



CUADERNOS DE TRABAJO

ESCUELA UNIVERSITARIA DE ESTADÍSTICA

Análisis del comportamiento de los indecisos en procesos electorales: propuesta de investigación funcional predictivo-normativa

J. M^a Santiago Merino

Cuaderno de Trabajo número 03/2008



UCM
UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Los Cuadernos de Trabajo de la Escuela Universitaria de Estadística constituyen una apuesta por la publicación de los trabajos en curso y de los informes técnicos desarrollados desde la Escuela para servir de apoyo tanto a la docencia como a la investigación.

Los Cuadernos de Trabajo se pueden descargar de la página de la Biblioteca de la Escuela www.ucm.es/BUCM/est/ y en la sección de investigación de la página del centro www.ucm.es/centros/webs/eest/

CONTACTO: Biblioteca de la E. U. de Estadística
Universidad Complutense de Madrid
Av. Puerta de Hierro, S/N
28040 Madrid
Tlf. 913944035
buc_est@buc.ucm.es

Los trabajos publicados en la serie Cuadernos de Trabajo de la Escuela Universitaria de Estadística no están sujetos a ninguna evaluación previa. Las opiniones y análisis que aparecen publicados en los Cuadernos de Trabajo son responsabilidad exclusiva de sus autores.

ISSN: 1989-0567



**Escuela de Estadística
Universidad Complutense de Madrid**

**ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LOS INDECISOS EN
PROCESOS ELECTORALES:
PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN FUNCIONAL PREDICTIVO- NORMATIVA**

**Prof. J. M^a Santiago Merino
jmsantiago@estad.ucm.es
Noviembre 1995**

INDICE

página:

1. PLANTEAMIENTO

1.1. SITUACIÓN	2
1.2. DEFINICION DE "INDECISO".	3

2. OBJETIVOS

2.1. GENERALES	3
2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS DE INFORMACION	4
-1ª Parte: Descripción Estática.	5
-2ª Parte: Descripción Dinámica.	6
-3ª Parte: Funcionalidad Normativa.	6

3. METODOLOGIA

3.1. METODO	7
3.2. 1ª PARTE: ENCUESTA	7
3.2.1. Universo.	
3.2.2. Estratificación del Universo.	
3.2.3. Muestra y Proceso de Muestreo:	
3.2.3.1. Tamaño de la Muestra	
3.2.3.2. Selección de los Puntos de Muestreo	
3.2.3.3. Proceso de Selección de Individuos.	
3.2.3.4. Trabajos de Campo.	
3.2.3.5. Proceso de datos.	
3.3. 2ª PARTE: PANEL CUALITATIVO	11
3.3.1. Justificación	
3.3.2. Metodología	

4. CALENDARIO

14

5. PRESUPUESTO

14

1.-PLANTEAMIENTO

1.1. SITUACION

Durante las décadas de los 70/80 las predicciones electorales basadas en las encuestas han gozado de una credibilidad generalizada, salvo excepciones.

Las razones de este éxito relativo creemos que responden en gran parte a la estabilidad básica de los sistemas políticos, de los sistemas de partidos y, justo es reconocerlo, a la mejora en las técnicas-instrumentos de predicción electoral.

El acierto generalizado en la predicción, a que hacemos referencia, ha sido independiente a que los resultados supusieran estabilidad o cambio respecto a situaciones de equilibrio anteriores. Y esto, porque consideramos que los comportamientos electorales solían responder, en su mayoría, a un patrón estable de racionalidad: las encuestas funcionan bien en un contexto de sistemas políticos consolidados y preferencias electorales conformadas moviéndose en el territorio intrasistémico con pautas altamente racionales, permitiendo predecir la substanciación de una opinión en un momento posterior ante las urnas.

En la década de los 90, sin embargo, los sistemas de predicción electoral comienzan a sufrir sobresaltos, con abultados errores en la predicción y la consiguiente pérdida de credibilidad de las encuestas electorales (últimas elecciones en Italia, Inglaterra, España, referéndum danés de integración en la UE...). Ello da lugar a que nos planteemos una serie de interrogantes:

- ¿Acaso están cambiando las pautas de comportamiento electoral?
- ¿Han cambiado los contextos políticos y los valores culturales?
- ¿Hemos de pensar en nuevas variables de orientación electoral o en sólo una variación en su peso?
- ¿En que medida las orientaciones políticas de carácter estructural ceden paso a pautas mas contingentes y coyunturales (entorno de la elección, nivel de incertidumbre, sensación de utilidad del voto como premio/castigo). Es decir, en qué medida el comportamiento electoral esta basado más o menos en valores (fidelidades) abstractas (ideológicas) o más o menos basadas en circunstancias inmediatas-coyunturales (riesgos y oportunidades) de la elección que se intenta pronosticar.
- ¿Siguen siendo válidas las técnicas de ajuste de las predicciones que se sirven de las relaciones demostradas entre conducta electoral pasada e intención de voto para ajustar los datos brutos, sobre todo cuando aparecen o se redimensionan los partidos o agrupaciones electorales con escasa o nula proyección electoral anterior?

El contingente de INDECISOS en las encuestas electorales parece que va en aumento y, por tanto, la necesidad de utilizar métodos de adscripción de los mismos cada vez mas precisos se hace evidente.

En el marco político estable de las décadas 70/80 sabíamos que aproximadamente el 80% de los votantes tenían tomada una decisión de voto o de abstenerse antes de la campana electoral y que no solían alterar en el curso de la misma.

Sabíamos también que entre el 70-85 % de los electores volvían a votar al mismo partido al que lo hicieron en la elección anterior, que aproximadamente un 10% cambiaba su intención de voto y otro 10% -indeciso al comienzo de la campaña- decidiría a lo largo de la misma.

Considerando que estas cifras se han alterado en las últimas confrontaciones electorales, en el sentido de incremento del porcentaje de los que cambian su intención de voto y de los que se deciden a lo largo de la campaña y que los jóvenes que se incorporan al cuerpo electoral, que los que se abstienen no son siempre los mismos ni en los mismos tipos de elección, se deduce la gran importancia que el diseño y desarrollo de la campaña tiene en los resultados finales, dado que el espacio de eficacia potencial de las mismas se sitúa en torno a un tercio del electorado, si es que no lo sobrepasa.

El estudio pormenorizado del subcolectivo de INDECISOS es, pues lo que suscita un amplio interés de estudio por determinar su importancia numérica, sus causas, factores que se asocian y efectos.

Cuáles sean las variables sobre las que pivota el posicionamiento de los indecisos y sobre todo de los indecisos de última hora (tirón final) se constituye en la llave para ganar/perder unas elecciones en ambientes de incertidumbre política, de cambio, que caracterizan a los marcos electorales español y europeos en esta década de los 90.

1.2.-INDECISO (DEFINICION)

Aquellas electores que teniendo intención de acudir a las urnas, no tienen decidido todavía (en el momento de la encuesta electoral) el sentido de su voto, o se niegan a declarar el sentido de su voto futuro, en parte porque estiman que el voto es secreto, en parte porque sienten rubor a confesar su voto a determinadas opciones o líderes políticos ("voto vergonzante").

2.-OBJETIVOS

2.1. GENERALES

Analizar importancia, causas y factores asociados al fenómeno de la indecisión, para determinar su funcionalidad a tres niveles:

- 1) **Inferencial-Predictivo:** Qué variables utilizar para la adscripción de los indecisos en las encuestas electorales?
- 2) **Descriptivo:** Conocimiento del indeciso (Quién es, qué piensa, siente y hace):
 - estructuración de su perfil
 - reconstrucción del espacio simbólico de la no-identificación, no- preferencia política.Factores explicativos de la indecisión:
 - a) factores psicosociológicos (actitudes sociopolíticas y estilos de vida).
 - b) factores sociodemográficos (características individuales y de grupo).
 - c) factores racionales (percepción del perfil real de los líderes políticos y de la capacidad de los partidos para solucionar los problemas de la sociedad...)
 - d) factores contextuales (condiciones del entorno: geográfico, socio-demográfico, electoral...).
- 3) **Normativo:** Qué tipo de actuaciones políticas se deducen de la descripción del colectivo: qué variables manejar y en qué sentido para inclinar la decisión del voto a opciones concretas.

2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS DE INFORMACION

1º. Parte: Funcionalidad Descriptiva Estática:

Características sociodemográficas:

- Sexo
- Edad
- Estado Civil
- Tamaño de familia
- Asociacionismo (pertenencia a sindicatos, partidos, etc.)
- Zona urbano/rural
- Tamaño del municipio
- Profesión (situación profesional, status, sector...)
- Clase social objetiva
- Ingresos y su evolución en los últimos años
- Nivel educativo
- Conocimiento y uso de la lengua autóctona de la comunidad (si existe)
- Actitud hacia el aprendizaje de la lengua autóctona
- Clase social subjetiva
- Religión (tipo, grado de práctica)
- Tendencias políticas dominantes en el entorno cercano (familia, amigos, trabajo)
- Tiempo dedicado a hablar en los entornos cercanos (familia, amigos, trabajo) de temas políticos.

Características psicológicas :

- Autoritarismo/sumisión
- Influenciabilidad/asertividad
- Necesidad de autoridad
- Deseo de seguridad

Comportamientos políticos:

- Participación política electoral (cuantitativa: nivel de abstencionismo en el pasado, y cualitativa: nivel de abstención diferenciado por tipos de elecciones.
- Participación política no-electoral: participación convencional, participación informativa, protesta institucionalizada, protesta desinstitucionalizada.
- Intensidad de participación en grupos de pertenencia: frecuencia de práctica religiosa, asistencia a reuniones de partido, sindicatos, asociaciones ciudadanas...
- Receptividad de medios de comunicación: intensidad (frecuencia con que lee el periódico, oye la radio, ve la TV...) y canales (prensa y otras publicaciones, radio, TV, vallas...)

- Confesión de voto en anteriores elecciones municipales, autonómicas y generales.

Características actitudinales:

Opiniones, actitudes, valores y estilos de vida del individuo que puedan estar relacionados con la definición que éste hace de su situación política:

Valores políticos: mayor o menor énfasis en la necesidad de “mano dura en materia de seguridad ciudadana, actitud frente al aborto, el divorcio, etc...importancia relativa de las iniciativas privadas o públicas. Grado de extremismo político (radicalidad en los medios de acción política., actitud frente a la utilidad de la negociación como vehículo natural de resolución del conflicto social, el papel de las movilizaciones “duras”, la justificación del uso de la violencia y de la violencia de Estado, etc.

- Interés /implicación activa por la política
- Proximidad/simpatía a algún partido político
- Grado de importancia subjetiva que el sujeto concede a las próximas elecciones: generales, autonómicas.
- Grado de alienación de la participación política
- Confianza en la competencia personal para influir en la política.
- Confianza en la receptividad del sistema político a nuestras influencias
- Autoposicionamiento político en el eje “izquierda -derecha”
- Autoposicionamiento político en el eje “nacionalista-españolista”, en las Comunidades históricas.: posicionamiento en escala de extremos: “independencia de la comunidad-supresión de las autonomías”, evaluación de la necesidad de celebrar un referéndum de autodeterminación, o sobre la conveniencia de ampliar las competencias de la comunidad autónoma en el marco de la Constitución .
- Nivel de confianza en diversas instituciones y grupos: partidos políticos, sindicatos, iglesia, jueces, ecologistas, militares, empresarios
- Intención de voto en las próximas elecciones municipales, autonómicas y generales
- Nivel de autoidentificación con el poder.
- Evaluación del “temor a lo nuevo”, “deseo de cambio” y reacción contra lo establecido
- Valoración de determinados temas de campaña que sean a la vez conflictivos y discriminantes (tras exploración previa cualitativa).

Actitudes e Imagen de Candidatos y Partidos:

- Grado de conocimiento y aceptación de los cabezas de lista
- Valoración de la gestión llevada a cabo en el gobierno o en la oposición por cada uno de los partidos representativos durante el periodo anterior de referencia que se trate.
- Grado de proximidad-lejanía a cada partido
- Actitudes de los electores hacia la posibilidad de votar a cada una de las opciones políticas (Politograma).
- Perfil psicológico real/ideal de los candidatos de las principales formaciones políticas
- Perfil temático real/ideal de los programas de las principales formaciones políticas
- Perfil social real/ideal de las principales formaciones políticas.
- Opiniones sobre la situación sociopolítica:
- Optimismo/pesimismo respecto a la situación social y política actual,
- Nivel de satisfacción/insatisfacción con la situación sociopolítica actual y su evolución,
- Nivel de satisfacción/insatisfacción con las actuaciones generales y específicas del Gobierno y del resto de las opciones políticas

- Previsión personal de los resultados de las próximas elecciones
- Nivel de agrado/desagrado que le despierta la previsión del resultado de las elecciones.
- Capacidad atribuida a cada formación política para resolver los problemas que más preocupan al individuo: (modelo de Fishbein)
- Problemas que considera más importantes
- Capacidad atribuida a cada formación para resolverlos
- Valoración de la gestión realizada por el gobierno saliente.
- Opinión sobre la existencia o no de algún partido que pudiera mejorar esa gestión durante el próximo periodo.

2º Parte: Funcionalidad Descriptiva Dinámica:

Análisis de las variables- clave de la indecisión y su evolución hasta el voto:

- Evolución de los factores claves (extraídos como explicativos en la fase 1ª.) a lo largo de la Campaña Electoral.
- Impacto en la decisión: Decisión de partido a votar, abstención o neutralidad (indecisión).

3º Parte: Funcionalidad Normativa: Conclusiones y Recomendaciones.

Funcionalidad inferencial: Predicción del voto(adscripción de indecisos)

- Qué variables , en función de los resultados de las partes 1ª y 2ª) son de utilidad para la adscripción de indecisos en la predicción de resultados electorales en base a las encuestas preelectorales?.

Funcionalidad normativa: Mix Electoral y Diseño de Campaña:

- ¿Qué variables manejar y en qué sentido para inclinar la decisión del voto del indeciso a opciones políticas concretas?.

3. METODOLOGIA

3.1. Método

La **primera** parte del estudio se realizará mediante **encuesta a muestra representativa de electores**, mediante entrevistas personales en las que se cumplimentará por el entrevistador el cuestionario sobre "Situación política actual".

La **segunda** parte mediante la configuración de un **panel cualitativo** con indecisos declarados en la parte primera, y a través de **reuniones de grupo**

3.2. Primera parte: Encuesta representativa de electores

3.2.1 Universo

Electores registrados en el Censo del INE de 1991 y residentes en territorio nacional -peninsular e insular-, en hogares familiares situados en núcleos de población de cualquier tamaño, salvo los pertenecientes a entidades con menos de 200 habitantes.

Como es habitual, se excluye del universo la "población diseminada" -es decir, la que reside en edificaciones aisladas alejadas de los núcleos de población- y la que reside en núcleos que pertenecen a entidades minúsculas aisladas "en las áreas urbanas" -municipios con más de 30.000 habitantes-; todos los núcleos de población, incluso los de entidades minúsculas, estarán incluidos en el universo; la exclusión se aplica sólo a las "áreas no urbanas").

Por otra parte, en el proceso de campo se excluyen de la muestra los sujetos que por sus condiciones físicas o psíquicas están incapacitados para la entrevista y los que residen en "viviendas colectivas" (como cuarteles, hospitales, conventos, etc...).

Según el citado censo de 1991, el universo de electores es de _____ individuos

Este universo representa sólo el 85%(?) del conjunto de la población española con derecho a voto, deducida la población diseminada. Hay que advertir que esta exclusión afecta de modo distinto a las diversas comunidades, resultando infrarepresentada en el universo de esta encuesta, respecto a su población total, Galicia, porque una proporción de dicha población mayor que en otras comunidades habita en viviendas diseminadas.

3.2.2 .Estratificación del universo:

Se estratificará el universo por **región y tipo de hábitat**. Para la estratificación regional se aplicará la actual división político-administrativa del país en 17 comunidades autónomas. Para la estratificación por tipo de hábitat, se definen las siguientes categorías:

- Zonas metropolitanas: Municipios con mas de 200.000 habitantes y área metropolitana constituida como unidad funcional en torno a ellos
- Zonas urbanas de 100.000 a 200.000 habitantes: Municipios de 100.000 a 200.000 habitantes.
- Zonas urbanas de 50.000 a 100.000 habitantes: Municipios de 50.000 a 100.000 habitantes.
- Zonas urbanas de 30.000 a 50.000 habitantes: Municipios de 30.000 a 50.000 habitantes.
- Núcleos aislados de 10.000 a 30.000 habitantes: Núcleos de población de entidades entre 10.000 a 30.000 habitantes.

-Núcleos aislados de 2.000 a 5.000 habitantes: Núcleos de población de entidades entre 5.000 y 10.000 habitantes.

-Núcleos aislados de 201 a 2.000 habitantes: Núcleos de población de entidades con población de entre 201 y 2.000 habitantes.

El cruce de ambas variables produce 136 estratos. La distribución del universo en estratos podrá observarse en el apéndice técnico que acompañará al estudio

Por razones de espacio, tampoco reflejamos aquí la distribución por sexos y edad, y sí en el anexo técnico que acompañará al informe final.

3.2.3 . Muestra y proceso de muestreo.

3.2.3.1.. Tamaño de la muestra

Considerados los objetivos del estudio se estima aceptable un error de muestreo máximo de +/- 1% (con un nivel de confianza del 95.5%) en los datos a nivel nacional, para lo cual es precisa una muestra de 10.000 entrevistas, al menos.

Puesto que se contemplan objetivos a nivel regional, se ha considerado conveniente que en los datos que en los análisis se obtengan para cada comunidad autónoma no superen, en el caso más desfavorable, el error de +/- 3.5 %; para ello se requiere asegurar, como mínimo tamaños de muestra en torno a las 800 entrevistas.

Como a la mayoría de las comunidades autónomas les correspondería en proporción a su población un número de entrevistas muy inferior, se ha decidido ampliar las submuestras que lo requieran, hasta alcanzar el mínimo de 800 entrevistas.

La muestra total resultante de la agregación de las ampliaciones a la muestra básica puede verse en el cuadro siguiente

Distribución de la muestra por Comunidades Autónomas

Comunidad	% sobre censo	Submuestra	Error muestral +/- %
Andalucía	17,41	1.741	2,4
Aragón	3,18	800	3,53
Asturias	3,00	800	3,53
Baleares	1,74	800	3,53
Canarias	3,63	800	3,53
Cantabria	1,36	800	3,53
Castilla La Mancha	4,37	800	3,53
Castilla León	6,86	800	3,53
Cataluña	15,81	1581	2,51
Extremadura	2,83	800	3,53
Galicia	7,46	800	3,53
Madrid	12,44	1244	2,83
Murcia	2,53	800	3,53
Navarra	1,35	800	3,53
Pais Valenciano	9,68	968	3,21
Pais Vasco	5,68	800	3,53
Rioja	0,67	800	3,53
TOTAL	100	15.934	0.8

3.2.3..2. Selección de los puntos de muestreo

La primera etapa de la selección de la muestra consistirá en la selección de puntos de muestreo dentro de cada estrato. Esta selección se efectuará: por extracción aleatoria del fichero de “zonas urbanas” y “núcleos” de la “Muestra Maestra” del Instituto de Investigación.

El número de núcleos a seleccionar en cada estrato se fijará de acuerdo con los siguientes criterios sobre número máximo de entrevistas a realizar en cada núcleo:

- Núcleos de 200 a 2.000 hab: Máximo 1 “itinerario” por núcleo (=bloque de 4-5 entrevistas).
- Núcleos de 2.000 a 5.000 hab.:Máximo 2 “itinerarios” por núcleo.
- Núcleos de 5.000 a 30.000 hab.:Máximo de 3 “itinerarios” por núcleo.
- Zonas urbanas de 30.000 a 100.000 hab.:Máximo 3 “itinerarios” por núcleo.
- Zonas urbanas con más de 100.000 hab.y zonas metropolitanas: Número de entrevistas que corresponda a la población.

3.2.3.3. Proceso de selección de individuos

Se realizará un muestreo polietápico, con selección de hogares por el procedimiento de itinerarios aleatorios (“rutas”) y selección de individuos dentro del hogar mediante números aleatorios y cuotas de sexo y edad.

Dentro de cada punto de muestreo se distribuirá la muestra en rutas de cinco entrevistas (por término medio), seleccionándose para cada una de las rutas una dirección de partida por procedimientos aleatorios.

Dentro de cada ruta se seleccionarán hogares por el procedimiento habitual de “itinerarios aleatorios”.

En cada hogar se seleccionará el individuo a entrevistar -entre lo que cumplan las condiciones requeridas para las entrevistas- mediante un procedimiento de “números aleatorios” y complementariamente a cuotas de sexo y edad.

En los casos de negativa o imposibilidad de realizar la entrevista -ya sea por no poder localizar al individuo seleccionado durante el periodo de los trabajos de campo, ya sea por otras circunstancias excepcionales (como enfermedad grave)- se seleccionará un sustituto. El “sustituto” se buscará en el (los) hogar(es) siguientes al seleccionado inicialmente (siguiendo el orden del proceso de selección) y deberá reunir las mismas “características básicas” que el sujeto al que sustituya. Las “características básicas” que se tendrán en cuenta para la sustitución serán las siguientes:

- Sexo: Varón, Mujer.
- Grupo de edad: En tramos de 10 años, a partir de los 18.
- Ocupación: Estudiante, Sus labores, En busca de primer empleo, Parado, Activo ocupado.

3.2.3.4. Trabajos de Campo

La recogida de información se realizará a través de un cuestionario administrado por entrevistador, bastante extenso, como lo requiere el contenido de información especificado en los objetivos (véase Cuestionario en Anexo nº2 de este proyecto).

Los entrevistadores serán instruidos para el trabajo de campo en un cursillo, al término del cual realizarán varias entrevistas de prueba. El periodo de formación será más amplio y riguroso que en otras encuestas, habida cuenta de la mayor complejidad del cuestionario y de las tareas de codificación precisas para cumplimentarlo.

Además de las instrucciones generales sobre selección de la muestra y las particulares sobre el cuestionario, se fijarán otras específicas para la realización de este trabajo de campo.

Los trabajos de campo serán realizados por un equipo de 250 entrevistadores de la empresa subcontratada para este menester, bajo la dirección de un Jefe de Campo, asistido por dos adjuntos, treinta y un jefes de equipo y catorce inspectores,

Serán inspeccionadas el 10% de las entrevistas realizadas, mediante repetición de visita, y el 5% mediante contacto telefónico. Si se apreciaren deficiencias importantes en la realización de alguna ruta, sus entrevistas serán sustituidas por otras nuevas.

Los trabajos de campo tendrán una duración máxima de una semana, dos semanas antes del inicio oficial de la campaña electoral.

3.2.3.5. Proceso de Datos

Codificación

El cuestionario a utilizar estará precodificado en las variables categóricas -con la única reserva de una categoría residual para "otras respuestas", cuando sea pertinente- y abierto en las variables numéricas.

La revisión de las codificaciones que realicen los entrevistadores será realizada por un equipo de 10 codificadores, bajo la dirección del Jefe de codificación del proyecto.

Los códigos serán grabados en un fichero de datos con SPSS\Data ENTRY, para su procesamiento en SPSS. Los trabajos de grabación y los correspondientes de verificación de errores será realizada por el equipo de apoyo de alumnos de la E.U. Estadística.

Ponderación y equilibraje del fichero (*)

Previamente al análisis de datos globales, el fichero será sometido a un proceso de ponderación y equilibraje, para restituir a los subconjuntos muestrales de region-habitat, sexo y edad el peso que les corresponde en la distribución del universo, corrigiendo:

- a) Las desproporciones introducidas deliberadamente en la distribución regional, con la ampliación de las muestras de las comunidades autónomas con menor población.
- b) Los desequilibrios que el muestreo aleatorio y las incidencias del trabajo de campo pudieran haber introducido.

*Nota.- Es habitual en los diseños metodológicos de las encuestas preelectorales elaborar la muestra atendiendo a alguno de los siguientes criterios fundamentales:

- 1) Muestra representativa sociodemográficamente.
- 2) Muestra representativa sociopolíticamente.
- 3) Combinación de 1 y 2. Es la preferida habitualmente, ya que el objetivo es tanto establecer generalizaciones sobre los electores en su conjunto como tratar de evitar sesgos entre el comportamiento electoral pasado y el muestral.

Si bien consideramos que este último método es conveniente y necesario en marcos políticos estables, en los momentos actuales, como ya se puso de manifiesto en el Planteamiento de este Proyecto, su conveniencia es más que dudosa, y apuntamos como hipótesis que el sesgo vendría determinado precisamente por buscar una representatividad sociopolítica de un comportamiento electoral pasado que se presume bastante diferente al de las futuras contiendas electorales. Es por ello que en este proyecto proponemos el diseño más conservador de ponderar y equilibrar la muestra en base a criterios estrictamente sociodemográficos.

3.2.4 Análisis y Tratamiento de la información.

El proceso de análisis del fichero será realizado en el Servicio Informático de Somosaguas, de la U.C.M. utilizando el paquete SPSS/X. y el SPAD.

Se realizarán los clásicos análisis univariante, bivariante y multivariante con las técnicas más convenientes en cada caso.

Específicamente, nos proponemos utilizar las siguientes técnicas de análisis:

- 1) **Análisis tipológico** de todos los encuestados y, en particular, de los declarados indecisos, mediante QUIK CLUSTER de Spss.
- 2) **Análisis Discriminante simple** de todos los encuestados, para determinar cuáles sean las variables que mejor discriminen entre quienes tienen decidido el voto y los indecisos
- 3) **Análisis de Correspondencias Múltiples** (Spss) . en base a información de actitudes y comportamientos político-electorales. Con las puntuaciones factoriales de cada individuo se realizará una clasificación jerárquica utilizando el criterio de agregación de Ward (SPAD-N)
- 4) **Análisis PROBIT**, que nos permitirá estimar los efectos de varias variables independientes (actitudes,, opiniones, comportamientos electorales anteriores, características sociodemográficas...) sobre una variable dependiente dicotómica (voto decidido-indeciso), permitiendo conocer la tipología del comportamiento de los INDECISOS, es decir qué características tienen, cuál es su perfil y calcular las probabilidades de su comportamiento el día de la votación.

3.3. 2ª Parte: Panel cualitativo

3.3.1. Justificación

Las investigaciones electorales se abordan habitualmente de manera sincrónica y utilizando técnicas cuantitativas (sondeos de intención de voto, análisis ecológico...). Estos métodos tienen en común el hecho de no poder explicar la dinámica del fenómeno -para lo cual sería necesario organizar un panel sobre una amplia muestra; tarea de especial dificultad y costes muy elevados- y tampoco las motivaciones de tipo subjetivo e ideológico que influyen en el comportamiento electoral de los indecisos.

Es por ello que proponemos un enfoque cualitativo y dinámico para estudiar las causas que inciden en el comportamiento de los indecisos, las razones de la indecisión, los factores y estereotipos de tipo subjetivo que influyen en las actitudes electorales. Todo ello, a partir de los discursos de los electores que se manifiestan indecisos.

El análisis del diseño generado por un grupo de discusión permite reconstruir el marco estructural-ideológico que lo sustenta, conforme los estereotipos que marcan las actitudes y comportamientos colectivos de los sujetos que forman una comunidad interrelacionada. Este marco, aun siendo común a todo el colectivo social, puede ser segmentado en función de ciertos aspectos que influyen desigualmente en los diversos grupos en que está estratificada la sociedad. Partimos de la hipótesis

(a falta de los resultados de segmentación del colectivo de indecisos a realizar en la primera parte) de que los diferentes valores asumidos se transmiten entre los grupos a través de redes de relación social, en las que el espacio juega un papel destacado.

Entendemos, por ello, que, mediante el análisis de los diferentes discursos, se pueda intentar una aproximación a los estereotipos que circulan en cada segmento de población y conseguir una enumeración coherente de los motivos que influyen en la indecisión y su evolución hasta el voto o a la abstención.

3.3.2. Metodología

Para ello se articularán 3 olas de sesiones o **grupos de discusión** (integradas, cada una por 8-10 personas indecisas):

- 1ª Ola: Al inicio de la Campaña Electoral.
- 2ª Ola: Una semana antes del día de la votación
- 3ª Ola: Una semana después del día de la votación.

En cada ola se realizarán un total de 20 Reuniones de Grupo, en diferentes puntos de la geografía nacional, procurando la mayor representatividad tipológica -en función de los resultados de la 1ª Parte-. A priori, los **criterios tipológicos**, serán: Zona Geográfica (Galicia, P. Vasco, Cataluña, Andalucía, Mesetas) y Estratificación Social (alta, baja, media y polarizada):

Distribución a priori de las Reuniones de Grupo

Zona	E.alto	E.medio	E.bajo	E.polarizado	total
Galicia	1	1	1	1	4
P. Vasco	1	1	1	1	4
Cataluña	1	1	1	1	4
Andalucía	1	1	1	1	4
Centro-Meseta	1	1	1	1	4
Total	5	5	5	5	20

La **selección** de los grupos se hará en función de criterios demográficos básicos: edad, sexo, procurando estén equilibrados respecto al peso resultante en la descripción tipo del indeciso en cada zona propuesta.

La **captación y reclutamiento** de los asistentes a las reuniones de grupo se efectuará por los jefes de grupo que hayan actuado en las poblaciones asignadas por el equipo técnico para el desarrollo de las reuniones y sobre el marco-inventario de Fichas de Indecisos que cada entrevistador habrá cumplimentado como actividad complementaria al paso del cuestionario de la 1ª parte.

ANEXOS METODOLOGICOS

El **Desarrollo de las Reuniones** se guiará por los siguientes puntos:

GUIA DE PUNTOS PARA LA 1ª REUNION DE GRUPO

1. **Tema de partida:** *Hablemos de las próximas elecciones generales.*
2. **Tema de centraje:** *Hablemos de los que todavía no tienen decidido el voto.*
3. **Tema de recentraje:** *Hablemos de los elementos que pueden ayudar a decidir votar/no votar.*

GUIA DE PUNTOS 3ª REUNION DE GRUPO

1. **Tema de partida:** *Hablemos de lo que ha ocurrido en la última semana de campaña hasta el día de la votación.*
2. **Tema de centraje:** *Hablemos del comportamiento electoral de los indecisos en el acto de la votación.*
3. **Tema de recentraje:** *Hablemos de los elementos que han influido el comportamiento electoral-final. y evaluación de dicho comportamiento.*

Cuestionarios complementarios

Complementariamente al análisis de los discursos de grupo, los asistentes cumplimentarán un breve cuestionario en el transcurso de las 3 reuniones previstas, para constatar la evolución individual a lo largo del proceso,

El contenido del cuestionario será el siguiente:

FICHA EVOLUCION PANEL

En las pasadas elecciones generales de 1993, Ud...

- Estuvo un tiempo indeciso:
 - Voto a candidatura
 - Voto en blanco
 - Se abstuvo (no votó)
-

- 1ª REUNION

1) *Respecto de las próximas elecciones generales, Ud...*

-Ya tiene decidido a quien votar

-Todavía no tiene decidido a quien votar

-¿Por algún motivo _____

2) Según Ud, ¿Qué temas deberían ser tratado en la campaña electoral para ayudar a decidir el voto de los indecisos? _____

—

3) Hay algún tema concreto que podría ayudarle a decidir su voto? ¿Cuál? _____

¿En qué sentido? _____

4) Partido o formación por la que Ud siente más simpatía en estos momentos:

5) Líder del partido o formación preferido por Ud en estos: momentos

En las pasadas elecciones autonómicas, Ud...

-Estuvo un tiempo indeciso

-Voto a candidatura

-Votó en blanco

-Se abstuvo (no votó)

2ª REUNION

1) Respecto a las próximas elecciones generales, Ud...

-Ya tiene decidido a quien votar

¿Qué le ha hecho decidirse?.....

-Todavía no tiene decidido a quien votar

2) Idem que 1ª

3) Idem que 1ª

4) Idem que 1ª

5) Idem que 1ª

En las pasadas elecciones municipales, Ud...

-Estuvo un tiempo indeciso

-Votó a candidatura

-Votó en blanco

-Se abstuvo(no votó)

3ª REUNION

1) *Cuál fue su comportamiento electoral en las pasadas elecciones?*

-Votó a partido _____
¿Qué elementos influyeron en su voto? _____

-Votó a un líder _____
¿Qué elementos influyeron en su voto? _____

-Se abstuvo
¿Qué hubiera tenido que suceder para que Ud. votara a un partido o a un líder? _____

4. CALENDARIO

Las diversas fases del presente proyecto se desarrollarán conforme al siguiente cronograma:

	<u>Semanas</u>
Fase 0: Puesta a punto del Equipo Investigador.	
Planificación de Tareas.....	1ª
Fase 1ª: Encuesta.....	.. 2ª o 5ª
- Selección de Puntos de muestreo, rutas...	
- Diseño del cuestionario	
- Pretest del cuestionario. Revisión	
- Diseño final del cuestionario. Edición	
- Briefing entrevistadores	
- Trabajos de Campo	
- Revisión y Codificación	
- Proceso de Datos	
- Análisis y Tratamiento	

Inicio Campaña Elect.

Fase 2ª: Panel Cualitativo

- 1ª Ola..... 6ª
- 2ª Ola..... 7ª
- Día de la votación*
- 3ª Ola..... 9ª
- Análisis e Informe cualitativo..... 11ª a 14ª

Fase 3ª: Análisis Global e Informe Final..... 15ª a 17ª

TOTAL:.....17.. Semanas.

5. PRESUPUESTO.....52.000.000.Pts.