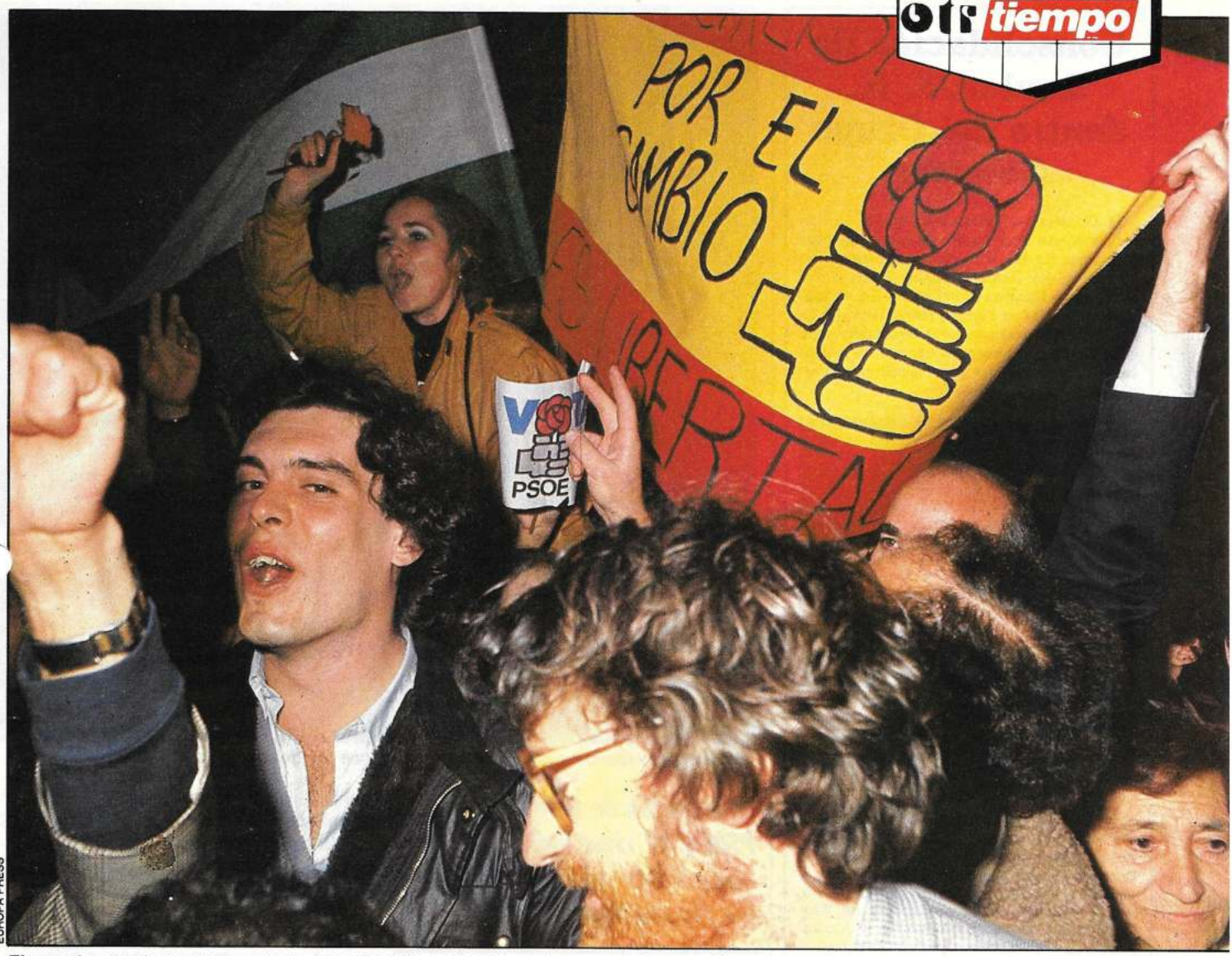


EUROPA PRESS

El entusiasmo electoral despertado por el PSOE en el 82 ha dado paso al desencanto.

Baja el número de votantes del PSOE y de Alianza Popular

Crece el desencanto político. Los españoles piensan que a medida que pasa el tiempo hay menos razones para votar a los dos partidos mayoritarios, PSOE y AP. Esta es una de las conclusiones del último sondeo OTR/tiempo, correspondiente al mes de noviembre de 1985

"*La realidad es que cada vez hay más gente que no quiere votar a los socialistas, pero tampoco quiere votar a Fraga*», opinan dos de cada tres españoles de uno y otro sexo, mayores de dieciocho años. Esta es una de las conclusiones del último sondeo OTR/***tiempo,*** correspondiente al mes de noviembre. En efecto, formando parte de un conjunto de doce proposiciones relativas a diferentes temas de la actualidad política española sobre las que los entrevistados debían mostrar su acuerdo o desacuerdo, un 66 por 100 de ellos se identificaron con la frase textualmente citada más arriba, un 13 por 100 se mostró en desacuerdo y un 21 por 100 no supo o no quiso contestar.

Por supuesto, esta contestación no puede ni debe interpretarse en el sentido de que un 66 por 100 de los electores no piensen votar al PSOE ni a la Coalición Popular, entre otras cosas porque la intención de voto declarada hacia estos partidos en el mismo sondeo es del 30 y 12 por 100, respectivamente. La interpretación que parece más correcta es la de que, independientemente de las intenciones de voto que cada entrevistado pueda tener, al estar de acuerdo con esa afirmación los encuestados están haciéndose eco de lo que ellos mismos consideran que es una opinión creciente en el electorado.

Consolidación de Revlon, S. A. dentro del Grupo Colomer

El Consejo de Administración de Revlon Inc. de Nueva York ha decidido recientemente integrar Revlon, S. A. de España dentro de la gestión del Grupo Colomer (Henry Colomer, S. A., y Haugron Cientifical, S. A.), su subsidiaria de élite en Europa, respaldada por un equipo profesional altamente cualificado y de éxito en el *management* moderno y en la consecución de resultados espectaculares en crecimiento y en rentabilidad.

Carlos Colomer.

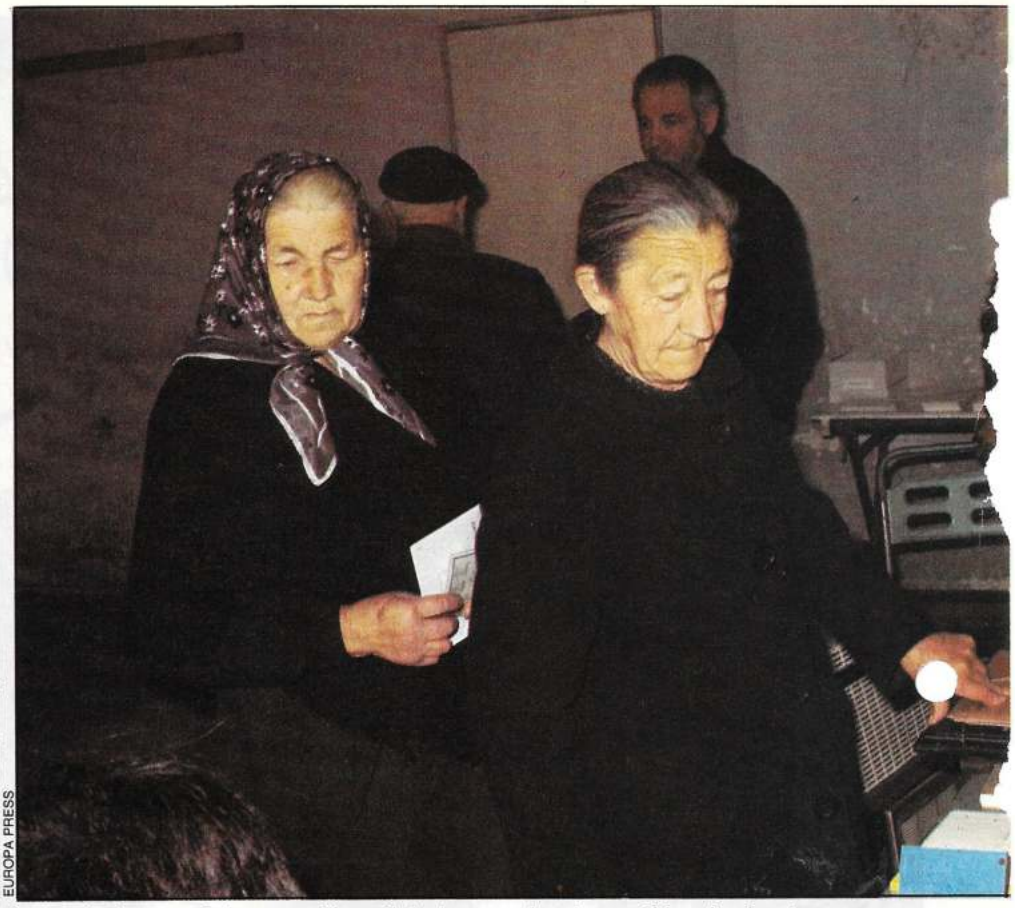
Las razones que han motivado esta decisión han sido la organización y gran capacidad de distribución comercial en todos los segmentos estratégicos del mercado de perfumería y cosmética del Grupo Colomer, por una parte, y la adaptación de la producción de Revlon/España a series de producción más competitivas en fabricantes especializados y en la importación desde su macro-fábrica de cosméticos en Seclin (Francia), con vistas a nuestra próxima entrada en el Mercado Común.

El aprovechamiento del liderazgo de diversas líneas de Henry Colomer y Haugron Cientifical (Geniol, Fixpray, Lanofil, Floid, etcétera) en el mercado español de perfumería hoy, permitirá un *marketing* estratégico y poderoso para el crecimiento de líneas como Flex, ZP-2111, Natural Honey, Charlie y de la cosmética de gran distribución de Revlon, aún no potenciada en España.

La concentración en Madrid de un equipo especializado en cosmética de alto *standing*, con distribución muy selectiva permitirá, con el apoyo y experiencia del equipo directivo del Grupo Colomer, crecer y potenciar marcas de prestigio como Ultima II, Eterna 27, Moon Drops y Revlon.

El Grupo Colomer, tradicional líder indiscutible en el campo de ventas de artículos profesionales de peluquería y estética (tintes, permanentes, tratamientos, aparatología y decoración) se convierte, con esta consolidación, en líder de facturación y rendimientos en España, dentro del sector de perfumería y cosmética, con una cifra de negocios de diez mil millones de pesetas.

En la presidencia del Grupo Colomer figura Carlos Colomer, de cuarenta y un años, economista. Son presidentes de honor, José Colomer y Joan B. Cendrós, hombres de gran prestigio en el mundo empresarial. Sander P. Alexander, Irving J. Bottner y Michael Sayres forman, con el presidente Carlos Colomer, el Consejo de Administración.



EUROPA PRESS

Los votantes españoles no están satisfechos con los dos partidos dominantes.

La intención de voto hacia PSOE y AP viene sufriendo una pérdida continua durante los últimos meses

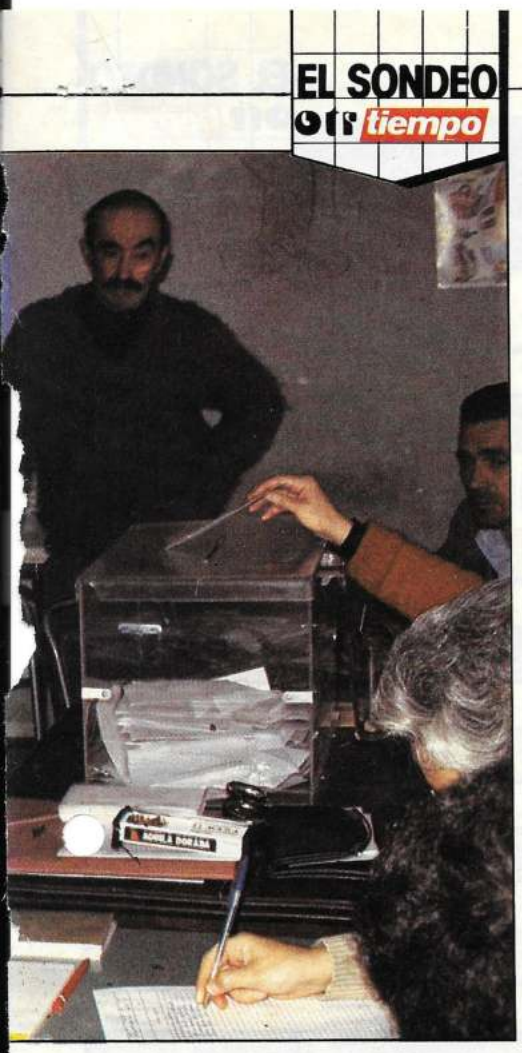
Es bien sabido que *«para que un hecho social tenga consecuencias reales, no es preciso que sea real, sino que basta con que se tome como real»*. En otras palabras, aunque la realidad objetiva fuese la de que sólo una pequeña minoría del electorado no tiene intención de votar al PSOE o a la Coalición Popular, el hecho mismo de que un 66 por 100 de los electores crea que está creciendo el número de quienes no desean votar a ninguno de los dos partidos puede constituir un factor que conduzca a esa misma situación.

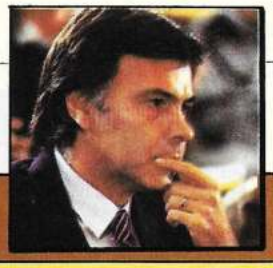
De todas formas, el sondeo OTR/***tiempo*** de noviembre aporta datos que parecen apoyar esa afirmación. En efecto, el PSOE, que logró un 37,6 por 100 del electorado en 1982, ha obtenido, en los sondeos mensuales realizados desde septiembre de 1984, intenciones de voto que nunca han superado el 34 por 100 y que en los últimos tres meses parece estabilizada en un 30 por 100.

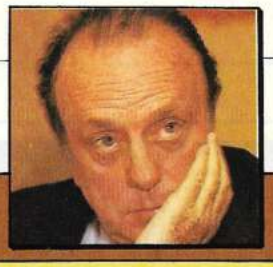
Pero más importante aún, el recuerdo de voto en 1982 que siempre sobrestimaba en tres o cuatro puntos porcentuales el voto realmente obtenido por el PSOE en aquellas elecciones, está algo por debajo de los resultados reales en los tres últimos sondeos. Y la Coalición Popular, que contó con un 20,7 por 100 del electorado en las elecciones de 1982, ha obtenido mensualmente intenciones de voto inferiores al 17 por 100, y que en los tres últimos sondeos ha sido del 15,5, 13,1 y 11,5 por 100; y la proporción que dice *recordar* que votó por la Coalición Popular suele ser algo más de la mitad de los que realmente votaron a este partido. Aun reconociendo la existencia de un *voto oculto* para la Coalición Popular, que se manifiesta en el recuerdo de voto y muy probablemente en la intención de voto, no parecen existir dudas respecto a la disminución de voto para este partido.

Bipartidismo imperfecto

La pérdida de electores por parte del PSOE y de la Coalición Popular, por tanto, podría no sólo ser una falsa percepción de los que están de acuerdo con la ya citada frase, sino un hecho real. Y ello, con independencia de que estén o no creciendo otros partidos en cualquier espacio







LA REALIDAD ES QUE CADA VEZ HAY MAS GENTE QUE NO QUIERE VOTAR A LOS SOCIALISTAS, PERO TAMPOCO QUIERE VOTAR A FRAGA

	DE ACUERDO	EN DESACUERDO	NS/NC
TOTAL	66 %	13	21

INTENCION DE VOTO

COAL. POPUL.	60 %	18	22
PRD	87 %	10	3
CDS	83 %	9	8
PSOE	64 %	22	14
PCE	82 %	11	7
CiU/PNV	82 %	5	13
OTROS	72 %	16	12
NO VOTARA	76 %	4	20
NS	73 %	13	14
NC	48 %	6	46

del espectro político, e incluso con independencia de que parte del electorado ahora *perdido* por los dos partidos citados pueda ser *recuperado* en el momento de las elecciones reales.

Debe resaltarse que incluso un 60 por 100 de quienes tienen intención de votar a la Coalición Popular y un 64 por 100 de los que piensan hacerlo por el PSOE están de acuerdo con la afirmación de que cada vez hay más gente que no quiere votar a ninguno de esos partidos.

De lo anterior podría saltarse precipitadamente a la conclusión de que los españoles rechazan el bipartidismo y prefieren un mayor pluralismo de partidos. Y sin embargo, otros datos del mismo sondeo parecen impedir tal deducción. En efecto, cuando se pide con la frase: *«Se diga lo que se diga, lo mejor es que haya sólo dos partidos: uno en el Gobierno y otro en la oposición»*, el resultado es que un 48 por 100 se muestra de acuerdo, un 36 por 100 en desacuerdo y un 16 por 100 no sabe o no contesta. La cuestión del bipartidismo, por consiguiente, divide a la opinión pública, y aunque es cierto que casi la mitad de los electores lo aceptan, al menos un tercio declara expresamente que no lo acepta.

Las diferencias en este punto, según la intención de voto, son más notorias. En efecto, mientras dos tercios de quienes tienen intención de votar a Coalición Popular se muestran de acuerdo con el bipartidismo, un 59 por 100 de los que tienen intención de votar al PCE están en desacuerdo.

Un 48 por 100 de los españoles —contra un 36 por 100— se muestra favorable al bipartidismo político

Por otra parte, aceptar el bipartidismo no significa necesariamente que se acepten dos partidos concretos, el PSOE y la Coalición Popular. Prueba de ello es que, en el sondeo OTR/***tiempo*** de septiembre de 1985, un 39 por 100 de los entrevistados estaba de acuerdo en que *«no existe actualmente una alternativa real capaz de enfrentarse al PSOE en las próximas elecciones»*, frente a un 34 por 100 que estaba en desacuerdo y un 27 por 100 que no contestaba a la pregunta.

Este carácter controvertido del hipotético bipartidismo se puso también de manifiesto en el sondeo correspondiente al mes de octubre. En él se pudo observar que mientras un 26 por 100 de los entrevistados estaba de acuerdo en que *«el debate sobre el estado de la nación ha confirmado que existe un pacto entre el Gobierno socialista y AP para consolidar el bipartidismo en España»*, un 25 por 100 se mostraba en desacuerdo y un

La lucha antifalsificación, un doble desafío económico y social

La utilización ilícita de una marca o de una denominación de origen, copia de un modelo, de un diseño o de una patente, imitación fraudulenta y competencia parasitaria, la falsificación, antiguamente artesanal, tiene la envergadura de una industria a nivel mundial.

Ni un solo sector se salva. Se copian juguetes y medicinas, componentes de avión o discos de éxito.

Según la Cámara Internacional de Comercio, las falsificaciones podrían representar más del 2 por 100 del comercio mundial; es decir, alrededor de 70.000 millones de dólares, y esta estimación parece más bien prudente.

Las grandes marcas de productos de lujo, que dedican un volumen importante de su facturación a los mercados exteriores, son las primeras y las más afectadas.

Para algunas, el número de falsificaciones que se venden cada año sobrepasa, tal vez, el de los productos auténticos.

La lucha contra las falsificaciones está estrechamente ligada a la historia de Louis Vuitton.

Cuando Georges Vuitton, en 1896, creó su célebre dibujo basado en las iniciales LV, como homenaje a su padre Louis, fundador de la Casa, su principal objetivo era ya la protección de la marca.

Y a partir de 1905 se producen las primeras sentencias judiciales condenando falsificadores.

En la mayoría de los casos se trataba de falsificaciones de artículos de viaje, pero se referían también a mecheros, bolígrafos, trajes de baño y hasta abrigos para perros, firmados Louis Vuitton.

Hoy más que nunca esta lucha es una de las acciones prioritarias de Louis Vuitton, a la que dedica cada año más del 1 por 100 de su volumen de facturación, es decir, cerca de 12 millones de francos franceses en 1984.

EL SONDEO otr tiempo

SE DIGA LO QUE SE DIGA, LO MEJOR ES QUE HAYA SOLO DOS PARTIDOS: UNO EN EL GOBIERNO Y OTRO EN LA OPOSICION

	DE ACUERDO	EN DESACUERDO	NS/NC
TOTAL	48 %	36	16

INTENCION DE VOTO

COALICION POPULAR	68 %	25	7
PRD	40 %	57	3
CDS	50 %	46	4
PSOE	55 %	35	10
PCE	37 %	59	4
CiU/PNV	52 %	43	5
OTROS	36 %	56	8
NO VOTARA	37 %	41	22
NS	37 %	51	12
NC	40 %	22	38

Cuatro de cada diez personas entrevistadas opinan que hoy «no existe una alternativa real al PSOE»

49 por 100 no opinaba sobre la cuestión.

En resumen, y aunque los datos que aquí se han examinado podrían ser objeto de diversas interpretaciones, parece que es razonable deducir las siguientes. En primer lugar, es cierto que hay una mayoría de electores que de manera general se muestra favorable hacia el bipartidismo, pero es igualmente cierto que esa mayoría no es absoluta, puesto que es algo inferior a la mitad de los entrevistados. El hecho, por otra parte, de que cuatro de cada diez entrevistados opinen que actualmente no hay alternativa electoral al PSOE, probablemente explica asimismo que un 66 por 100 de españoles mayores de dieciocho años opine que cada vez hay más gente que no quiere votar ni al PSOE ni a la Coalición Popular. Pero toda la información que aquí se ha comentado parece tener su denominador común: quienes más favorables se muestran hacia el bipartidismo son los electores de derecha y centro derecha, y más concretamente, los que tienen intención de votar a la Coalición Popular. t

Juan Díez Nicolás

FICHA TECNICA

Realización: OTR/IS.
Muestra: 1.200 personas de dieciocho años y más, residentes en España. Aleatorio por conglomerados y ruta aleatoria.
Campo: Realizado durante los días 11 y 16 de noviembre de 1985, mediante encuesta a hogares por Emopública, S. A.
Tabulación: UNITEC-OTR/IS.
Dirección: Juan Díez Nicolás.