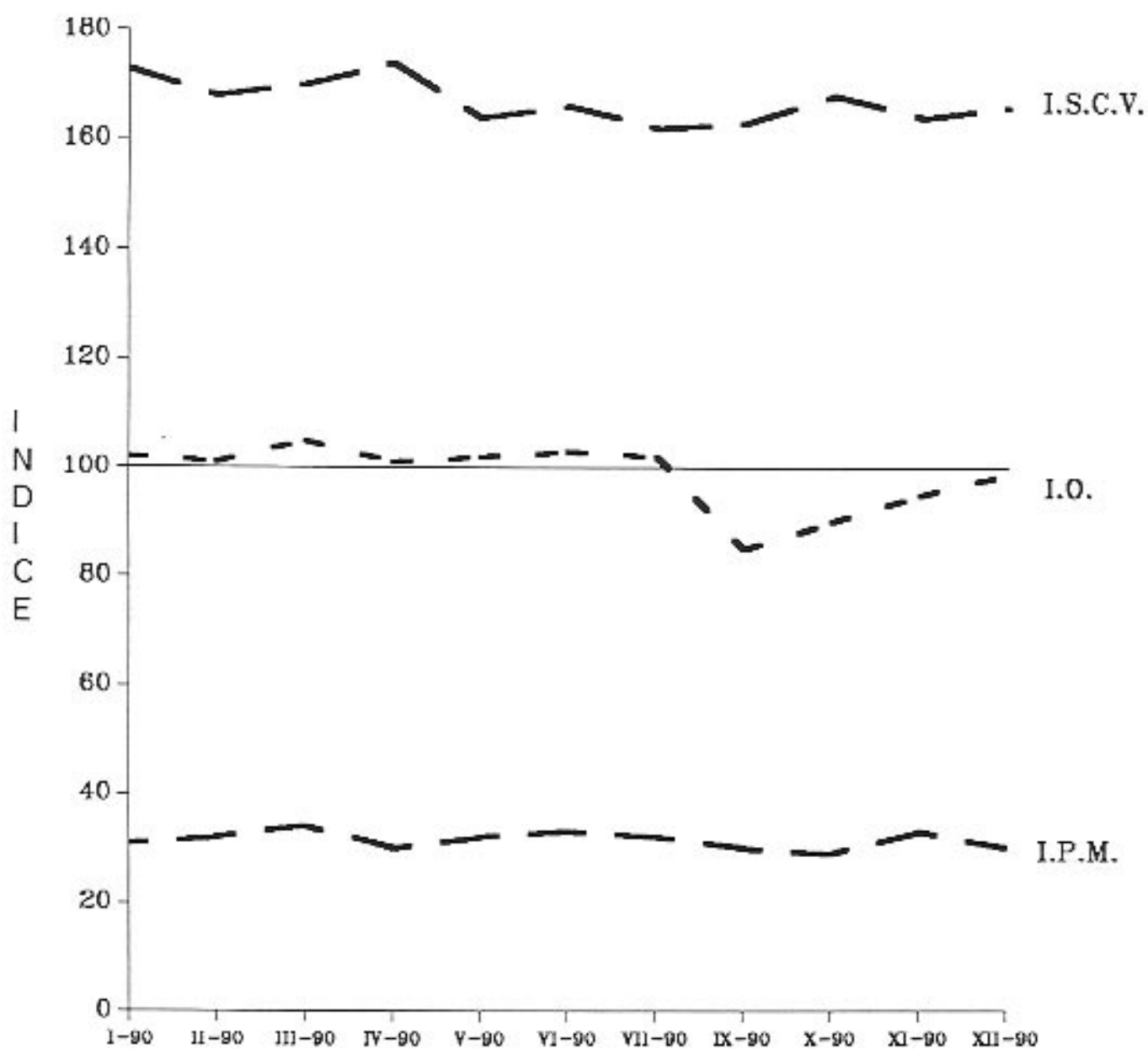
De los catorce indicadores que componen ahora el SIS de ASEP (dejando aparte la intención directa de voto), ocho pueden variar en una escala de 0 a 200, con punto de equilibrio en 100 (ISC, IPA, ISCV, IO, IESE, ISD, ISG, IEMC). De los demás, tres constituyen medias aritméticas de puntuaciones en escalas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

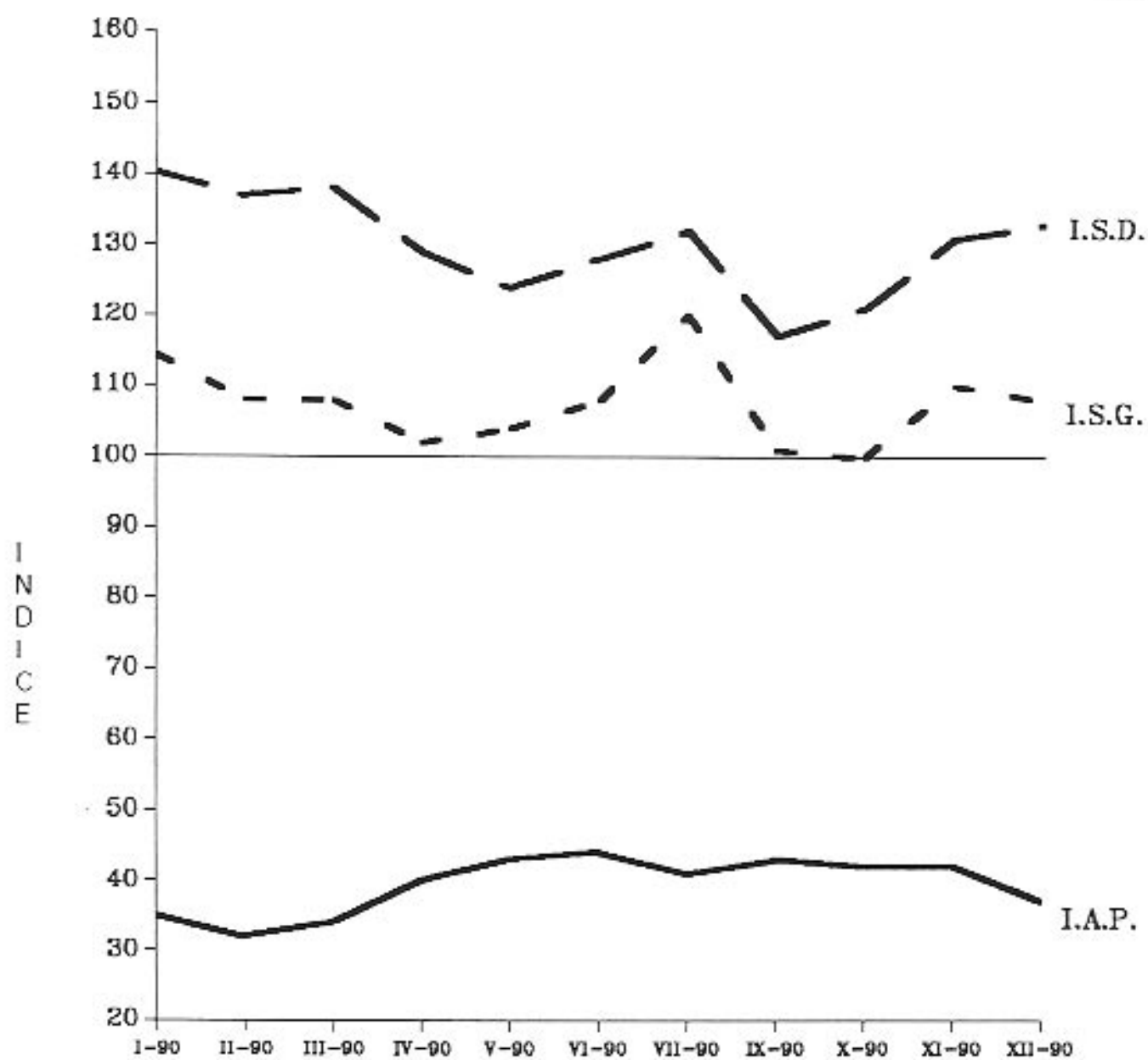
EVOLUCION DE LOS INDICADORES
ECONOMICOS Y DE CONSUMO



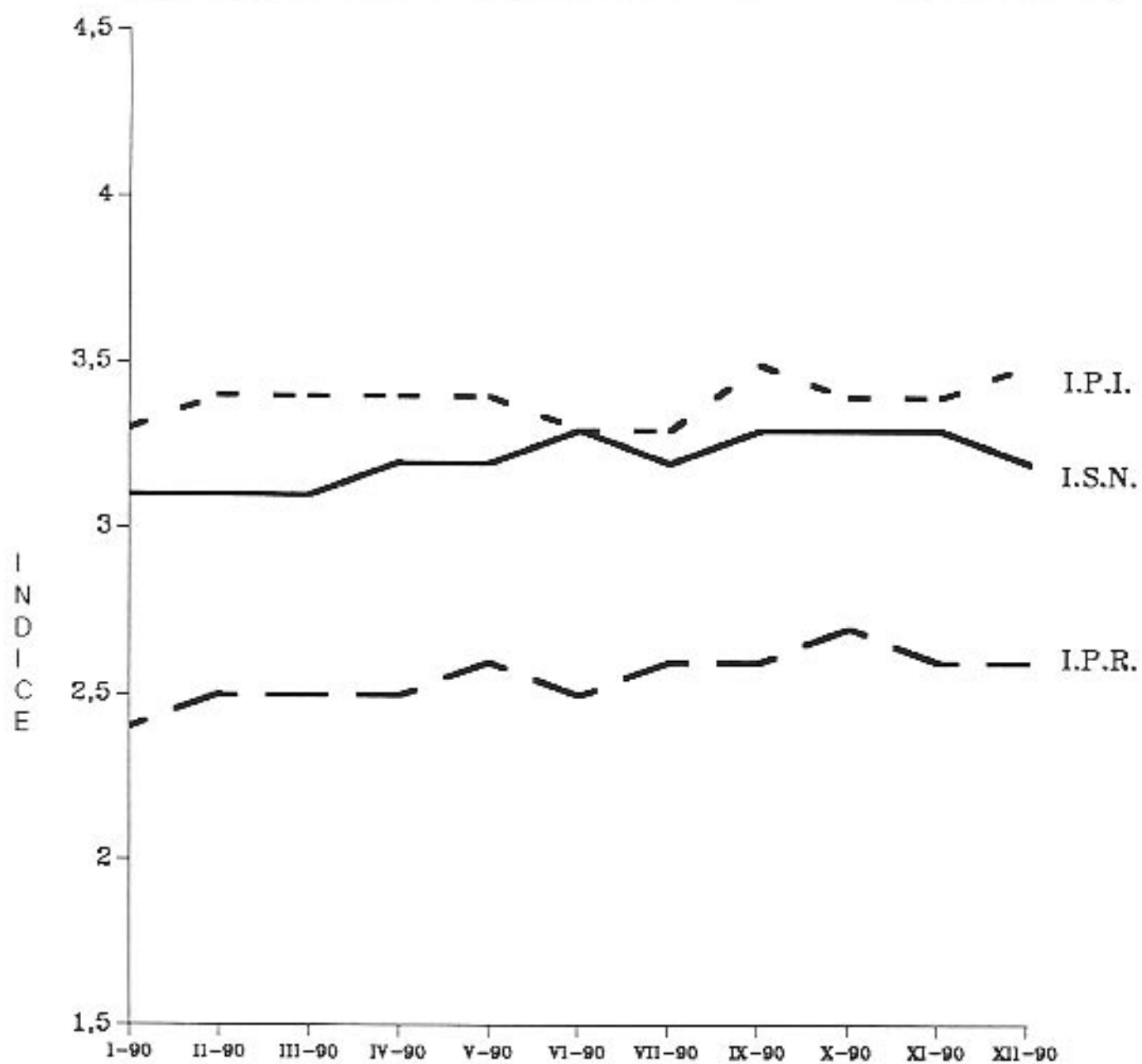
EVOLUCION DE LOS INDICADORES SOCIALES



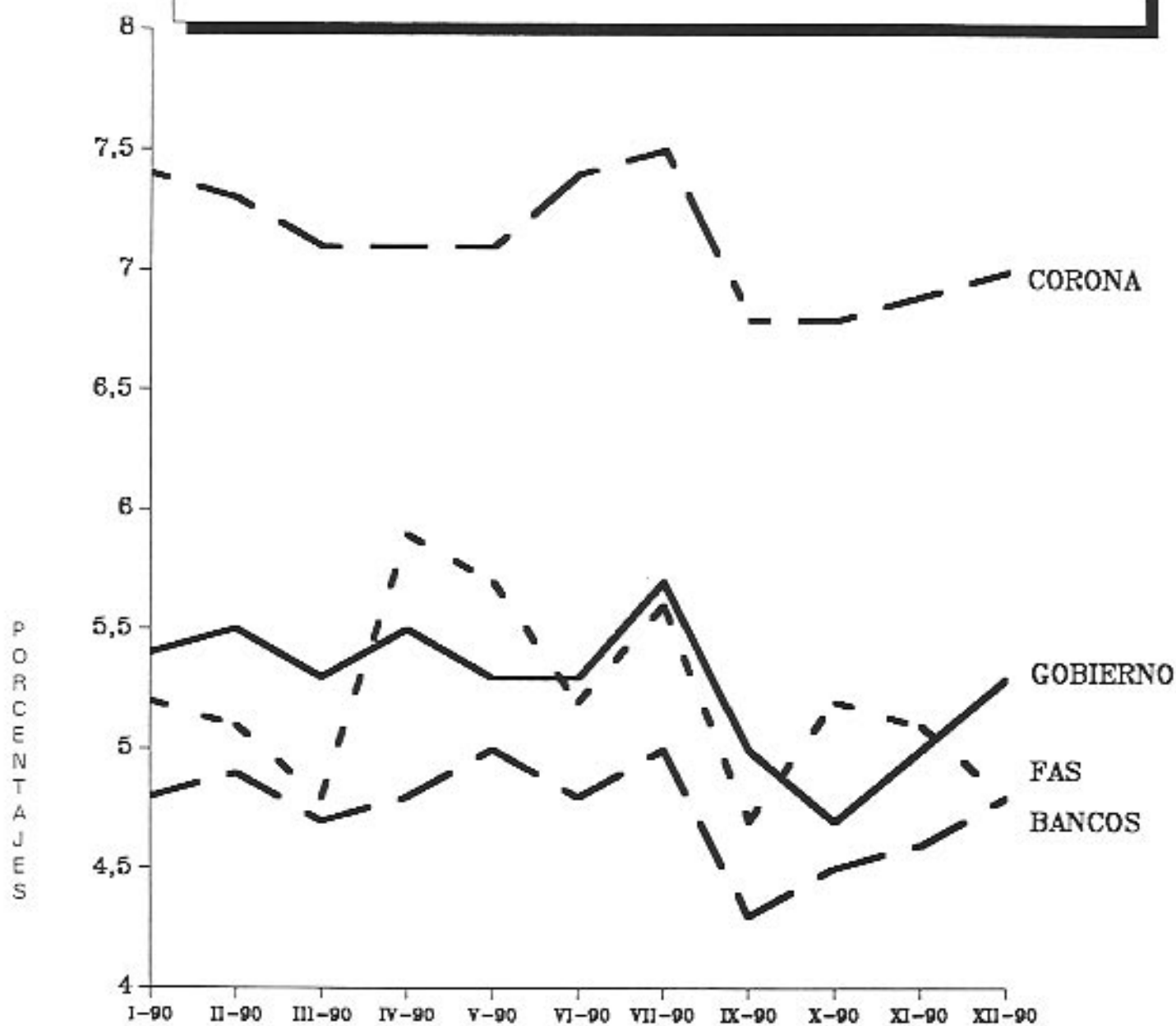
EVOLUCION DE LOS INDICADORES POLITICOS



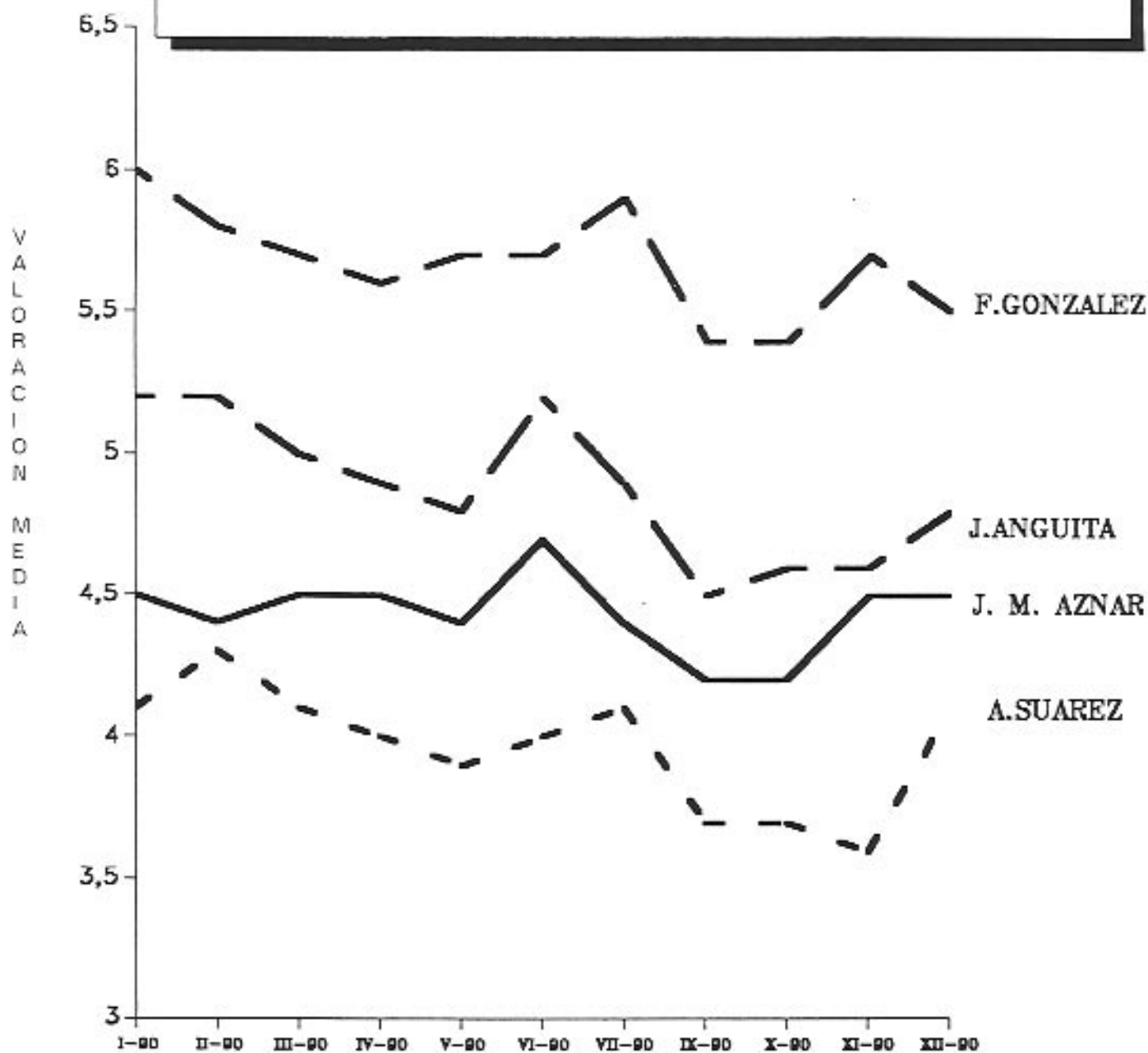
EVOLUCION DE LOS INDICADORES DE POSICIONAMIENTO IDEOLOGICO



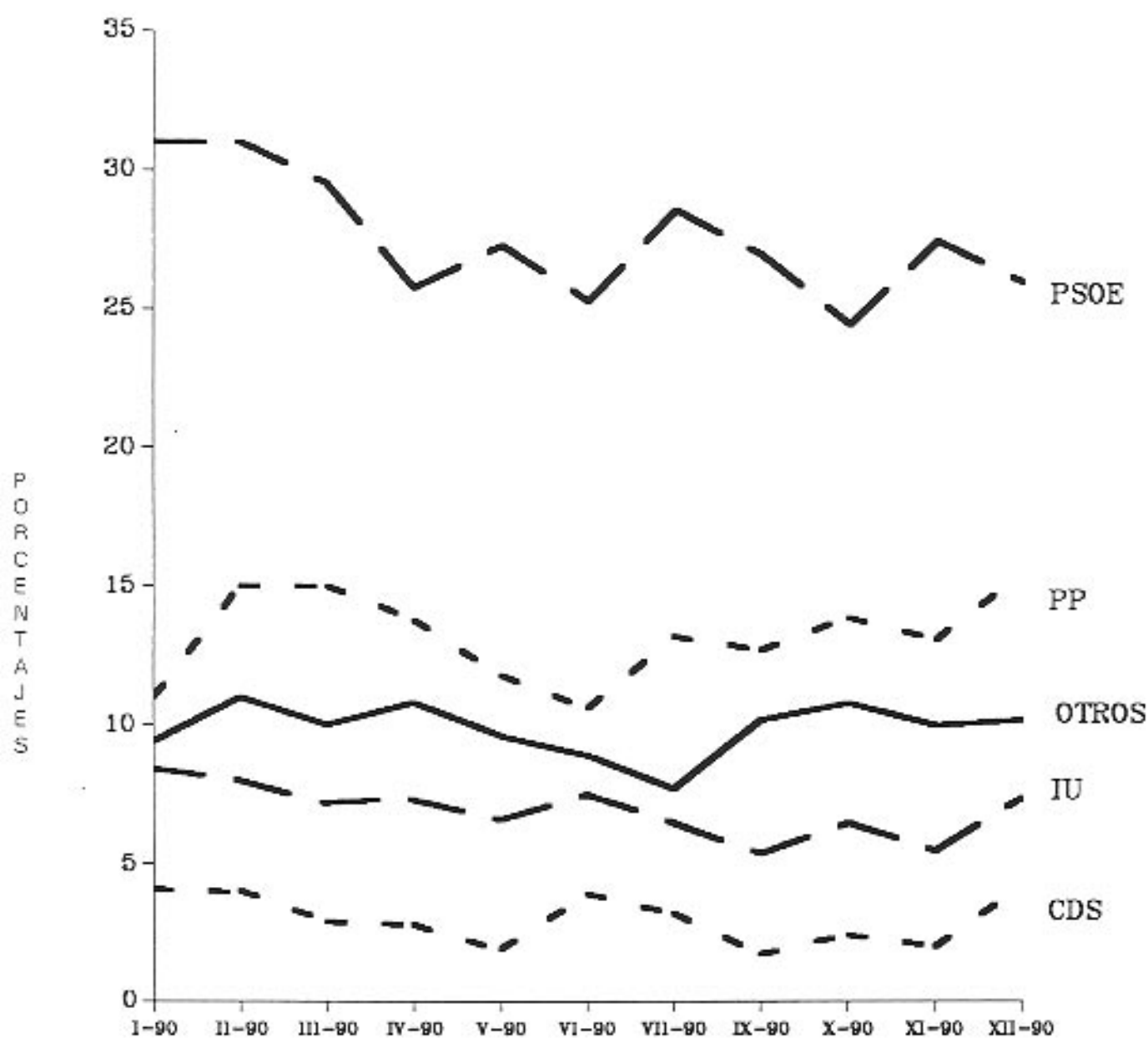
VALORACION DE LAS INSTITUCIONES



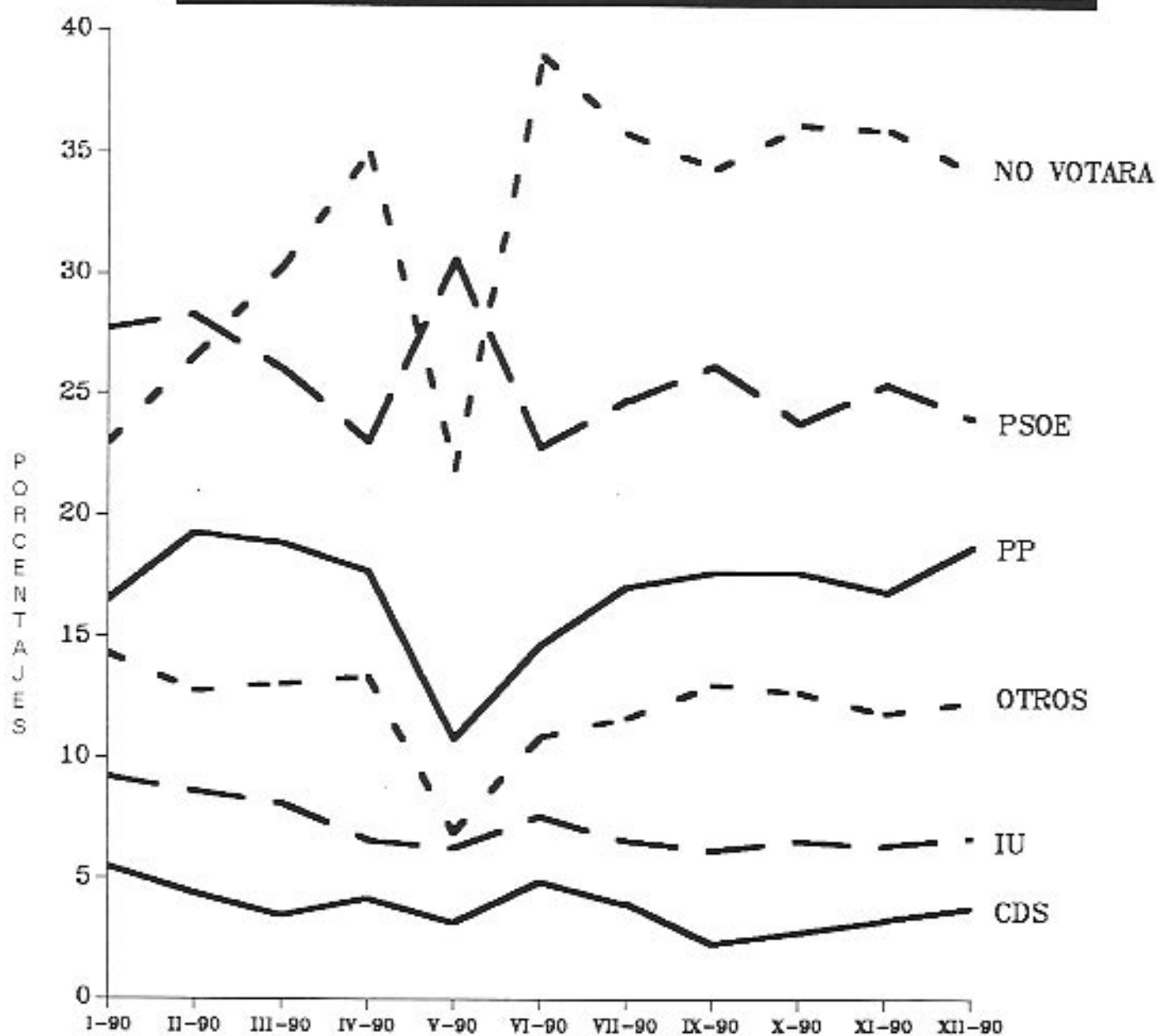
VALORACION DE LOS PRINCIPALES LIDERES POLITICOS



INTENCION DE VOTO DIRECTA



ESTIMACION DE VOTO SEGUN MODELO ASEP



EVOLUCION DEL PORCENTAJE DE AUDIENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACION

