



Índices de opinión pública

Mayo | 2015

Tratado Comercial y de Inversiones entre Europa y EEUU

- **Casi siete de cada diez españoles (69,4%) declaran no conocer, ni siquiera de oídas, el Tratado Comercial y de Inversiones Transatlántico entre Europa y EEUU.**
- **Entre los que sí tienen alguna noticia de él, la opinión sobre cómo consideran que afectará a los ciudadanos es más bien negativa.**

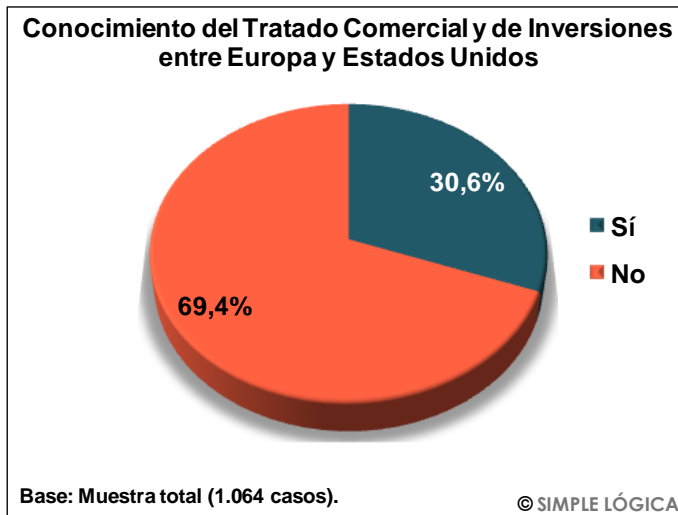


preguntamos • escuchamos • interpretamos

“GALLUP partner in Spain”

La mayoría de los españoles, casi siete de cada diez, ni siquiera han oído hablar del Tratado Comercial y de Inversiones Transatlántico entre Europa y Estados Unidos (TTIP), según el último Índice de Opinión Pública de Simple Lógica, *partner* de Gallup en España.

El 69,4% de los ciudadanos declaran no conocer, ni siquiera de oídas, este tratado que en la actualidad se está negociando entre Europa y Estados Unidos, frente al 30,6% que representan quienes declaran tener conocimiento, al menos de oídas, de dicho tratado.

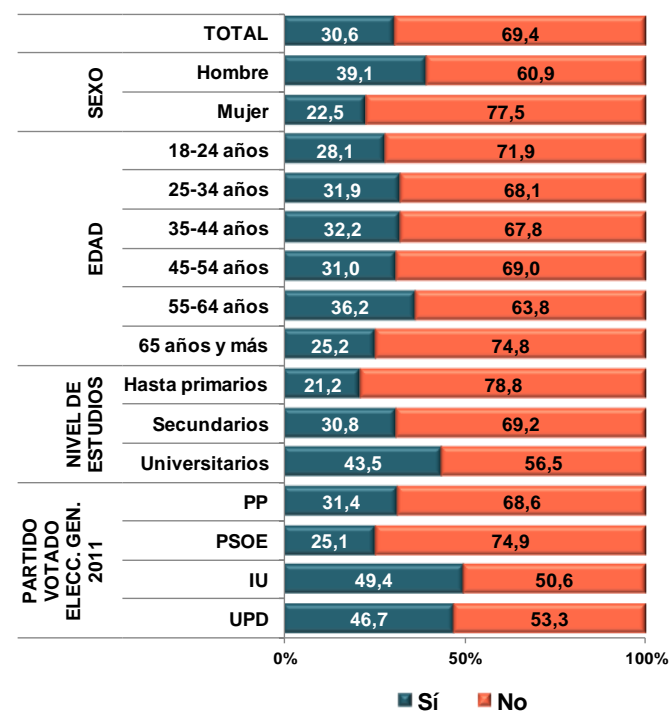


Atendiendo a variables como el sexo, la edad, el nivel de estudios o la orientación política de los informantes, se observan algunas diferencias dignas de mención.

La primera diferencia relevante de conocimiento del tratado se aprecia atendiendo al sexo de los entrevistados. El porcentaje de quienes declaran no tener noticia alguna del mismo es significativamente superior, más de dieciséis puntos, entre las mujeres (77,5%) que entre los hombres (60,9%).

Atendiendo a la edad de los informantes se observa que el nivel de notoriedad del tratado es ligeramente inferior entre los dos grupos de edades extremas, los más jóvenes y los de mayor edad. El porcentaje de quienes no conocen el tratado se sitúa en el 71,9% entre los que tienen entre 18 y 24 años y en el 74,8% entre los mayores de 65 años, en tanto que es ligeramente inferior en los grupos de edades intermedias y desciende especialmente entre los de 55 a 64 años (63,8%).

Conocimiento del Tratado Comercial y de Inversiones entre Europa y Estados Unidos



Base: Muestra total.

© SIMPLE LÓGICA

La notoriedad del tratado está también directamente relacionada con el nivel de estudios de los entrevistados, incrementándose la proporción de quienes al menos tienen alguna noticia de él a medida que se eleva su nivel de instrucción. Así, mientras entre los que tienen estudios primarios o un nivel inferior representan algo más de uno de cada cinco los que tienen noticia del tratado (21,2%) y un 78,8% los que declaran desconocerlo, entre quienes tienen estudios universitarios representan más de cuatro de cada diez (43,5%) los que sí lo conocen al menos de oídas y un 56,5% los que no han oído hablar de él.

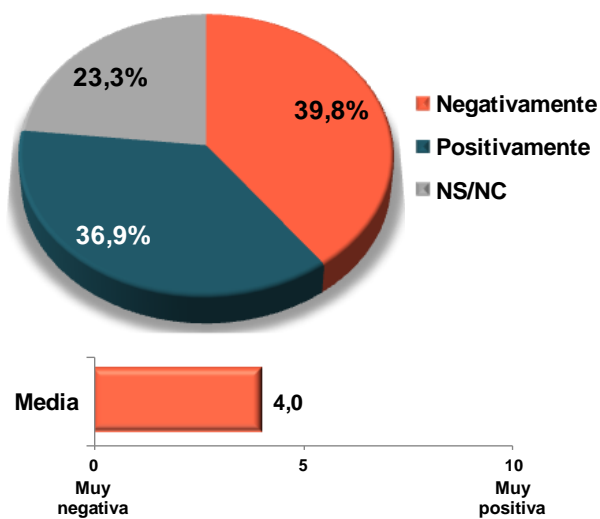
Atendiendo a la orientación política de los entrevistados, también se observan diferencias apreciables en el nivel de conocimiento del tratado. Ese nivel de conocimiento del tratado es apreciablemente inferior entre quienes en las últimas elecciones generales votaron al PP (31,4%) y al PSOE (25,1%), con respecto al que se observa entre los votantes de otras formaciones como IU (49,4%) y UPyD (46,7%).

Según los datos del mismo IOP de Simple Lógica, *partner* de Gallup en España, entre quienes tienen alguna noticia del TTIP la opinión que se tiene de la forma en que afectará a los ciudadanos es predominantemente negativa.

Casi cuatro de cada diez entrevistados que manifiestan al menos haber oído hablar del tratado (39,8%) consideran que afectará negativamente a los ciudadanos, señalando puntuaciones inferiores a 5 en la escala que va de 0 (muy negativa) a 10 (muy positiva). Por su parte, los que señalan puntuaciones superiores a 5, que puede considerarse que indican que la influencia es positiva, es ligeramente inferior (36,9%).

Casi uno de cada cuatro entrevistados que señalan haber oído hablar del TTIP (23,3%) no llegan, sin embargo, a emitir una valoración sobre cómo piensan que afectará a los ciudadanos, lo que muy probablemente esté motivado por el bajo nivel de conocimiento de los contenidos del tratado.

¿De qué forma cree que afectará este tratado a los ciudadanos?

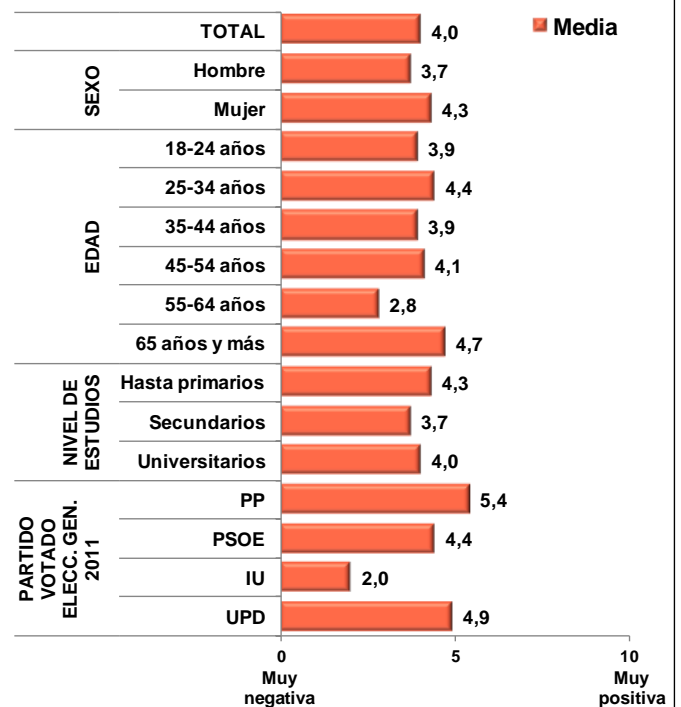


Base: Conocen el Tratado Comercial y de Inversiones entre Europa y EE.UU (345 casos).

© SIMPLE LÓGICA

La puntuación media que refleja la valoración de cómo los entrevistados que han oído hablar del tratado considera que afectará a los ciudadanos es de 4,0.

¿De qué forma cree que afectará este tratado a los ciudadanos?



Base: Conocen el Tratado Comercial y de Inversiones entre Europa y EE.UU.

© SIMPLE LÓGICA

Atendiendo al sexo de los informantes, se observa que la valoración es algo menos desfavorable entre las mujeres (4,3) que entre los hombres (3,7).

Si prestamos atención a la edad, se aprecia que entre quienes tienen entre 55y 64 años, justo el grupo de edad en que mayor es el nivel de conocimiento del tratado, es entre quienes es más desfavorable su valoración (2,8), mientras que en el grupo de edad inmediatamente superior es en el que menos desfavorable es la puntuación obtenida (4,7).

También son notables las diferencias de valoración en función de la orientación política de los informantes. En este sentido hay que señalar que es entre los votantes de IU entre los que la valoración es más desfavorable (2,0), especialmente en comparación con la que se registra entre los del PP, que con 5,4 es la única que llega a superar el punto medio de la escala, lo que supone una valoración más bien favorable.

Mayo | 2015

Índices de Opinión Pública (IOP)
indices@simplelogica.com

Preguntas

- **¿Conoce, aunque sólo sea de oídas, o ha oído hablar del Tratado Comercial y de Inversiones Transatlántico entre Europa y Estados Unidos, que se está actualmente negociando y que también se nombra con las siglas TTIP?**

- Sí
- No

- **¿De qué forma cree que afectará este tratado a los ciudadanos? Señale, por favor, una puntuación en la escala de 0 (muy negativa) a 10 (muy positiva).**

- Muy negativa 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- Muy positiva 10

Ficha Técnica

Ámbito: España.

Universo: Población de 18 y más años de edad.

Muestra: 1.064 casos.

Entrevistas: Telefónicas.

Selección: Aleatoria del hogar sobre listado telefónico y según cuotas de sexo y edad para la determinación de los individuos.

Trabajo de campo: Del 4 al 12 de mayo de 2015.

Margen de error: $\pm 3,07\%$ para $p=q=0,5$ y un nivel de confianza del 95,5% para datos globales.

Instituto responsable: SIMPLE LÓGICA INVESTIGACIÓN, miembro de AEDEMO y acogido al código deontológico Internacional ICC/ESOMAR de Marketing e Investigación social.

El servicio de seguimiento de los **Índices de la Opinión Pública (I.O.P.)** de **SIMPLE LÓGICA**, *partner* de Gallup en España, es una iniciativa puesta en marcha por la propia empresa como instrumento de seguimiento de la Opinión Pública española en relación a los temas y acontecimientos en que esta se centra en cada momento.

El servicio es complemento y prolongación de la actividad ordinaria de **SIMPLE LÓGICA** en el terreno de la Investigación Social y los Estudios de Mercado y forma parte de los trabajos de investigación que realiza en la propia área de Opinión Pública.

SIMPLE LÓGICA desarrolla todas sus actividades de consultoría, interpretación, análisis y recogida de datos, siguiendo criterios rigurosos de calidad, cuenta con la certificación de calidad conforme a la norma UNE-EN-ISO 9001, es miembro de AEDEMO y ESOMAR y está acogida al código deontológico ICC/ESOMAR de Marketing e Investigación Social.



Servicios Ómnibus Simple Lógica. De periodicidad mensual, está dirigido a targets de gran interés socioeconómico:

Empresas de servicios

Comercios minoristas

Población General (Consumidores)

Supone una valiosa herramienta, ya que permite al cliente realizar investigaciones mediante encuestas y disponer de la información en plazos y costes muy interesantes, con plenas garantías técnicas.

Para cualquier petición de información o solicitud de presupuesto sin compromiso puede dirigirse a:

Sergio Azañedo Sánchez

sazanedo@simplelogica.com | Tlf.: 91 206 10 00



Empresa adherida al código deontológico internacional **ICC/ESOMAR** para la práctica de la investigación social y de mercados.

Como empresa socialmente responsable ha suscrito e implantado en su actividad los Diez Principios del **Pacto Mundial** de las Naciones Unidas, publicando la correspondiente memoria de progreso.