

La medición de las motivaciones de voto en las elecciones generales del 20 de diciembre de 2015

Antonio Alaminos
Antonio Fº Alaminos-Fernández



- OBETS CIENCIA ABIERTA -

La medición de las motivaciones de voto en las elecciones generales del 20 de diciembre de 2015

Antonio Alaminos

Antonio F^o Alaminos-Fernández

Como citar:

Alaminos, A. y Alaminos-Fernández, A.F. (2016) *La medición de las motivaciones de voto en las elecciones generales del 20 de diciembre de 2015*. Alicante: Obets Universidad de Alicante.

Contenido

1. Introducción	5
2. El modelo heptafactorial.....	10
3. Las elecciones generales de diciembre de 2015	28
3.1. Factores motivacionales del voto: submodelo pentafactorial.....	32
4. Conclusiones operativas	89
5. Referencias.....	92
6. Anexos	106
Ficha técnica	106
Cuestionario	108

Resumen.

Esta publicación analiza las estructuras de motivaciones de voto a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126. En el análisis desde el modelo *heptafactorial* se consideran cinco factores como motivos explicativos del voto {líder, partido, gestión, ideología, clima} y dos como factores explicativos de la abstención {estructural y coyuntural}. En este documento de trabajo se van a analizar la influencia que han tenido las cinco motivaciones de voto en la elección de cada partido, según la opinión de las personas entrevistadas. A diferencia de estudios anteriores, no se exploran las motivaciones de abstención en las elecciones generales, al concluir tras el análisis del postelectoral de las elecciones de 20 de noviembre de 2011 que el diseño de panel representa una dificultad añadida a su medición. Para ello analiza el estudio postelectoral E3126, realizado por el CIS para las elecciones generales de 2015. Este libro da continuidad a los documentos de trabajo elaborados en su día para las elecciones generales de 1993, 1996, 2000, 2004, 2008 y 2011.

Alaminos, A. y Alaminos-Fernández, A.F. (2012) *La medición de las motivaciones de voto y abstención en las elecciones generales de 2011*. Alicante: Obets Ciencia Abierta, Universidad de Alicante. <http://hdl.handle.net/10045/132566>

Alaminos, A. y Alaminos-Fernández, A.F. (2009) *Las motivaciones de voto y abstención en las elecciones generales de 2008*. Alicante: Obets Ciencia Abierta, Universidad de Alicante.

Alaminos, A. (2004) *Las motivaciones de voto y abstención en las elecciones generales de 2004*. Alicante: Obets Ciencia Abierta, Universidad de Alicante.

Alaminos, A. (2001) *Las motivaciones de voto y abstención en las elecciones generales de 2000*. Alicante: Obets Ciencia Abierta, Universidad de Alicante.

Alaminos, A. (1997) *Las motivaciones de voto y abstención en las elecciones generales de 1996*. Alicante: Universidad de Alicante.

Alaminos, A. (1994) *Las motivaciones de voto y abstención en las elecciones generales de 1993*. Alicante: Universidad de Alicante.

1. Introducción

El año 2015 fue un año de recuperación económica para España, después de la crisis financiera y económica que afectó al país durante los años anteriores. El crecimiento económico se aceleró en 2015, alcanzando un 3,2% en el último trimestre, el nivel más alto desde 2007. Este crecimiento fue impulsado por la demanda interna, con un aumento del consumo privado y de la inversión, y por una mejora en el sector de la construcción. La tasa de desempleo, aunque aún elevada, también disminuyó a lo largo del año, llegando al 20,9% en el último trimestre. Sin embargo, la tasa de desempleo juvenil se mantuvo en niveles muy altos, superando el 46% en algunas regiones del país. La inflación se mantuvo baja durante todo el año, con una tasa del 0,0% en diciembre, lo que reflejó la debilidad de la demanda interna y la bajada de los precios de la energía y de los alimentos.

El sector financiero español también mostró signos de recuperación en 2015, después de años de dificultades. Los bancos españoles superaron las pruebas de estrés del Banco Central Europeo y se beneficiaron de una mejora en la calidad de sus activos. Sin embargo, la deuda pública española seguía siendo elevada, superando el 99% del PIB a finales de 2015. El déficit público también se mantuvo por encima de los límites establecidos por la Unión Europea, aunque disminuyó con relación al año anterior, llegando al 4,5% del PIB en 2015. En cuanto al comercio exterior, España mantuvo un superávit en su balanza de bienes y servicios, gracias a la mejora de las exportaciones y la caída de las importaciones. La recuperación económica de algunos de sus principales socios comerciales, como Alemania y Reino Unido, también ayudó a mejorar las exportaciones.

El sector turístico, uno de los motores de la economía española, también experimentó un fuerte crecimiento en 2015, con un aumento del 4,4% en el número de turistas internacionales que visitaron el país, alcanzando un récord de 68,1 millones de visitantes. Esto supuso un importante impulso para el sector servicios y la economía en general. 2015 fue un año de recuperación económica para España, con un crecimiento económico acelerado y una disminución en la tasa de desempleo. Sin embargo, la deuda pública y el déficit fiscal seguían siendo

elevados, y la tasa de desempleo juvenil se mantuvo en niveles muy altos. La mejora del sector financiero y el fuerte crecimiento del sector turístico fueron algunos de los principales motores de la economía española durante el año.

2015 fue un año de cambios sociales en España, en el que se produjeron importantes transformaciones en la sociedad española, impulsadas por la evolución demográfica, la crisis económica y la creciente diversidad cultural y social. En el ámbito demográfico, la población española continuó envejeciendo, con una disminución de la tasa de natalidad y un aumento de la esperanza de vida. La edad media de la población española aumentó a 43,4 años en 2015, lo que supuso un desafío para el sistema de seguridad social y de pensiones. En cuanto a la inmigración, el número de personas que llegaron a España disminuyó con relación a años anteriores, sin embargo, la inmigración continuó siendo un factor importante en la diversidad cultural y social de España, especialmente en las grandes ciudades como Madrid y Barcelona.

Para la situación laboral, el año 2015 supuso una mejora en términos de empleo, aunque la tasa de desempleo seguía siendo elevada, especialmente entre los jóvenes. Además, la precariedad laboral y la desigualdad salarial eran una preocupación importante en la sociedad española. En el ámbito de la educación, se produjeron importantes cambios en el sistema educativo español, con la entrada en vigor de la Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE). Esta ley fue polémica debido a las críticas de algunos sectores de la sociedad, que consideraban que se reducía la calidad y la igualdad del sistema educativo.

La crisis económica tuvo un impacto significativo en la sanidad, con recortes en el presupuesto sanitario y un aumento en el copago farmacéutico. Esto generó preocupación en la sociedad española, especialmente entre las personas más vulnerables. La crisis económica provocó un aumento en el número de desahucios y una situación de precariedad en la vivienda para muchas familias españolas. La situación fue especialmente difícil para las personas más vulnerables, como los jóvenes y los mayores de 65 años.

En la esfera política, las elecciones generales del 20 de diciembre dieron lugar a una situación política inédita en la historia de la democracia española. En el inicio del año, el Partido Popular (PP) del entonces presidente del gobierno, Mariano Rajoy, se enfrentaba a la oposición de varios partidos políticos, principalmente el Partido Socialista Obrero Español (PSOE), Podemos y Ciudadanos. En el mes de mayo, se celebraron elecciones autonómicas y municipales en todo el país. Los resultados fueron significativos, ya que supusieron un cambio en la estructura del poder político. En las elecciones municipales, el PP perdió el control de ciudades importantes como Madrid y Barcelona, que pasaron a manos de las coaliciones Ahora Madrid y Barcelona en Comú, respectivamente. Las elecciones autonómicas también trajeron cambios significativos, como la pérdida de la mayoría absoluta del PP en la Comunidad de Madrid y la victoria del PSOE en la Comunidad Valenciana, que había sido gobernada por el PP durante 20 años.

El momento más decisivo del año llegó el 20 de diciembre, con las elecciones generales. Estas elecciones fueron marcadas por la irrupción de dos nuevos partidos: Ciudadanos y Podemos. Ciudadanos, fundado en 2006, se presentó como una alternativa al bipartidismo tradicional, mientras que Podemos, fundado en 2014, surgió como una fuerza de izquierda radical. Las elecciones generales en España en 2015 fueron históricas por varios motivos. Fueron las primeras elecciones en las que el bipartidismo tradicional que había dominado la política española durante décadas se vio seriamente amenazado. Además, fueron las primeras elecciones en las que un partido político emergente, Podemos, logró una representación significativa en el Congreso de los Diputados.

Tabla 1 Resultados de las elecciones generales de 20 de diciembre 2015

Candidaturas	Votos			candidaturas	Escaños
	votos	validos	censo		
PARTIDO POPULAR	7.236.965	28,71	19,82	28,92	123
PSOE	5.545.315	22	15,19	22,16	90
CIUDADANOS	3.514.528	13,94	9,63	14,05	40
PODEMOS	3.198.584	12,69	8,76	12,78	42
EN COMÚ PODEM	929.880	3,69	2,55	3,72	12
UNIDAD POPULAR	926.783	3,68	2,54	3,7	2
COMPROMÍS-PODEMOS-ÉS EL MOMENT	673.549	2,67	1,84	2,69	9
ERC	601.782	2,39	1,65	2,4	9
DEMOCRACIA I LLIBERTAT.	567.253	2,25	1,55	2,27	8
EN MAREA	410.698	1,63	1,12	1,64	6
EUZKO ALDERDI JELTZALEA-PARTIDO NACIONALISTA VASCO	302.316	1,2	0,83	1,21	6
PARTIDO ANIMALISTA CONTRA EL MALTRATO ANIMAL	220.369	0,87	0,6	0,88	0
EUSKAL HERRIA BILDU	219.125	0,87	0,6	0,88	2
UNIÓN PROGRESO Y DEMOCRACIA	155.153	0,62	0,42	0,62	0
COALICIÓN CANARIA - PARTIDO NACIONALISTA CANARIO	81.917	0,32	0,22	0,33	1
Otros	438.964	1,7	1,18	1,71	0

Fuente: Ministerio del Interior

El PP ganó las elecciones, pero perdió su mayoría absoluta en el Congreso de los Diputados, el órgano legislativo español. El Partido Popular (PP) logró una victoria pírrica al obtener el 28,7% de los votos y 123 escaños en el Congreso de los Diputados. Sin embargo, el PP no logró la mayoría necesaria para formar un gobierno y se vio obligado a buscar alianzas con otros partidos.

El PSOE quedó en segundo lugar, con el 22% de los votos y 90 escaños en el Congreso seguido de Podemos y Ciudadanos. Ciudadanos, un partido emergente de centroderecha, logró el 13,9% de los votos y 40 escaños en el Congreso, convirtiéndose en la cuarta fuerza política del país. Por su parte, Podemos, una fuerza emergente de izquierda logró el 20,7% de los votos y 69 escaños en el Congreso. Estos resultados mostraron una clara fragmentación del electorado español y una demanda de cambio político. Los dos partidos tradicionales, el PP y

el PSOE, perdieron muchos votos en comparación con las elecciones anteriores, lo que reflejó el descontento de los ciudadanos con la clase política y el sistema democrático español en general. Además, el éxito de Ciudadanos y Podemos reflejó la demanda de opciones políticas frescas y alternativas al establishment político. Ciudadanos se presentó como una opción de centro y centroderecha que promovía la regeneración política y la transparencia, mientras que Podemos se presentó como una fuerza de izquierda que luchaba contra la corrupción y la desigualdad.

Después de las elecciones, las negociaciones para formar gobierno fueron complicadas y prolongadas. Ningún partido logró una mayoría suficiente para formar un gobierno, lo que llevó a un periodo prolongado de incertidumbre política. Las negociaciones entre los partidos políticos fueron intensas durante varios meses. El PP intentó formar un gobierno en solitario, pero fracasó al no lograr el apoyo necesario de otros partidos. El PSOE y Ciudadanos intentaron formar una coalición, pero tampoco lograron la mayoría necesaria. Finalmente, Podemos se unió a la coalición de izquierdas liderada por el PSOE, pero tampoco logró la mayoría necesaria.

En general, los resultados electorales de las elecciones generales en España en 2015 reflejaron la complejidad y la fragmentación del panorama político español. Los partidos tradicionales perdieron apoyo electoral y nuevos partidos emergieron como fuerzas importantes en el espectro político. La situación de bloqueo político que se produjo después de las elecciones reflejó la dificultad de llegar a acuerdos políticos en un entorno cada vez más fragmentado y polarizado. Sin embargo, también demostraron la solidez del sistema democrático español y la capacidad de los partidos políticos y las instituciones para negociar y resolver sus diferencias a través del diálogo y la negociación. A pesar de la situación de bloqueo político, España mantuvo su estabilidad política y su compromiso con la democracia, lo que permitió al país avanzar en términos económicos y sociales.

Las elecciones de 2015 también fueron un momento clave en la historia de Podemos, ya que el partido logró una representación significativa en el Congreso

de los Diputados después de solo dos años de existencia. El éxito de Podemos demostró la demanda de un cambio político profundo y la necesidad de una fuerza política que luchara contra la corrupción, la desigualdad y el establishment político. En resumen, las elecciones generales en España en 2015 fueron un momento clave en la historia política del país. Los resultados reflejaron la creciente fragmentación y diversificación del voto, así como la demanda de un cambio político y social profundo por parte de los ciudadanos españoles. La situación de bloqueo político que se produjo después de las elecciones fue un reflejo de la complejidad del panorama político español, pero también demostró la capacidad de los partidos políticos y las instituciones para llegar a acuerdos y soluciones en momentos de crisis.

2. El modelo heptafactorial¹

El modelo, tal y como, ha sido tratado en informes anteriores, se compone de dos submodelos estructurales. Por una parte el submodelo *Pentafactorial* que estructura las motivaciones de voto a partidos, y por otro el submodelo Bifactorial que recoge, de forma simplificada las diversas configuraciones que se producen dentro de la abstención. Como se ha indicado de forma reiterada, este modelo practica una doble dimensión heurística y aplicada.

Por un lado ayuda a comprender mejor la importancia de las motivaciones de voto y su peso específico para cada elección y partido, y por otra facilita una herramienta operativa para evaluar y diagnosticar el estado de los electorados. Las mismas motivaciones que dan explicación a los comportamientos pasados según las personas entrevistadas ayudan a definir el apoyo electoral a los partidos tras unas elecciones y hasta la realización de las siguientes convocatorias electorales.

¹ Este capítulo reproduce los contenidos del apartado equivalente en el informe de las elecciones de 2011. De acuerdo a las orientaciones APA, pueden ser reproducidas las sistematizaciones teóricas que no experimentan cambios.

En el análisis desde el modelo *heptafactorial* se consideran cinco factores como motivos explicativos del voto {líder, partido, gestión, ideología, clima} y dos principales para motivar la abstención {estructural, coyuntural}. Estos factores aparecen de forma reiterada en los modelos clásicos de estudio del voto y los comportamientos electorales como son el modelo de Columbia, el modelo de Michigan y el modelo de voto racional. Los modelos sociológicos refieren a las clivajes territoriales fundamentalmente, mientras que los modelos psicológicos y racional se vinculan de forma más general a las motivaciones de voto.

El modelo de Columbia parte de las propuestas de Paul Lazarsfeld quien proponía que la decisión de votar por un partido u otro está motivado por su sentido de pertenencia hacia un grupo en particular, como son familia, trabajo, religión, lugar de residencia y otras variables sociodemográficas. Los referentes de este modelo son Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1944), así como posteriormente Lipset (1959). En un proceso de sistematización y simplificación Lazarsfeld, Berelson y McPhee (1954) proponían un modelo *trifactorial* basado en tres grandes “cleavages”; ocupacional relacionada con los ingresos y el estatus, religiosas, raciales y étnicas y en tercer lugar regionales y urbanos rurales. Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1960) operativiza su propuesta en un “Índice de predisposición política”. Este índice usaba una escala polar de 7 puntos, y en un extremo se identificaba la probabilidad de ser votante republicano y en el otro la probabilidad de votante demócrata. La vigencia de este modelo analítico (aunque sea de modo parcial) se evidencia en los análisis electorales en Norteamérica, donde la religión evangelista, la mayor o menor ruralidad (América “profunda” del medio oeste) o variables de carácter étnico (hispanos, afroamericanos, etc.) son reiteradamente utilizados como clave interpretativa.

Lipset (1981) desarrolla la idea anterior concentrando su atención en la clave referida a la clase social si bien con el transcurso del tiempo incorporó otros factores intervinientes para explicar el comportamiento de voto (Lipset, 1981; Rose y McAllister, 1986), reapareciendo factores de naturaleza no económica como son la religión, el lenguaje o la identidad nacional. Resulta evidente que los

modelos que pueden llegar a proponerse mantienen una dependencia directa de las condiciones históricas y el contexto cultural donde se está aplicando. Este tipo de votante, fiel a un partido y poco abierto a informaciones o razonamientos permitió que investigadores como Lazarsfeld (1944) propusieran que la finalidad de las campañas electorales era activar el gatillo de movilización de electores que ya tenían predefinido el partido al que votarían. Con ello, las campañas políticas no buscarían convencer y si activar a los votantes de un partido u otro. A este modelo pertenece el concepto de *cleavage*. Una *cleavage* refiere a un comportamiento diferenciado en base a una dicotomía, un concepto desarrollado por Lipset y S. Rokkan (1967) para expresar una división social en la que cada grupo tiene unas características específicas que lo distinguen del resto. Estos grupos deben de mostrar una tendencia a actuar, por ejemplo en su comportamiento electoral, tomando como referencia su identidad colectiva como grupo.

El modelo de Michigan tiene como referencia el trabajo de Campbell, Converse, Miller y Stokes (1960) y se centra en el papel que ejerce el partido y la identificación con ellos de los electores. Será la vinculación, y la intensidad de esta identificación la que acabarán inclinando la elección en dirección a un candidato u otro. Esta fijación de los electores con los partidos se produce mediante la socialización adquirida a través de la familia y los grupos de amigos, ayudando a la identificación con éstos a simplificar la percepción de los programas electorales o las propuestas de los diferentes candidatos. En ese sentido, Katz (1960) atribuía cuatro funciones a dicha identificación partidaria, siendo de tipo cognoscitivo, ego defensivo, instrumental y valor expresiva. Otros autores como Miller y Levitin (1976) la simplifican en tres funciones a) informacional (conocimiento), b) normativa (instrumental) y otra función de referencia (valor expresiva y ego defensiva).

Conforme se suceden las elecciones se intensifica la vinculación del elector con su partido de referencia, de tal forma que el realineamiento de los electorados con relación a los partidos se produce desde el plano individual, en función a cambio de las experiencias vitales de estos, ya sea por una movilidad social, geográfica o

de otro tipo. En ese sentido, esta vinculación vital con un partido hace que aun cuando por motivos coyunturales los electores hayan debido de votar a otros partidos alternativos, una vez superada la crisis estos volverá de forma natural a votar al que ha sido tradicionalmente su partido de referencia (regreso al hogar).

Según Campbell et al. (1960) la identificación con los partidos puede modificarse en función a los cambios que experimenten los individuos, tal y como sucedía con el modelo sociológico, debido a modificaciones en las circunstancias personales de los individuos como también a factores sociales: “Las fuerzas personales producen cambios independientes en cada individuo y no tienen un impacto significativo en las pautas de actitudes preponderantes, incluso aunque pudiera medirse la proporción de gente que ha cambiado su posición. Las fuerzas sociales influyen en grandes cantidades de gente de modo similar y pueden producir realineamientos sustanciales de la distribución total de las actitudes” (página 149). En definitiva, dado que se produce una fijación personal con un partido de referencia, serán los cambios inducidos a nivel individual (factores psicológicos) o factores sociales, como son el contexto económico y social, modificaran la relación con el partido.

Otra conclusión importante es que para estos autores será la distribución de la identificación con partidos la que facilita una base de referencia para lo que pueda ser el voto normal en unas elecciones, más allá de las crisis coyunturales que puedan haber sucedido. La importancia de esta observación es que será la identificación con partidos políticos la que establecerá la línea de referencia en lo que se refiere a la estimación de apoyo de voto potencial a estos. Define por lo tanto un factor de referencia muy significativo en lo que se refiere a los apoyos electorales basados en la identificación. Para muchos autores la identificación con partidos define lo que se pueda considerar un voto “normal”, idea que será desarrollada por Converse (1966). Para este autor el voto normal se medirá a partir de los porcentajes de electores identificados con un partido u otro, incluyendo un pequeño margen asociable a la diferenciación que se establezcan en función a los “issues” o temas en agenda.

Otros autores, como Budge y Farley (1986) diferencian entre lo que pueda considerarse voto normal y lo que ellos denominan voto básico.

“se diferencian en que Converse primero postula la existencia de una ligación partidista subyacente (identificación de partido), para más tarde usar desviaciones del voto normal para medir la fuerza neta de los temas conflictivos. Nosotros tomamos como punto de partida justo al contrario, estimando primero el impacto neto de los temas y removiendo luego éste para medir el nivel del voto básico por esta razón aunque usamos nuestra explicación de forma análoga a como la usaba Converse, en cuyo razonamiento está obviamente inspirada, le damos un nombre diferente para resaltar que las bases de medición son distintas.” (página 142).

Esta teoría, y en base a la aportación de diferentes autores, plantea como relevantes tres de los cinco factores considerados por nosotros: la identificación con el partido, la valoración del líder y las actitudes hacia los temas que dan forma a la gestión asociada a la imagen de cada partido. En definitiva, partido, candidato y gestión como elementos explicativos del comportamiento de voto final.

De hecho se establece un sistema de multicausalidad y reciprocidad por la cual la gestión, entendida como el modo en que el partido entiende que deben de tratarse de determinados temas, puede afectar a la vinculación afectiva con un partido. Campbell et al. 1960 afirmaba que “la lealtad de partido juega un papel importante en la formación de las actitudes hacia cuestiones políticas concretas. Por otra parte, si el individuo alberga sentimientos intensos sobre un tema antes de formarse la alineación de partido, y el programa de su partido entra en conflicto con dicho tema, tales sentimientos pueden actuar como fuerzas importantes hacia el cambio de partidos” (página 169). En definitiva, el establecimiento de creencias con respecto a diferentes temas con anterioridad a la fijación emocional con los partidos puede intervenir de forma contradictoria en el caso en que el partido político adopte una posición que confronte con las creencias del individuo. Así, cuando las actitudes y las creencias en determinados temas son coincidentes con la agenda política del partido, la identificación con éste se refuerza, mientras que

cuando el partido político se distancia o contradice dichas creencias la relación se debilita.

Para algunos autores la identificación partidaria forma parte de los elementos estructurales y de continuidad dentro de un sistema de electorados, mientras que los posicionamientos de los partidos con respecto a determinadas políticas actúan como elemento de volatilidad coyuntural, aproximando o alejando a determinados sectores electorales. Aun reconociendo el peso que puede llegar a tener el posicionamiento político de los partidos con respecto a determinados temas, desde esta óptica teórica la fijación partidaria continúa siendo el elemento central en la decisión de voto.

Para Campbell et al (1960) “el ciudadano medio está mucho menos implicado en política de lo que a menudo nos imaginamos. Su consciencia de los acontecimientos políticos es limitada y su preocupación sobre los problemas ideológicos es solo rudimentaria” (página 151). Como han destacado varios autores, en la investigación electoral norteamericana la identificación con partidos junto a los temas ha sido sin duda la variable más utilizada.

Las críticas a este modelo se han concentrado en que postula un cierto determinismo, dado que el votante realmente no calcula qué candidato sirve mejor o peor a sus intereses, sino que la evaluación del candidato aparece condicionada por la afinidad con el partido (Enelow y Hinich, 1984). En todo caso, resulta interesante observar cómo las críticas tienden a referirse a que no se les da suficiente importancia a los factores de candidato o posicionamiento ante temas, en lo que se refiere a la decisión de voto final. Indirectamente vienen a dar consistencia a la importancia de considerar dichos factores dentro de cualquier modelo de motivación de voto. Algo que también se aprecia en otras críticas donde además de la importancia que adquiere los posicionamientos temáticos, es decir la gestión, se presta una mayor atención a la ideología de los votantes.

Para Campbell et al. (1960) “una ideología puede ser vista como una estructura de actitudes particularmente elaborada, entretrejida y amplia”(Página 192). Converse

(1964) sustituye la palabra ideología por sistema de creencias definiéndola como “una configuración de ideas y actitudes en la que los elementos se unen por alguna forma de coherencia o interdependencia funcional” (página 207). En ese sentido las ideologías políticas vienen a definir sistemas de creencias que sistematizan y unen grandes conjuntos de posiciones temáticas basadas en valores. Es precisamente desde el ámbito de la crítica donde se destaca la necesidad de elevar la importancia que tiene la ideología de los individuos. Una ideología que en términos operativos puede reflejarse en un conjunto de posicionamientos temáticos como sucede en la teoría espacial del voto, o simplificada la complejidad de las exposiciones temáticas mediante escalas. Tal y como sucede en la teoría espacial ideológica del voto. Estas teorías se conectan directamente ideología y gestión (temas).

Como se ha afirmado anteriormente para esta escuela, los comportamientos electorales se regían por dimensiones de carácter psicológico: la identificación con partidos políticos, la imagen que los electores tenían de los candidatos y el interés por los contenidos de las propuestas políticas. En este modelo, el votante no expresa pertenencia (a un grupo como sucedía en el modelo de Columbia) y sí de afirmación de una identificación partidaria. La identificación partidaria no encontraría sus raíces en el grupo sino que es el resultado de un proceso individual mediante el que la persona adquiere unas actitudes políticas. Así, las orientaciones ideológicas o las preferencias sobre dar una respuesta política u otra a temas económicos o sociales (por ejemplo) están en la base de la identificación partidaria. Este modelo propone que las influencias de largo plazo son las que mejor predicen la intención de voto del ciudadano, dado que se identifica y construye una preferencia electoral, mucho antes de que la elección se lleve a cabo (Campbell et al., 1960).

Para Campbell y Converse (1960) los individuos adquieren y desarrollan mediante socialización vinculaciones psicológicas con los partidos y con posiciones ideológicas que orientan su comportamiento político. En la medida que las actitudes rigen la identificación, la socialización y adquisición de nuevos valores

o informaciones pueden hacer variar el comportamiento electoral de los individuos. Debe considerarse que las actitudes políticas refieren a los sentimientos, nociones, creencias, ideas y convicciones que mantiene un individuo sobre temas. En concreto, desde este enfoque las actitudes contendrían tres elementos básicos: componentes afectivos, cognitivos y evaluativos. Los cognitivos comprenden el interés en la política y el conocimiento del funcionamiento de lo político, tanto de los actores (líderes, partidos, etc.) como de la información sobre su posicionamiento respecto a temas. Los componentes afectivos consideran la afinidad ideológica, la confianza, proximidad o cercanía con los actores políticos. Los componentes evaluativos expresan la valoración que los individuos hacen sobre la actuación de los actores políticos, tanto en su gestión como en su comportamiento e imagen de las instituciones.

Conceptos afines a este modelo son los de competencia subjetiva y eficacia política. En definitiva, si un individuo se considera informado de la política y cómo funciona (competencia subjetiva) y si piensa que su voto sirve para algo, es decir, influye en las decisiones de los políticos o los gobiernos (eficacia política). Estos dos conceptos (sinónimos de los de alienación interna y externa) se encuentran muy vinculados con los análisis de movilización y participación electoral. Una baja competencia subjetiva y una limitada eficacia política están asociados a la no participación en los procesos electivos.

Un tercer modelo es el de elección racional enmarcados en la teoría económica de la democracia de Anthony Downs (1957), con desarrollos en Black (1958), Riker (1961) Olson (1965). El modelo racional de voto es mencionado habitualmente con varios nombres: modelo de elección racional, de elección pública, espacial, formal o económico. En base al autor que ha sido más predominante también se denomina modelo “downiano”. Este enfoque teórico toma sus raíces en el pensamiento económico, y particularmente en la teoría de juegos. La idea clave por la cual se establece esta teoría, es que el comportamiento humano es intencional, por lo cual las decisiones que adopta la gente persiguen unos objetivos

y en consecuencia los comportamientos electorales vendrían a expresar la intención de alcanzar objetivos por parte de los electorados.

Data las raíces economicistas se presupone que los individuos se rigen por una racionalidad formal según la cual éstos poseen preferencias consistentes, de tal forma que pueden ordenar de forma eficaz qué es lo que más le beneficia y lo que menos. Una vez definidos los beneficios, los individuos adoptarán aquellos comportamientos que maximicen su utilidad, dando satisfacción a sus preferencias. Es un modelo en el cual el elector actúa de forma individual en base a su propio beneficio, definido beneficio en términos amplios. El modelo racional considera como criterio de beneficio no solamente las ventajas económicas del elector, sino también las de carácter simbólico donde un elector puede sentirse gratificado psicológicamente por la elección del candidato que prefiere en ese momento. Los beneficios que se pueden derivar según las políticas o gestión de un gobierno se evalúan tanto en función de su actuación pasada como la que se espera que efectúe en el futuro. En la medida en que las ofertas electorales y programáticas de un partido sean las convenientes para el electorado, este le votará. Para ello es fundamental el concepto de confianza: el elector debe confiar en que las promesas electorales se cumplirán, algo que se adquiere a partir de la experiencia pasada. Una quiebra en la confianza hace perder valor a las posibles promesas de gestión y con ello reducir la eficacia del cálculo racional en términos de beneficio.

En definitiva el eje central de este modelo de voto es que existe una secuencia racional que vincula aquello que el votante considera que le beneficia con su voto efectivo hacia aquellos que le pueden dar satisfacción. Olson (1986) desarrolla esta idea de beneficio personal planteando que “racional no implica necesariamente en interés propio. Este principio sigue siendo válido incluso en los casos de conducta altruista (...) en otras palabras, el orden de preferencias del individuo toma en cuenta el bien colectivo de los que disfrutan los demás, así como su propio consumo personal. Esta hipótesis altruista no implica irracionalidad ni tendencia

alguna hacia opciones que resultan incoherentes con la máxima satisfacción de los valores o preferencias del individuo” (páginas 35 y 36).

Las personas racionales no están interesadas en las políticas por sí mismas, sino en sus propias utilidades (beneficios hipotéticos o reales de que cierto partido se halle en el poder). Si en el presente, consideran que sus utilidades son muy bajas, podrían creer que cualquier cambio que se presente tiene posibilidades de aumentarlas. En tal caso, sería racional que votaran en contra del partido oficial, por un cambio en general. Por otro lado, las personas que se estén beneficiando de las políticas del partido en el poder, tenderán a sentir que un cambio –con mayor probabilidad– más que ayudarlos, los perjudicaría. De manera racional, por lo tanto, votarán por el partido oficial, en contra de cualquier cambio (Downs, 1957 p. 57).

Tanto en el modelo de Columbia como en el de Michigan destacan las afinidades de clase o actitudinales que facilitan estabilidad electoral al sistema. El modelo de voto racional se apoya en mayor grado sobre la coyuntura, de tal forma que serán las políticas que más beneficien las que decidirán el voto a un partido u otro. Los factores que intervienen en el corto plazo son los decisivos para un resultado electoral u otro. El elector considera los partidos políticos como opciones (representativas de un conjunto de temas políticos) y actuara respecto a esas opciones según su interés y beneficio personal.

Este modelo ha recibido múltiples críticas referidas a la ausencia atención a la dimensión emocional del votante. La extensión al comportamiento electoral del pensamiento económico simplifica excesivamente los factores que intervienen en la decisión del elector. En cierto sentido, en la actualidad contradice las dinámicas que han seguido las sociedades. El mercado electoral, de ser asimilado al mercado económico, respondería en gran parte a motivaciones de naturaleza emocional y no estrictamente racional. Por ello, partiendo del modelo general se produce posteriormente un desarrollo denominado espacial.

Una de las características principales de este modelo racional y en particular de su desarrollo espacial es el énfasis que concede a la dimensión ideológica en términos

de izquierda y derecha. Básicamente porque el análisis matemático de una multiplicidad de temas dificulta encontrar puntos máximos únicos para cada partido, de tal forma que la simplificación de las dimensiones permite identificar de forma más accesible los conjuntos de temas más apropiado para cada partido. En definitiva, el posicionamiento ideológico viene a actuar como un eje simplificador de los posicionamientos temáticos de los partidos, o al menos de aquellos temas que han sido apropiados como imagen de un partido en términos de progresismo o conservadurismo. De este modelo cabe destacar el énfasis que ubica en los escalamientos ideológicos como sistema para identificar la mayor o menor coincidencia entre los temas defendidos por los ciudadanos y por los partidos.

A través de la ideología política los electores sintetizan las posiciones de los partidos en relación con un conjunto de temas, de tal forma que la ideología se convierte en un mecanismo de ahorro para la adquisición de información. Para Scarbrough (1984) “de acuerdo con Downs es a través de la ideología política donde se unen los intereses de los partidos (para acceder al poder) y los intereses de los votantes (para obtener su máxima utilidad de la actividad del Gobierno). Lo que Downs sugiere es que la relación entre partidos y votantes está mediatizada por la ideología política” (página 3).

Para ello la información que recibe el elector es fundamental a la hora de determinar las posiciones de cada partido con respecto a los diferentes temas. En ese sentido son especialmente interesantes las propuestas de Himmelweit et al. (1985) cuando afirma que “los modelos de elección racional no requieren necesariamente que los individuos tengan un gran conocimiento e información acerca de las posiciones de los partidos y de los candidatos. Sin embargo, si requieren que los votantes perciban diferencias entre los partidos”. (página 85). Así, los posicionamientos ideológicos se utilizan como criterio para diferenciar entre los partidos. Otras variantes teóricas que parten del modelo racional toma en consideración la evaluación de los candidatos, la convergencia lo que se refiere a

la defensa de determinados temas y el determinado y el denominado voto retrospectivo.

En los modelos centrados en el *candidato*, Field (1983) plantea que “la percepción de los temas por parte de los votantes es menos importante que sus percepciones del candidato. Los temas tienden a tener una vida muy corta, mientras que el candidato permanece durante relativamente mucho tiempo (...) los intereses de los votantes están claramente relacionados con la lucha humana de los candidatos. Los votantes están influidos por las características personales y humanas de los candidatos”. (página 213). Asimismo Himmelweit et al. (1985) plantean que mientras el modelo racional considera las estrategias de los partidos para maximizar los votos, el modelo de inversión analiza adicionalmente el rol de los candidatos o del líder del partido. “La analogía con el responsable de una inversión es clara; el votante considera la carrera anterior de los candidatos, la confianza que puede depositar en sus promesas, su habilidad para resolverlas, su relación con las instituciones, su lealtad y su acomodación general”. (página 8).

Aquí nos interesa especialmente el hecho de que el candidato adquiere una relevancia equivalente al de los temas que defienden los partidos. Bennet y Salisbury (1987) “el modelo de evaluación de candidatos es definido como la evaluación de las características poseídas por los candidatos y que el votante considera necesarias e importantes para desempeñar el cargo en cuestión” (página 22). Sin embargo los planteamientos de estos autores se alejan en el sentido de que se concentre la valoración de los candidatos en relación con las características que se supone poseen un candidato ideal. En esta lógica cuanto menor sea la distancia entre cada candidato a candidato ideal mayor será la preferencia por él.

Por último y dentro del marco teórico establecido de forma amplia por los modelos racionales cabe mencionar las propuestas acerca del voto retrospectivo efectuadas por Fiorina (1976). En este modelo lo fundamental es que el votante considera y evalúa todo aquello que ha observado, es decir la labor que ha desempeñado el partido en el gobierno y los partidos en la oposición. Los votantes valorarán más los hechos y las experiencias pasadas en relación con los partidos, y mucho menos

las promesas que los partidos puedan hacer con respecto al futuro. Fiorina (1981) “proponemos un modelo de la decisión de voto individual que depende de la manera en que los ciudadanos evalúan las promesas y realizaciones de los partidos a través del tiempo, resumen sus observaciones en un juicio sintético denominado identificación de partido, y confían en el conjunto de sus experiencias pasadas cuando van a decidir a quienes atribuyen la responsabilidad de enfrentarse a las condiciones sociales actuales, evaluando los ambiguos programas diseñados por los diversos escenarios de futuro” (página 83). En definitiva este modelo se encuentra a caballo entre los modelos estrictamente racionales y los modelos que consideran los factores psicológicos. Ese sentido es central a la teoría del voto retrospectivo su mayor preocupación por cómo han evaluado los electores los resultados reales de las acciones de gobierno y en menor grado las promesas o posicionamientos respecto a diferentes temas. En definitiva la gestión ocuparía un papel central entre las motivaciones de voto de los electores. Lo importante para Fiorina es que la decisión de voto es el resultado de una evaluación retrospectiva de lo experimentado y mucho menos una valoración de las propuestas futuras de cada partido.

El modelo penta factorial de voto selecciona, por parsimonia, cinco factores clave y reiteradamente mencionados en la investigación electoral: la percepción del candidato, la identificación con el partido político, la afinidad ideológica, la capacidad de gestión y el clima político existente. Su importancia se observa por el grado en que son suficientes para explicar en un porcentaje muy elevado las motivaciones de voto en los estudios postelectorales. Como es sabido, las opciones de cierre de una pregunta deben ofrecer una respuestas aceptable para las personas entrevistadas o de lo contrario la opción “otras respuestas” se incrementaría enormemente. El hecho de que en las motivaciones de voto ofrecidas sean variables según el tipo de partido indica que explican suficiente varianza de motivación de voto.

En unas elecciones políticas, el candidato que se presenta a la contienda es un factor clave que puede influir de manera significativa en el comportamiento del

votante y en los resultados electorales. El candidato es el rostro visible del partido político al que representa, y su personalidad, trayectoria y habilidades comunicativas pueden resultar decisivos para ganarse la confianza y el voto de los ciudadanos. La importancia del candidato en unas elecciones políticas se debe a varias razones, como es que la capacidad del candidato para transmitir su mensaje y conectar con los ciudadanos puede ser crucial para movilizar el voto y persuadir a los indecisos.

Además, el candidato puede encarnar (reforzando) los valores y la visión del partido político al que representa, atrayendo con ello a un determinado segmento del electorado. Por ejemplo, un candidato con una trayectoria reconocida en la defensa de los derechos de las mujeres puede resultar atractivo para los votantes interesados en la igualdad de género. Otro factor que puede influir en la importancia del candidato es el contexto político y social en el que se celebra la elección. En momentos de incertidumbre o de crisis, los ciudadanos pueden valorar especialmente la capacidad del candidato para transmitir confianza y liderazgo. En conclusión, el candidato es un factor crucial en unas elecciones políticas, y su personalidad, trayectoria y habilidades comunicativas pueden influir de manera significativa en el comportamiento del votante y en los resultados electorales. La importancia del candidato puede variar según el contexto político y social, pero en general, encarnen los valores y la visión del partido siendo clave que sean capaces de transmitir confianza y liderazgo a los ciudadanos.

En ese sentido, la ideología es un aspecto fundamental en cualquier elección política; es un factor que influye en las preferencias de los votantes y, en interacción con otros factores, en la forma en que los candidatos diseñan y promueven sus propuestas políticas. La ideología es el conjunto de ideas y creencias que conforman una perspectiva sobre cómo se deben organizar la sociedad y el gobierno y esto influye en la forma en que los candidatos se posicionan en el espectro político y en la manera en que diseñan sus políticas y propuestas. En las elecciones políticas, los votantes suelen identificarse con una ideología en particular, y suelen buscar opciones políticas que compartan sus

valores y creencias. La ideología establece un referente respecto al que los candidatos deben ser coherentes en su posicionamiento político y las propuestas que ofrecen. Los votantes buscan candidatos que sean claros y coherentes en su ideología y que ofrezcan propuestas que estén en línea con ella. Un candidato que cambia su ideología o que ofrece propuestas contradictorias puede perder la confianza de los votantes.

La vinculación entre ideología política y gestión también es estrecha. La ideología afecta a la forma en que se diseñan y se promueven las políticas públicas. Un candidato que se identifica con una ideología en particular ya sea liberal, conservadora, socialista o cualquier otra, tenderá a diseñar políticas que estén en línea con esa perspectiva. Por ello, de la ideología se espera que influya en la forma en que se abordan los problemas públicos y en la forma en que se toman las decisiones de gobierno. Gestión e ideología forman un binomio que puede estar o no en sintonía según la opinión pública, lo que afecta al apoyo electoral que pueden llegar a recibir.

En las elecciones políticas, la importancia del partido radica en varios factores. En primer lugar, los partidos políticos ofrecen una plataforma política a los candidatos que les permite presentar sus propuestas y estrategias políticas. La ideología política de un partido es una declaración de principios y valores que orienta sus políticas y propuestas. En segundo lugar, los partidos políticos ofrecen un respaldo y apoyo a los candidatos que se presentan a las elecciones. Los partidos tienen estructuras organizativas y recursos que pueden ayudar a diseñar y promover sus campañas electorales, ofreciendo apoyo financiero y logístico a los candidatos.

En tercer lugar, los partidos políticos ofrecen una identificación a los votantes. Los votantes pueden identificarse con un partido en particular y votar por los candidatos que representan a ese partido. Los partidos políticos también ofrecen una marca política y una imagen pública que influye en la percepción de los votantes sobre los candidatos. En resumen, los partidos políticos ofrecen una plataforma política y un respaldo a los candidatos, brindan una identificación a los

votantes y son responsables de gobernar y tomar decisiones en nombre de la sociedad.

El clima político es el ambiente político y social en el que se desarrollan las elecciones. Este ambiente puede ser influenciado por diversos factores, como la economía, la seguridad, la corrupción, las tensiones sociales, entre otros. Es un factor importante en cualquier elección política, ya que puede influir en la percepción de los votantes sobre los candidatos y sus propuestas, así como en la manera en que se desarrollan las campañas electorales pudiendo llegar a ser un factor determinante en la toma de decisiones de los votantes. Un clima político favorable puede generar un mayor apoyo a los candidatos y a sus propuestas, mientras que un clima político negativo puede generar un mayor escepticismo y desconfianza hacia los candidatos y sus propuestas.

El clima político también influye en la forma en que se desarrollan las campañas electorales. Un clima político favorable puede generar una mayor movilización de los votantes, lo que puede llevar a una mayor participación electoral y a una mayor difusión de las propuestas de los candidatos. Por el contrario, un clima político negativo puede generar una mayor polarización y confrontación entre los candidatos y sus partidarios. Además, el clima político también puede influir en el resultado final de las elecciones. Un clima político favorable a un partido o candidato puede generar una mayor intención de voto, mientras que un clima político desfavorable puede generar una mayor intención de voto hacia otros partidos o candidatos.

Los cinco factores de motivación de voto se encuentran interrelacionados, definiendo unas coordenadas cognitivas para la elección final de votar a un partido en unas elecciones.

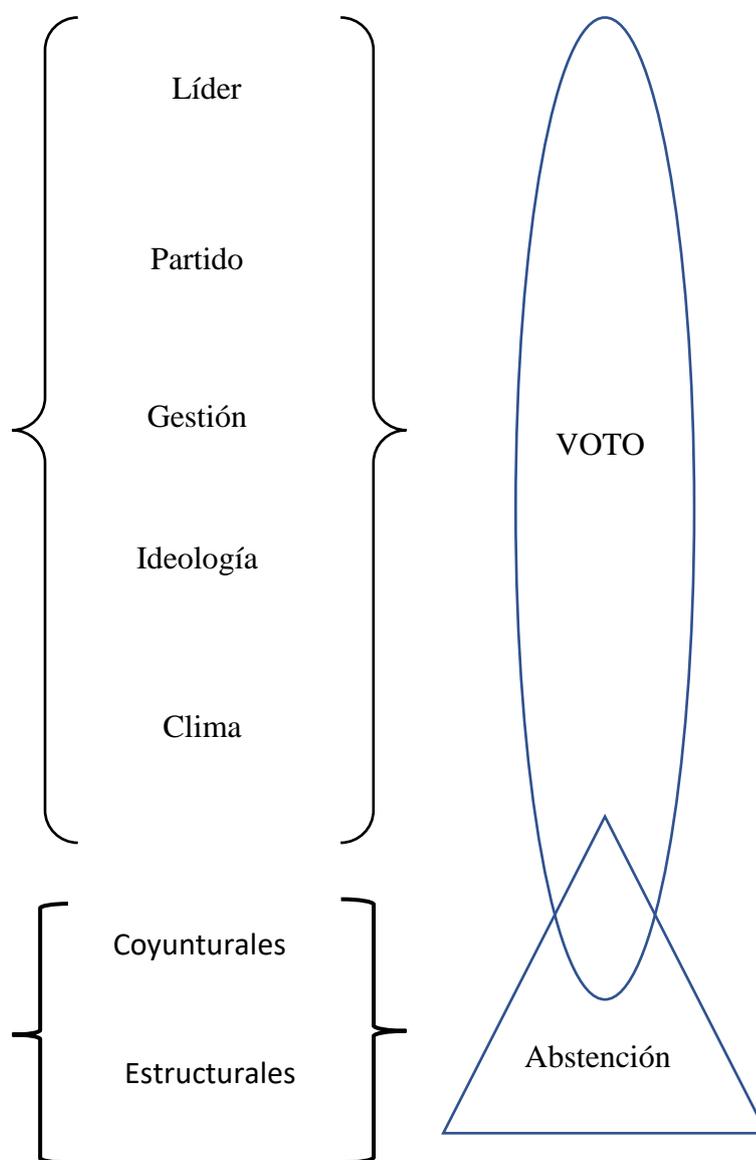
Con respecto a la abstención, Albert O. Hirschman (1970) planteaba que los miembros de una organización, entendida como cualquier forma de agrupación humana (ya sea una nación, una empresa, un grupo de interés, un partido político, etc.) tenían dos alternativas básicas cuando perciben una disminución de la calidad

o pérdida de un beneficio para los miembros de dicha organización. Los miembros pueden expresar su descontento (comunicando su queja, así como a veces actuando en consecuencia, para reparar sus quejas y mejorar su relación con la organización) o salir (retirarse de la relación). En el caso de las elecciones generales de 2015 la pérdida de calidad de vida era una evidencia cotidiana que implicaba los dos movimientos: uno de salida mediante la abstención y otro de movilización en el sentido de intentar cambiar las condiciones sociales.

Al menos, en términos dicotómicos al permitir diferenciar entre abstencionistas cronificados y aquellos ciudadanos desmovilizados con probabilidad (mayor o menor) de participar en determinadas condiciones. Diferenciar entre la abstención crónica que define el conjunto complementario de la participación permite, al menos, efectuar una definición negativa de esta.

Como se advirtió en un principio, este estudio postelectoral se integró en un diseño de panel en el cual la segunda oleada estaba compuesta por personas que aceptaron voluntariamente participar en ella. Si bien en las motivaciones para votar a un partido u otro dicha autoselección puede haber actuado en el sentido de revelar con mayor claridad la estructura de preferencias motivacionales, resulta evidente que para el caso del estudio de los abstencionistas muestra profundas carencias. Resulta evidente que es probable la existencia de una relación entre la autoselección, ofrecerse voluntarios para participar en la segunda encuesta, y una mayor participación electoral. Por el contrario, es bastante probable que los abstencionistas renunciaran a participar en una segunda encuesta a diferencia de aquellos otros con mayor compromiso ciudadano.

Gráfico 1. Modelo heptafactorial de comportamiento electoral



Fuente: elaboración propia

3. Las elecciones generales de diciembre de 2015

La encuesta postelectoral realizada por el CIS para las elecciones de 2015 mantiene el diseño que fue utilizado en la poselectoral de 2011 para recoger las motivaciones de voto de las personas entrevistadas. Con respecto a los estudios postelectorales de elecciones generales anteriores a 2011, el estudio E3126 retira el filtro, redactando las motivaciones de una forma más genérica y aplicable a todos los partidos. Hasta el postelectoral de 2008 se efectuaban preguntas específicas para determinados electores; un filtro por partidos que restringía la información y complejizaba de modo innecesario los cuestionarios. Segundo, ofreciendo a las personas entrevistadas la posibilidad de responder con las dos motivaciones más importantes para votar en lugar de una sola motivación, como sucedía anteriormente. Se aplica con ello un diseño que ya era el habitual en varias encuestas europeas.

Las investigaciones sobre las motivaciones a partir de datos secundarios, producidos externamente a los investigadores, impone el realizar los análisis sobre la base de los diseños elaborados, lo que conlleva una dependencia importante. Así, si bien en el diseño de la pregunta permite explorar las configuraciones para diferentes partidos, el de la muestra, de tipo panel, produce efectos no siempre beneficiosos. El estudio postelectoral efectuado tras las elecciones generales de noviembre de 2015 corresponde nuevamente un diseño de panel, en el que los entrevistados se han autoseleccionado para responder a la segunda oleada. En ese sentido, es importante aplicar una dosis de reserva sobre el significado y representatividad de la muestra. Especialmente para estudiar fenómenos tan escurridizos conceptual y operativamente como es la abstención.

Según consta en sus fichas técnicas, la primera oleada del panel, estudio E3117, efectuó 17.452 entrevistas y en el estudio postelectoral E3126 “En el caso de este estudio 3126 la muestra diseñada se compone de una selección de personas ya entrevistadas en la muestra del preelectoral (estudio CIS nº 3117) y que no manifestaron expresamente su deseo de no ser entrevistadas en una segunda ocasión” realizándose 6.242 entrevistas. Es decir, que casi dos tercios de la muestra

original no participó en la segunda oleada, permaneciendo en el estudio las personas con mayor disposición a ser entrevistadas.

Tal y como se ha comentado anteriormente, las preguntas están diseñadas como respuesta múltiple con máximo dos opciones, ofreciéndose las motivaciones de voto integradas en una única pregunta para todos los electores. Esta operativización de la medición tiene consecuencias positivas, requiriendo a cambio reforzar controles analíticos sobre su significado. En primer lugar, dado que se impone una restricción de la variabilidad al establecer un máximo de dos respuestas por persona entrevistada. Esa restricción fuerza la elección de las más significativas, cosa muy positiva, estando en la contraparte la imposibilidad de evaluar en conjunto todas las motivaciones.

Una segunda cuestión es la necesidad de recordar el significado operativo y teórico de las respuesta múltiples, el formato que se les dé y en particular la diferencia entre adoptar como base los casos o las respuestas. Con carácter general, la respuesta múltiple, dependiendo de la medición que se desee efectuar, puede generar sesgos derivados de la cualificación cognitiva o el nivel de información de las personas entrevistadas.

Este hecho se acentúa cuando el diseño de la pregunta ofrece un listado de categorías entre las que elegir, especialmente cuando es excesivamente largo y la rotación de opciones controla el sesgo que prima a las primeras y las últimas categorías, básicamente dispersándolo entre las diferentes alternativa. La estrategia de establecer respuestas múltiples dicotómicas es bastante más adecuada, al permitir evaluar una por una cada opción, si bien el coste en tiempo es muy superior.

En todo caso, una situación que es fácil de producirse, especialmente para preguntas que requieran de un esfuerzo o cualificación especial por parte de la persona entrevistada, es que se genera un patrón de respuestas. Un subconjunto de personas entrevistadas responderá, en el caso del ejemplo mostrado en el cuadro

1, contestando o eligiendo tres opciones, otro subconjunto elegirá dos y otro responderá a una.

Cuadro 1. Pregunta con respuestas múltiples: listado de categorías cerradas o espontaneas (estructura de respuestas)

Primera respuesta	Segunda respuesta	Tercera respuesta

Fuente: Alaminos, A (1991) Teoría y práctica de la encuesta.

La necesidad de controlar la posible dependencia entre rasgos sociodemográficos de las personas entrevistadas y el tema sobre el que se pregunta se vuelve esencial. Consideremos el caso de preguntas sobre relaciones internacionales o políticas agrarias europeas. La especificidad del tema a medir limita las opciones de respuesta (en base a interés conocimiento) de la personas entrevistadas. Un sesgo potencial que se invisibiliza en su tratamiento estadístico como respuesta múltiple. Las respuestas que se obtienen mediante respuesta múltiple, ya sea operativizada en listados de categorías o en múltiple dicotómica, forman un conjunto del que se extraen las distribuciones de frecuencias. Qué elementos forman el conjunto dan lugar a la respuesta múltiple con base en el número de casos, o con base en el número de respuestas que se han obtenido. Los dos procedimientos permiten un uso analítico diferenciado.

Base casos

Si el conjunto que se toma como referencia para calcular las frecuencias son los casos, estas frecuencias suman más de 100. Un ejemplo, supongamos una muestra de 1000 casos a la que se administra una pregunta con respuesta múltiple con posibilidad de elegir dos opciones. 1000 casos responden al menos eligiendo una

respuesta y de esos 1000 casos, 500 casos responden a dos. La base, solicitada en casos, son 2000 casos (1000 casos posibles a una respuesta + 1000 casos posibles a la segunda respuesta); como han dado respuesta 1500 casos, las sumas de porcentajes de las diferentes respuestas elegidas dará lugar a 150%. Una información relevante, dado que con ello sabemos que el 50% de los casos solo dijeron una opción y el 50% dijeron dos. Por eso la magnitud de la base en función a los casos depende del número de opciones de respuesta. Una única respuesta posible establece una base de 100%. Con dos respuestas posibles la base es de 200%, con tres es de 300%, etcétera. Será la diferencia entre la suma de porcentajes en la respuesta múltiple en base a casos y el porcentaje de referencia posible según el número permitido de respuestas, lo que informa sobre la estructura interna de la no respuesta. Este tipo de análisis tomando de base el número de casos es importante para controlar y evaluar el efecto de los patrones de no respuesta que puedan contenerse en el conjunto. En general, lo emplearemos para evaluar específicamente cada vector motivacional.

Base respuestas

Cuando la respuesta múltiple se expresa sobre la base de las respuestas su suma da 100%. Se pierde la referencia sobre el porcentaje de personas entrevistadas que solamente ofrecieron un número menor de respuestas. Sin embargo, ofrece una expresión normalizada del peso que ofrece cada motivación o respuesta. En tanto que expresión estandarizada permite una comparación entre vectores motivacionales. En este caso será utilizado para efectuar la comparación entre los patrones motivacionales de los diferentes partidos.

En el estudio de las motivaciones en las encuestas postelectorales la respuesta múltiple ejerce una función especial. Primero porque el número de opciones forma una “lista corta” y segundo, dado que el principal efecto que se espera en las respuestas es la importancia que la persona entrevistada da a sus motivaciones para elegir un partido u otro. En ese sentido, la aparición de una única motivación implica el reconocimiento de una única motivación principal, mientras que la elección de dos la selección de las dos más importantes. En ese sentido, la

estructura no responde a posibles patrones de no respuesta y sí a un criterio de importancia para la persona entrevistada. Sin embargo, la distinción entre adoptar como bases las respuestas o los casos permanece a efectos analíticos.

3.1. Factores motivacionales del voto: submodelo pentafactorial

Los datos proceden del Barómetro poselectoral de enero-febrero de 2016 (E3126). En dicho estudio la pregunta efectuada con el apoyo de una tarjeta es “¿Cuál es la razón principal que le ha llevado a votar a ese partido o coalición en estas últimas elecciones? ¿Y en segundo lugar?” con opciones “Por el/la candidato/a que presentaba a la Presidencia del Gobierno”, “Porque siempre vota a ese partido/coalición”, “Porque es el que está más capacitado para gobernar en España”, “Porque es el que mejor representa las ideas de la gente como Ud.”, “Por su actuación en los últimos cuatro años”, “Para evitar que ganase otro partido/coalición” y “Otras respuestas”. Unas opciones que corresponden con las motivaciones consideradas en las principales teorías del modo siguiente. Voto motivado por el “líder” (sintetizando las diferentes dimensiones que se desagregan) argumentado con el candidato que se presentaba a las elecciones. La identificación partidaria se plasma en el motivo “votar siempre por el mismo partido”; la dimensión de gestión se expresa en el motivo “está más capacitado para gobernar España”; la motivación ideológica se recoge en “mejor representa mis ideas”. La motivación por el clima, al menos en lo que se refiere a un clima “underdog” se afirma con la expresión “evitar que gane otro partido o coalición”.

Se introduce una motivación que hace referencia a los últimos cuatro años, en la que se valora la actuación en la legislatura, tanto del gobierno como de la oposición. Es un refinamiento que tiene una utilidad especial para evaluar el efecto de gobernar, y que desde la óptica de Fiorina y el voto retrospectivo, va a ser codificado junto a la categoría motivacional “gestión”. La categoría “otras motivaciones” se incluyen como “error” del modelo, en la medida que implica explicaciones alternativas no incluidas en las cinco motivaciones consideradas.

En el análisis desde el modelo *heptafactorial* se consideran cinco factores como motivos explicativos del voto {líder, partido, gestión, ideología, clima} y dos principales para motivar la abstención {crónica, intermitente). En este capítulo se van a analizar la influencia que han tenido las cinco motivaciones de voto en la elecciones generales de diciembre de 2015, así como las específicas para cada partido, según la opinión de las personas entrevistadas. La tabla 2 muestra en forma de respuesta múltiple, con base en casos y en respuestas, la referencia motivacional para votar en las elecciones de noviembre de 2015.

Tabla 2 Distribución motivacional de las elecciones generales de noviembre de 2015
(*respuesta múltiple*)

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Candidato/a	1173	13,3%	24,6%
Partido	1246	14,1%	26,2%
Gestión	1912	21,6%	40,1%
Ideología	2812	31,8%	59,0%
Clima "underdog"	1044	11,8%	21,9%
Otras	645	7,3%	13,5%
Total	8832	100,0%	185,4%

Fuente: elaboración propia a partir del barómetro noviembre-diciembre E3126 del CIS

Del porcentaje total en base casos se observa que un 15,1% dio una única motivación para votar en dichas elecciones. Considerando las motivaciones de las elecciones de 2015 y adoptando las frecuencias con que son mencionadas cada una de las motivaciones como una medición del peso que estas presentan para cada partido, es posible en primer lugar evaluar en qué forma han tenido una mayor o menor presencia en la convocatoria electoral estudiada. Así, se aprecia como las motivaciones con una mayor prevalencia en el conjunto de motivaciones son la ideología y la gestión.

La gestión con una presencia del 40,1% y la ideología con un 59%. Comparativamente un peso menor ha tenido la importancia de los líderes, con

24,6% y los partidos con el 26,2% de las motivaciones mencionadas y especialmente por su lógica coyuntural, el clima político (21,9%). Recordemos que en este caso el clima político viene definido por el deseo de evitar que otro partido gane las elecciones. Esa estructura que se aprecia para el conjunto de los casos se observa a sí mismo en su expresión normalizada en base a las respuestas obtenidas.

Una cuestión significativa es cómo se combinan las motivaciones, dando lugar a conjuntos de ellas. Considerada como motivación única, el 0,8% dio como motivo al candidato que presentaban los partidos, el 1,5% exclusivamente votaron por el partido y por la promesa de gestión, el 5,2% lo hizo por motivos ideológicos, el 2,4% por el clima generado intentando evitar que ganase uno de los partidos, y el 3,6% por otros motivos. La opción “otros motivos” no aparece desagregada, por lo que es posible que contenga referencia a alguno de los cinco considerados, si bien expresado en otros términos.

Tabla 3 Motivaciones combinadas² procedentes de respuestas múltiples (2015)

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Candidato	38	,8	,8
Partido	71	1,5	2,4
Gestión	67	1,5	3,8
Ideología	240	5,2	9,1
Clima	112	2,4	11,5
Otros	165	3,6	15,1
Candidato-Partido	195	4,2	19,3
Candidato- Gestión	249	5,4	24,8
Candidato-Ideología	546	11,9	36,6
Candidato-Clima	100	2,2	38,8
Candidato-Otra	45	1,0	39,8
Partido-Gestión	266	5,8	45,6
Partido-Ideología	583	12,7	58,3
Partido-Clima	80	1,7	60,0
Partido-Otra	53	1,1	61,1
Gestión-Ideología	781	17,0	78,2

² La combinación de motivaciones impone como restricción que no se repita la misma motivación dos veces, algo que sucede posiblemente como error de codificación

Gestión-Clima	160	3,5	81,6
Gestión-Otra	52	1,1	82,8
Ideología-Clima	461	10,0	92,8
Ideología-Otra	200	4,4	97,2
Clima-Otra	131	2,8	100,0
Total	4594	100,0	

Fuente: elaboración propia a partir del barómetro noviembre-diciembre E3126 del CIS

En ese sentido, se ha considerado de forma conservadora como un error al poder ofrecer motivos alternativos y diferentes a los considerados. Cabe, en ese sentido, considerar de forma diferenciada la categoría “otros” cuando se presenta en covariación con alguno de los cinco factores a cuando se presenta de forma única. En forma única es una estimación conservadora (sobreestimada) del error. En definitiva, todas aquellas razones y objetivos que no están incluidos específicamente en las categorías codificadas. En modo combinado de respuesta múltiple, la medición de la motivación factorial permanece neta si bien asociada con ruido procedente de las motivaciones alternativas agrupadas en “otros”.

Las ecuaciones siguientes vienen a mostrar de forma comparada el sistema de relaciones que se ha observado en lo referido a aquellos que afirmaron haber participado en las elecciones y los motivos que le llevaron a votar por un partido u otro.

Considerado su peso en casos

Apoyo electoral elecciones generales de 2015=

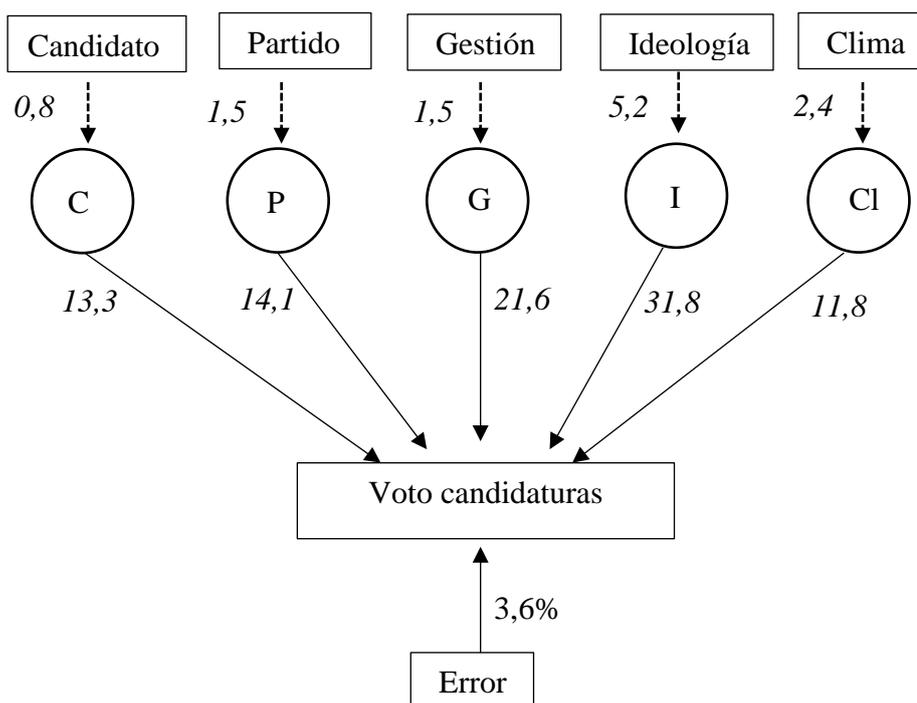
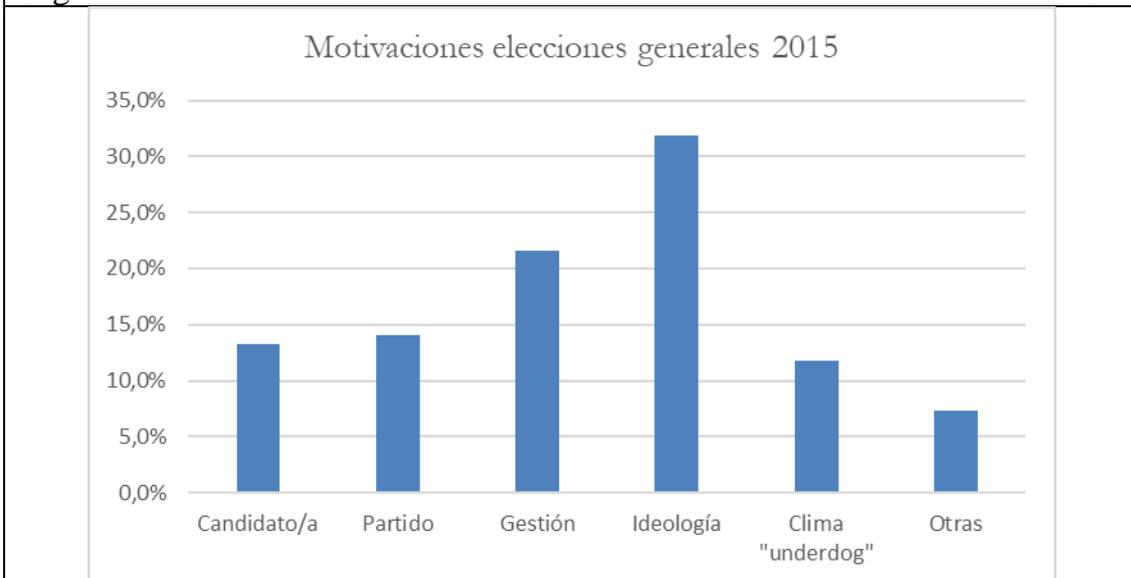
[24,6% líder + 26,2% partido + 40,1% gestión + 59% ideología + 21,9% clima] + 13,5% error

Considerado su peso en respuestas

Apoyo electoral elecciones generales de 2015=

[13,3% líder + 14,1% partido + 21,6% gestión + 31,8% ideología + 11,8% clima] + 7,3% error

Figura 1 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



Porcentaje de voto explicado: 92,7 %

Covariación error con los cinco factores: 7,7 %

Fuente: elaboración propia a partir del barómetro noviembre-diciembre E3126 del CIS

Además de considerar las motivaciones y su mayor o menor presencia en las respuestas de las personas entrevistadas que afirman haber votado, resulta interesante evaluar en qué forma combinan dichas motivaciones entre sí. Un análisis de patrones que identificará secuencias específicas para cada elección y particularmente para cada partido político. En este caso en la medida en que el número máximo de elecciones múltiples que se pueden efectuar son dos, los patrones posibles se ven reducidos a formas simples binarias. Veamos seguidamente en qué forma se vincula entre sí formando secuencias con una mayor o menor frecuencia. En ese sentido además de cuáles puedan ser las motivaciones con una mayor presencia en el voto, se adquirirá conocimiento sobre el modo en que se articulan las unas con las otras.

3.2.1. Las motivaciones de voto a partidos

Entre las motivaciones de voto más importantes para el Partido Popular en las elecciones de 2015 destacaba especialmente la gestión. El 79,3% menciona la gestión como factor para decidir votar al Partido Popular. Le sigue la ideología con un 33,1% y el partido con el 32,3%. El factor clima, es decir evitar que gane otro partido distinto, es una motivación para el 12,6% de los electores del Partido Popular. El factor motivacional para votar al candidato, Mariano Rajoy es del 24,5%. Cabe considerar que las promesas de gestión y mejoras sociales tuvieron un peso esencial en los resultados de las elecciones anteriores de 2011. Unas promesas de gestión y de mejoras en la calidad de vida que dieron lugar en 2011 a una mayoría absoluta, así como condicionaron los apoyos electorales que podía recibir el Partido Popular según su gestión efectiva. Precisamente destaca como la motivación para votar al PP basada en evitar que ganase las elecciones otro partido tiene en estas elecciones de 2015 un peso inferior al del candidato, a diferencia de 2011.

En el caso de las motivaciones de voto al Partido Socialista Obrero Español, partido en el Gobierno durante la gestión de la crisis, los principales factores fueron los de carácter más estructural. Así, la ideología como motivación de voto al partido alcanza un 57,9%, seguido de la identificación con el partido, un 53,1%.

Un peso muy significativo en comparación con los apoyos que recibía el candidato, con un 19,7% o la gestión, con un 25,6%. En la práctica, la motivación de voto basada en el clima para evitar que ganara las elecciones otro partido alcanza un peso muy similar al de candidato o gestión.

En lo que se refiere al voto a Izquierda Unida, expresaba un patrón similar al del Partido Socialista Obrero Español en lo que se refiere a la ideología como motivación de voto fundamental. Así un 72,4% expresa que la ideología fue su principal razón para votar a Izquierda Unida, seguido del partido con un 28,2%. El candidato alcanza un 35,3% de peso como razón de voto encontrándose muy por encima la motivación de clima, con 18,7% votando para evitar que otro partido ganase. Un porcentaje equivalente refiriendo a otras razones para votar diferentes a las consideradas aparece para el partido Ciudadanos con un 20,2%. Partido de reciente creación y cuyos perfiles más directos se apoyaba sobre la oposición al Partido Socialista Obrero Español y la promesa de una gestión liberal, incluyendo, nuevamente tal y como antes prometió UPyD, la regeneración de la vida política española. La reciente creación del partido se observa claramente en que éste es una razón de voto para un porcentaje muy bajo de sus electores, con un 0,6%. Será la ideología con el 63,7% y el candidato, Albert Rivera con un 40,7%, seguido de las promesas de gestión un 28,8%, unidos al clima coyuntural (26,7%) los que facilitan las principales razones de voto a este partido.

En conjunto se aprecia una importante sintonía entre las motivaciones de voto y las estrategias electorales desarrolladas por los diferentes partidos, en base a las que tenían disponibles en la contienda electoral. Podemos, otro partido emergente de reciente creación encuentra en la ideología con el 38,8% y el clima 38,8% sus principales motivaciones de voto en las elecciones generales de 2015.

Como se ha afirmado reiteradamente el cuestionario poselectoral de las elecciones de 2015 permite evaluar el peso de las diferentes motivaciones de voto para el conjunto de los partidos. En cuestionarios anteriores se producía un filtrado entre las personas entrevistadas de tal forma que solamente se daba respuesta sobre las motivaciones de voto para partidos muy específicos. A continuación se puede

apreciar, expresado en forma de ecuaciones, la motivación que han manifestado los diferentes votantes para votar a un partido u otro. Nuevamente los porcentajes expresados en términos del conjunto de casos son útiles para analizar las motivaciones internas del voto a cada partido, mientras que los porcentajes estandarizados basados en las respuestas nos permite la comparación entre las motivaciones a diferentes partidos.

Para valorar internamente en cada partido que factor motivacional ha sido más fundamental, tomamos como base los casos. Es decir, para cada partido qué motivación ha tenido más peso. A efectos analíticos vamos a diferenciar entre los partidos de ámbito nacional y aquellos otros con presencia geográfica limitada a las autonomías.

Estructuras motivacionales de voto a partidos (casos)

PP = [24,5% Candidato/a + 32,3% Partido + 79,3% Gestión + 33,1% Ideología + 12,6% Clima "underdog"] + 8,1% Error

PSOE = [19,7% Candidato/a + 53,1% Partido + 25,6% Gestión + 57,9% Ideología + 21,2% Clima "underdog"] + 10,9% Error

IU (Unidad Popular) = [35,3% Candidato/a + 28,2% Partido + 18,5% Gestión + 72,4% Ideología + 18,7% Clima "underdog"] + 13,6% Error

Podemos = [23,3% Candidato/a + 1,4% Partido + 31,1% Gestión + 73,5% Ideología + 38,8% Clima "underdog"] + 15,2% Error

Ciudadanos = [40,7% Candidato/a + 0,6% Partido + 28,8% Gestión + 63,7% Ideología + 26,7% Clima "underdog"] + 20,2% Error

UPyD = [11,1% Candidato/a + 17,7% Partido + 54,5% Gestión + 57,1% Ideología + 24,8% Clima "underdog"] + 10,7% Error

PACMA = [0,0% Candidato/a + 23,4% Partido + 12,5% Gestión + 66,8% Ideología + 22,5% Clima "underdog"] + 42,0% Error

Ámbito autonómico

En Comú Podem = [32,6% Candidato/a + 8,4% Partido + 37,6% Gestión + 78,5% Ideología + 10,7% Clima "underdog"] + 16,7% Error

Convergencia (Democràcia i Llibertat) = [20,8% Candidato/a + 49,0% Partido + 20,8% Gestión + 75,1% Ideología + 9,8% Clima "underdog"] + 9,7% Error

Unió = [60,8% Candidato/a + 0,0% Partido + 30,4% Gestión + 45,6% Ideología + 0,0% Clima "underdog"] + 39,2% Error

EAJ-PNV = [3,0% Candidato/a + 63,2% Partido + 19,1% Gestión + 67,9% Ideología + 5,3% Clima "underdog"] + 19,1% Error

EH Bildu = [12,4% Candidato/a + 45,9% Partido + 19,6% Gestión + 88,5% Ideología + 4,3% Clima "underdog"] + 14,1% Error

ERC = [11,6% Candidato/a + 39,3% Partido + 19,6% Gestión + 89,9% Ideología + 8,1% Clima "underdog"] + 14,8% Error

En Marea = [13,1% Candidato/a + 2,5% Partido + 30,5% Gestión + 79,4% Ideología + 33,2% Clima "underdog"] + 13,0% Error

BNG = [13,9% Candidato/a + 14,8% Partido + 13,9% Gestión + 28,7% Ideología + 28,7% Clima "underdog"] + 42,6% Error

CC-PNC = [17,8% Candidato/a + 82,2% Partido + 21,4% Gestión + 60,7% Ideología + 0,0% Clima "underdog"] + 17,8% Error

Compromís-Podemos-Es el Moment = [19,4% Candidato/a + 9,8% Partido + 43,2% Gestión + 79,8% Ideología + 20,9% Clima "underdog"] + 9,0% Error

Geroa Bai = [33,3% Candidato/a + 0,0% Partido + 0,0% Gestión + 100,0% Ideología + 0,0% Clima "underdog"] + 66,7% Error

Otro = [0,0% Candidato/a + 0,0% Partido + 0,0% Gestión + 43,7% Ideología + 43,7% Clima "underdog"] + 56,3% Error

En lo que se refiere a las motivaciones de voto a los diferentes partidos de ámbito territorial autonómico, se observa un eje vertebrador común: la ideología y los partidos. Debe de considerarse que en el estudio de las motivaciones de voto para unas elecciones generales el peso que pueden alcanzar los diferentes factores se

encuentra restringido por el tipo de partido. Es por ello por lo que son las motivaciones más estables y transversales, es decir la identificación con partido político o las apelaciones a la ideología compartida la que se encuentran tras el apoyo electoral a un partido de ámbito territorial autonómico en el contexto de una convocatoria electoral de ámbito estatal. Así se observa como para Convergencia (Democràcia i Llibertat) la motivación de voto por afinidad ideológica es del 75,1% y la del partido del 49%. En el caso de partidos como EH Bildu la ideología alcanza el 88,5% de motivación de voto. Para PNV el motivo ideología es el 67,9% y el motivo partido el 63,2%. Como podemos ir apreciando se confirma en qué forma los factores de voto estructurales son los que adquieren una mayor relevancia para los partidos de ámbito autonómico en una convocatoria electoral de elecciones generales.

La razón de voto a Esquerra Republicana de Catalunya es nuevamente un 89,9% motivaciones ideológicas, y el 39,3% la afinidad con el partido. En Coalición Canaria el factor con más peso es el partido con un 82,2% y para la ideología el 60,7%. Una estructura que se repite en lo que se refiere a la ideología para la coalición Compromís-Podemos, para la que las motivaciones ideológicas alcanzan el 79,8%, siendo la motivación de voto al “partido” (era una coalición) del 9,8%, apareciendo, tal y como sucedía en las elecciones generales de 2011 como una motivación muy menor, entonces con un peso del 1,9%. Las motivaciones de voto a Geroa Bai son fundamentalmente ideológicas con un 100%, al igual que en el 2011 con el 95,2% el caso anteriormente analizado, la motivación de voto por identificación con la organización política es mínima con el 0,0%, conservando al candidato como motivación de voto con un 33%, siendo del 66,7% en 2011.

Para finalizar, y más que nada en términos de evaluar la consistencia de los patrones hasta ahora estudiados, para el agregado de “otros partidos” la motivación fundamental de voto se recoge en la categoría “otros motivos” en 2015 con el 56,3% semejante al 66,6% que recibía en 2011. Asimismo, el clima es el otro motivo significativo para dicho voto a otros partidos. Expresado en otros términos, la diversidad de partidos considerados en dicha categoría encuentra como reflejo una diversidad de motivaciones que escapan al catálogo general considerado para

el conjunto de los demás partidos. En ese sentido la motivación de voto a otros partidos es consistente con la aparición de otras motivaciones de voto diferentes y diversas.

En el análisis de las elecciones de diciembre de 2015 las conclusiones son coherentes con las obtenidas para las elecciones de noviembre de 2011. La conclusión general es que el modelo *pentafactorial* de motivaciones de voto es robusto, en la medida que conserva las cinco motivaciones activas para los diferentes partidos entre los diferentes tipos de convocatorias electorales (partidos de ámbito autonómico en elecciones generales), si bien lógicamente adquieren un mayor peso los factores más estructurales. Cuando la convocatoria electoral implica un espacio territorial diferente al marco político referencial en su comunidad los factores de identificación con partido y afinidad ideológica son especialmente significativos. Las motivaciones estandarizadas son útiles para comparar entre partidos por lo que seguidamente tomamos en consideración los porcentajes sobre respuestas.

Estructuras motivacionales del voto a partidos (respuestas)

PP = [12,9% Candidato/a + 17,0% Partido + 41,8% Gestión + 17,5% Ideología + 6,6% Clima "underdog"] + 4,3% Error

PSOE = [10,4% Candidato/a + 28,1% Partido + 13,6% Gestión + 30,7% Ideología + 11,3% Clima "underdog"] + 5,8% Error

Podemos = [12,7% Candidato/a + 0,8% Partido + 17,0% Gestión + 40,1% Ideología + 21,2% Clima "underdog"] + 8,3% Error

Ciudadanos = [22,5% Candidato/a + 0,3% Partido + 16,0% Gestión + 35,3% Ideología + 14,8% Clima "underdog"] + 11,2% Error

IU (Unidad Popular) = [18,9% Candidato/a + 15,1% Partido + 9,9% Gestión + 38,8% Ideología + 10,0% Clima "underdog"] + 7,3% Error

En Comú Podem = [17,6% Candidato/a + 4,6% Partido + 20,4% Gestión + 42,5% Ideología + 5,8% Clima "underdog"] + 9,1% Error

Compromís-Podemos-Es el Moment = [10,6% Candidato/a + 5,4% Partido + 23,7% Gestión + 43,8% Ideología + 11,5% Clima "underdog"] + 4,9% Error

ERC = [6,3% Candidato/a + 21,5% Partido + 10,7% Gestión + 49,0% Ideología + 4,4% Clima "underdog"] + 8,1% Error

Convergencia (Democràcia i Llibertat) = [11,2% Candidato/a + 26,5% Partido + 11,2% Gestión + 40,5% Ideología + 5,3% Clima "underdog"] + 5,3% Error

En Marea = [7,6% Candidato/a + 1,5% Partido + 17,8% Gestión + 46,2% Ideología + 19,3% Clima "underdog"] + 7,6% Error

EAJ-PNV = [1,7% Candidato/a + 35,6% Partido + 10,7% Gestión + 38,3% Ideología + 3,0% Clima "underdog"] + 10,7% Error

EH Bildu = [6,7% Candidato/a + 24,9% Partido + 10,6% Gestión + 47,9% Ideología + 2,3% Clima "underdog"] + 7,6% Error

CC-PNC = [8,9% Candidato/a + 41,1% Partido + 10,7% Gestión + 30,4% Ideología + 0,0% Clima "underdog"] + 8,9% Error

UPyD = [6,3% Candidato/a + 10,1% Partido + 31,0% Gestión + 32,5% Ideología + 14,1% Clima "underdog"] + 6,1% Error

BNG = [9,8% Candidato/a + 10,3% Partido + 9,8% Gestión + 20,1% Ideología + 20,1% Clima "underdog"] + 29,9% Error

Geroa Bai = [16,7% Candidato/a + 0,0% Partido + 0,0% Gestión + 50,0% Ideología + 0,0% Clima "underdog"] + 33,3% Error

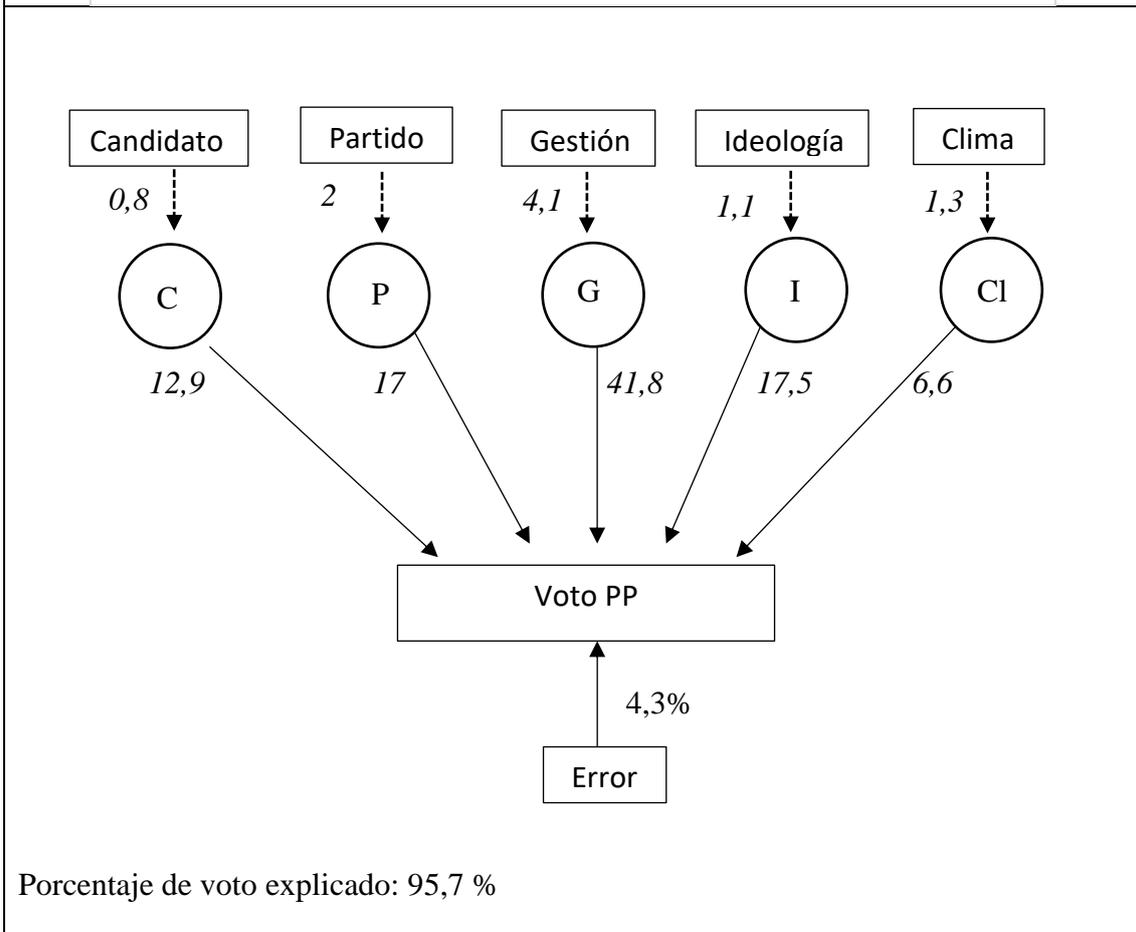
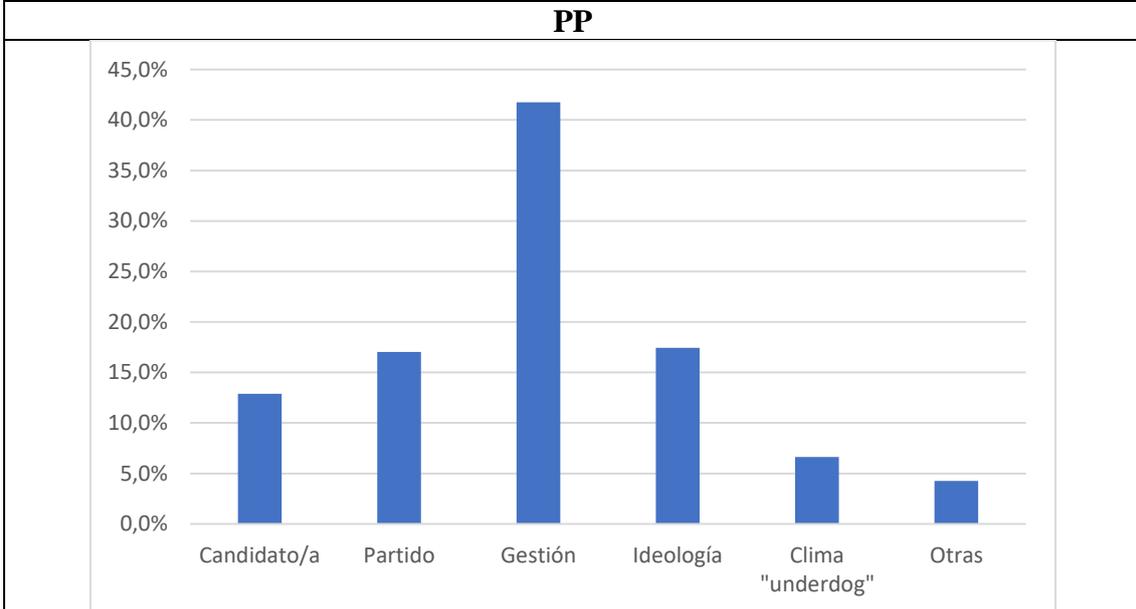
Unió = [34,5% Candidato/a + 0,0% Partido + 17,3% Gestión + 25,9% Ideología + 0,0% Clima "underdog"] + 22,3% Error

PACMA = [0,0% Candidato/a + 14,0% Partido + 7,5% Gestión + 40,0%
Ideología + 13,5% Clima "underdog"] + 25,1% Error

Otro = [0,0% Candidato/a + 0,0% Partido + 0,0% Gestión + 30,4% Ideología +
30,4% Clima "underdog"] + 39,2% Error

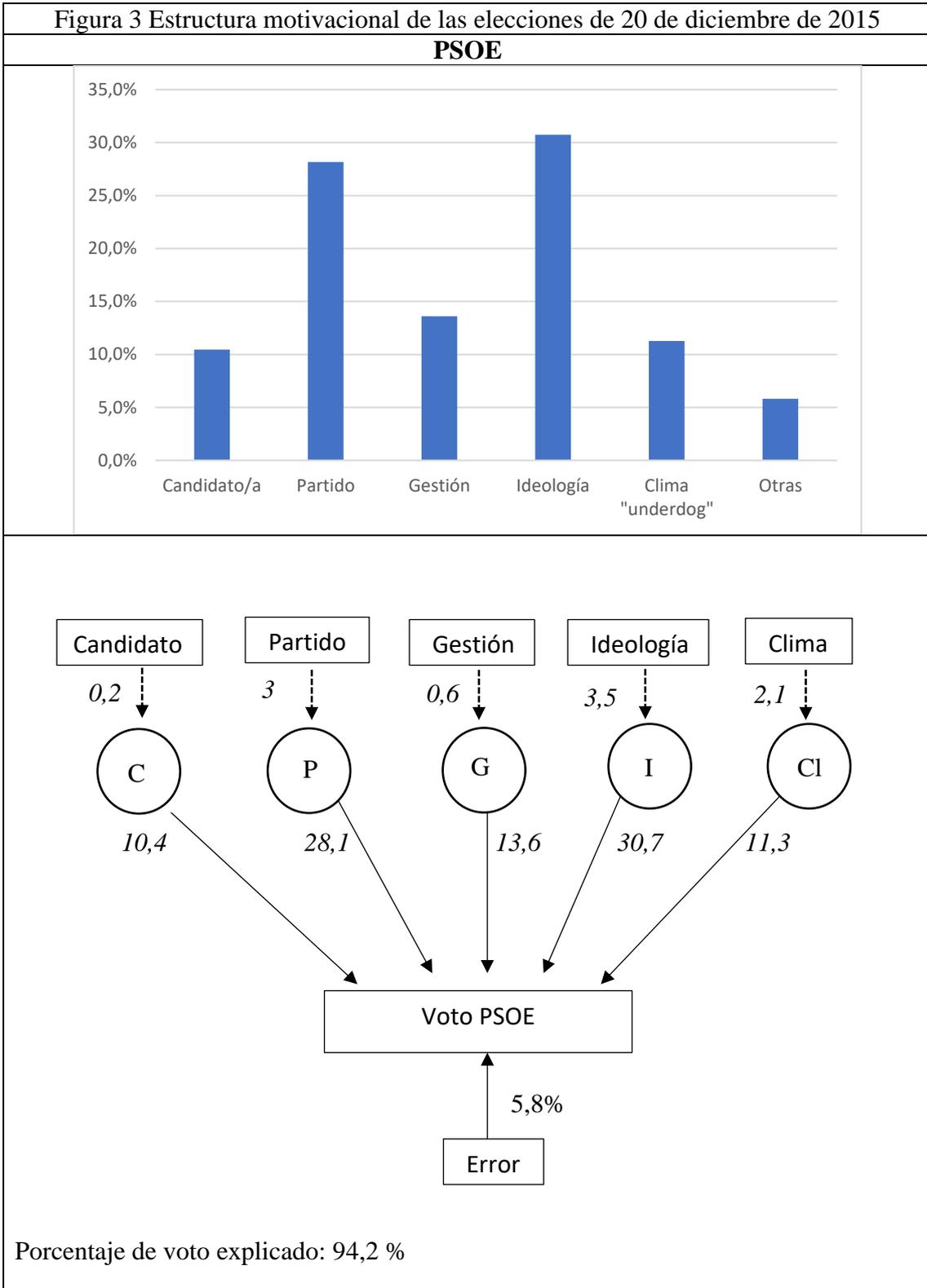
En las figuras siguientes puede observarse en detalle la distribución de motivaciones para cada partido así como la estructura motivacional con sus pesos respectivos.

Figura 2 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



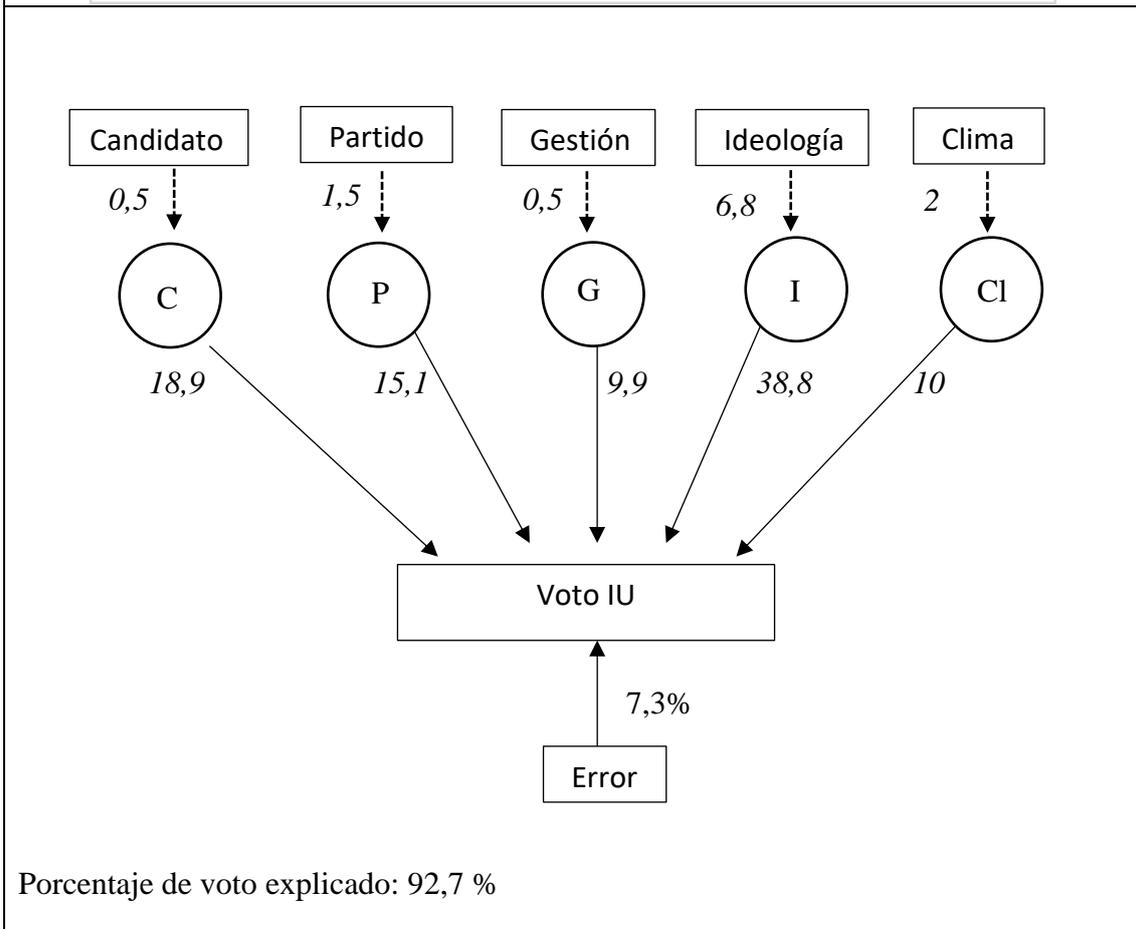
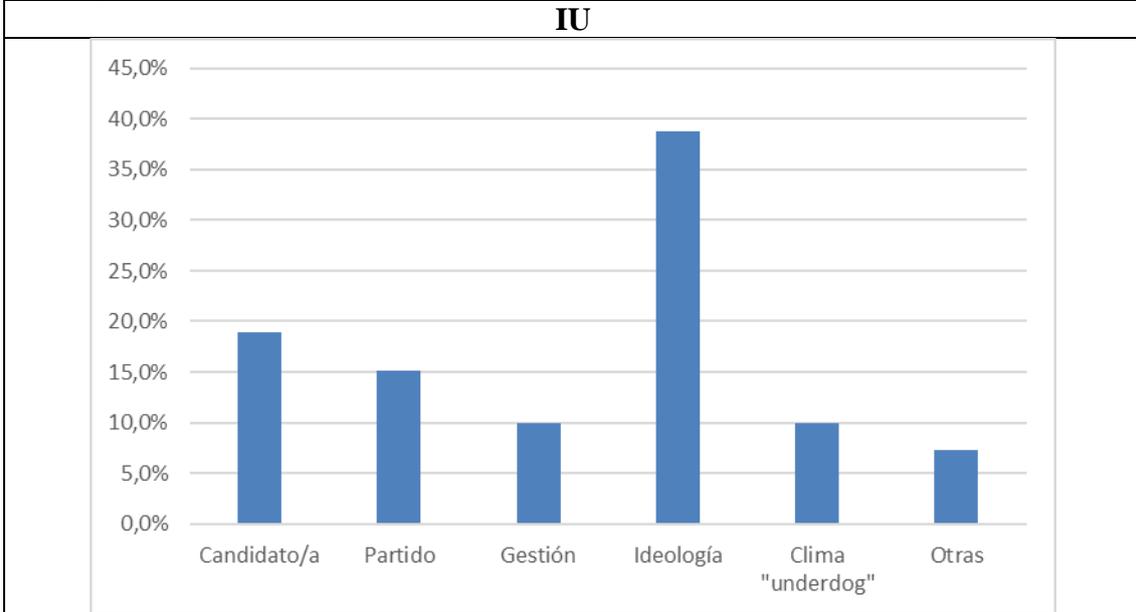
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 3 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



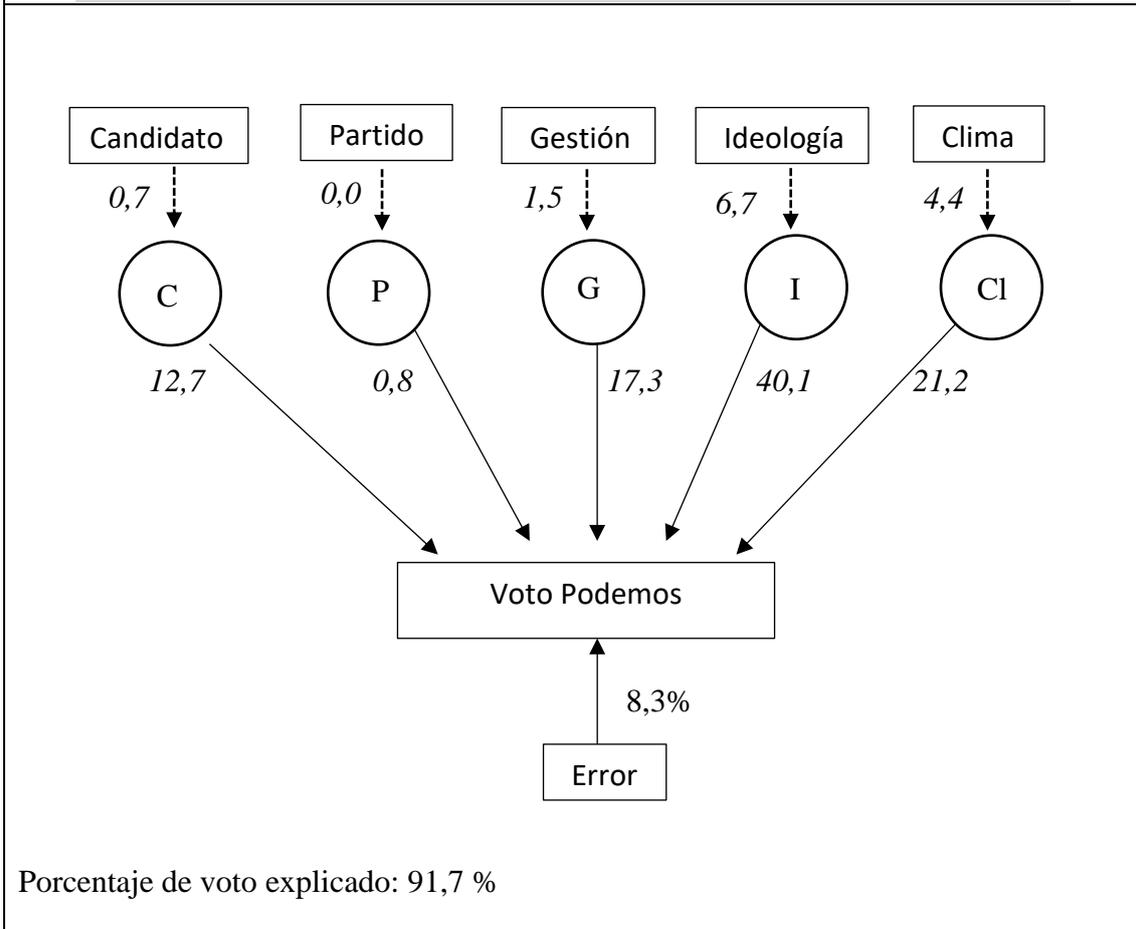
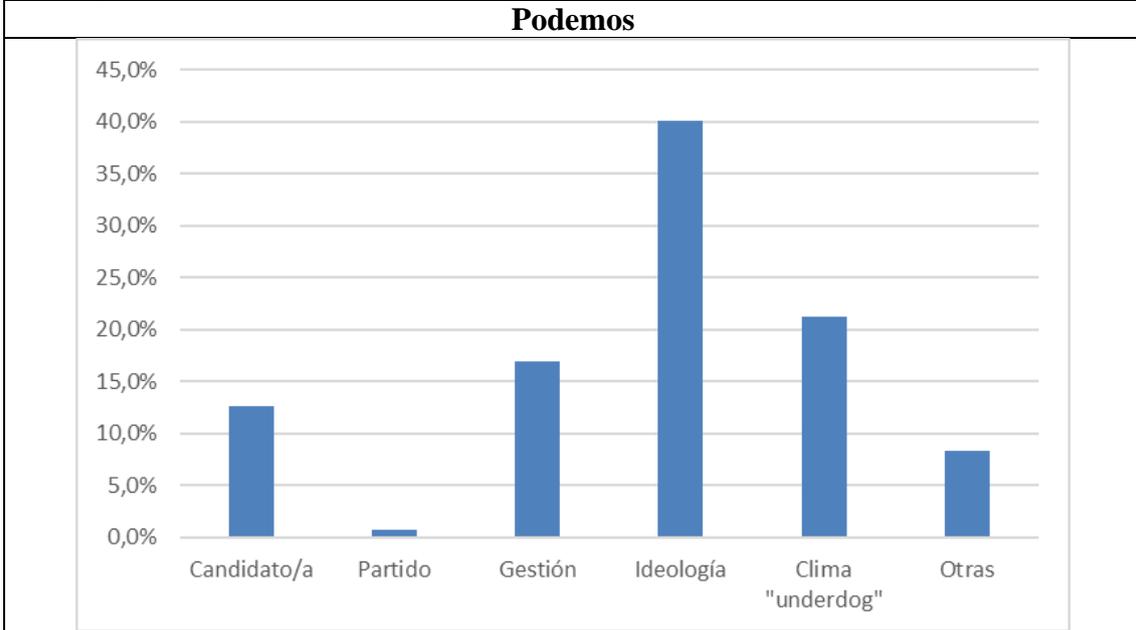
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 4 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



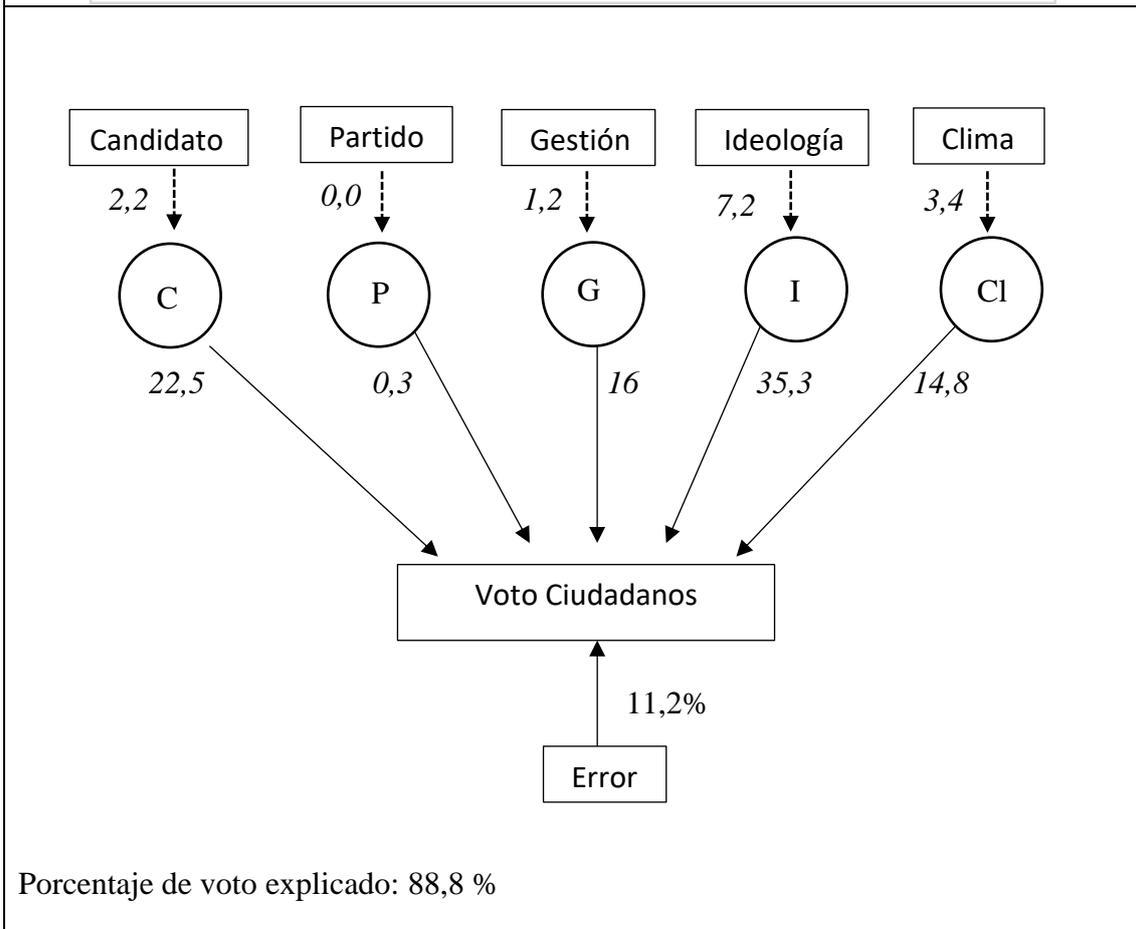
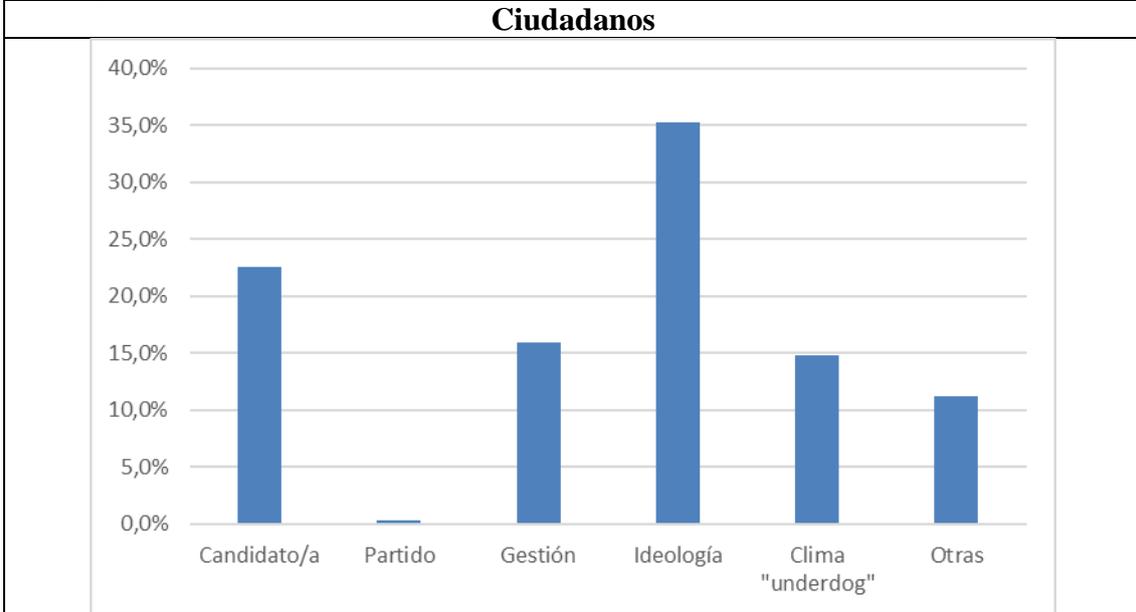
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 5 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



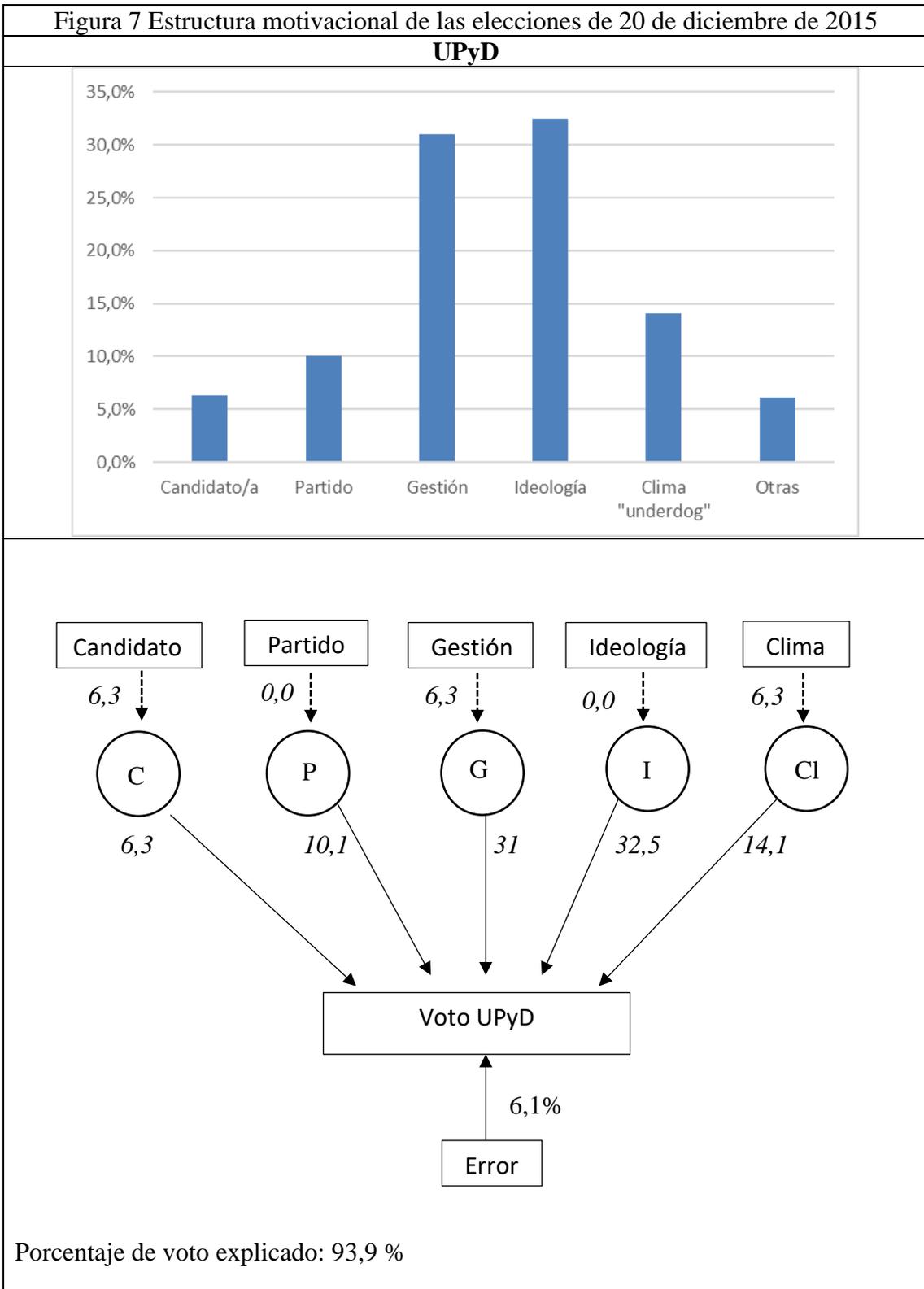
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 6 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



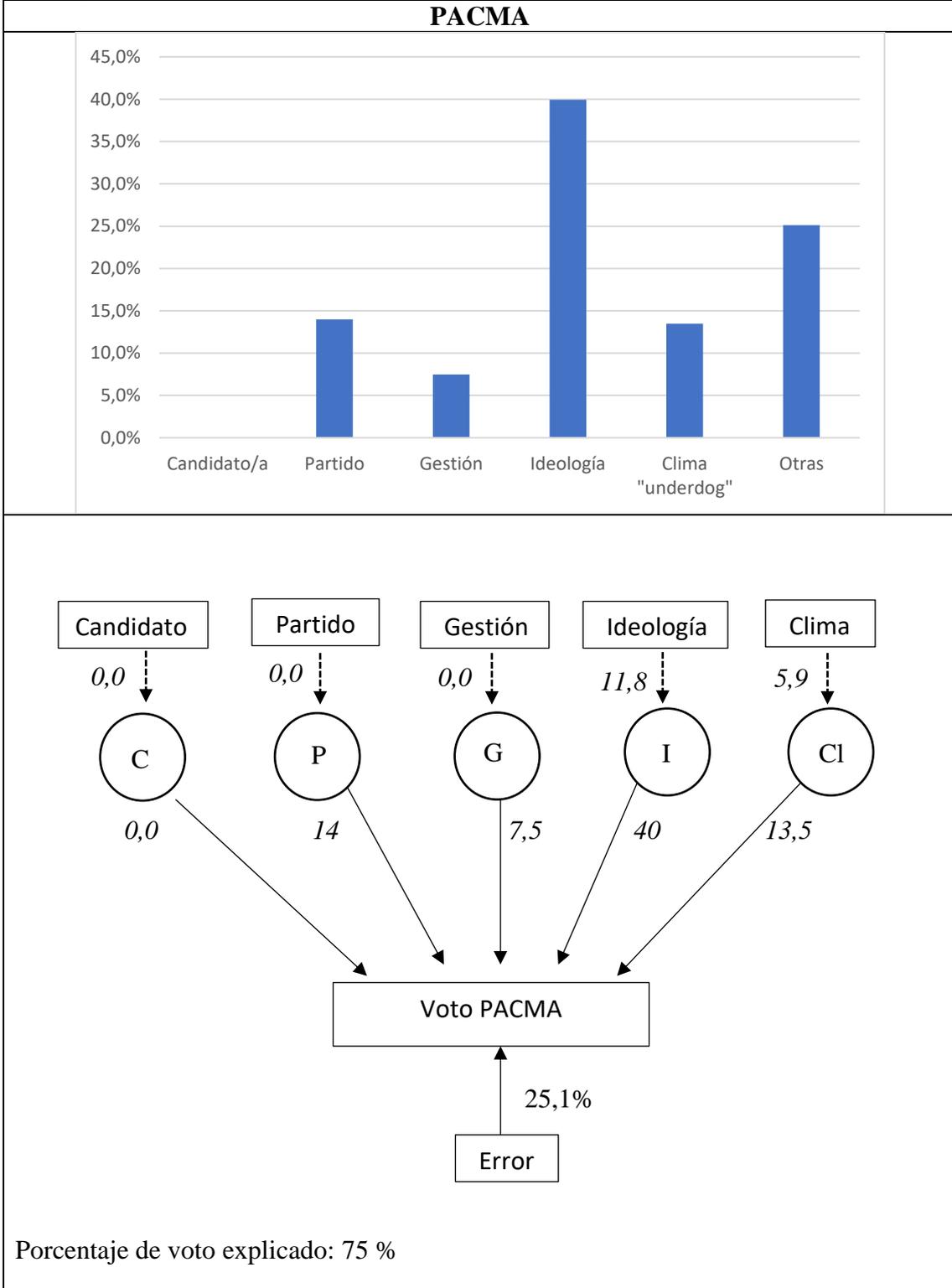
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 7 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

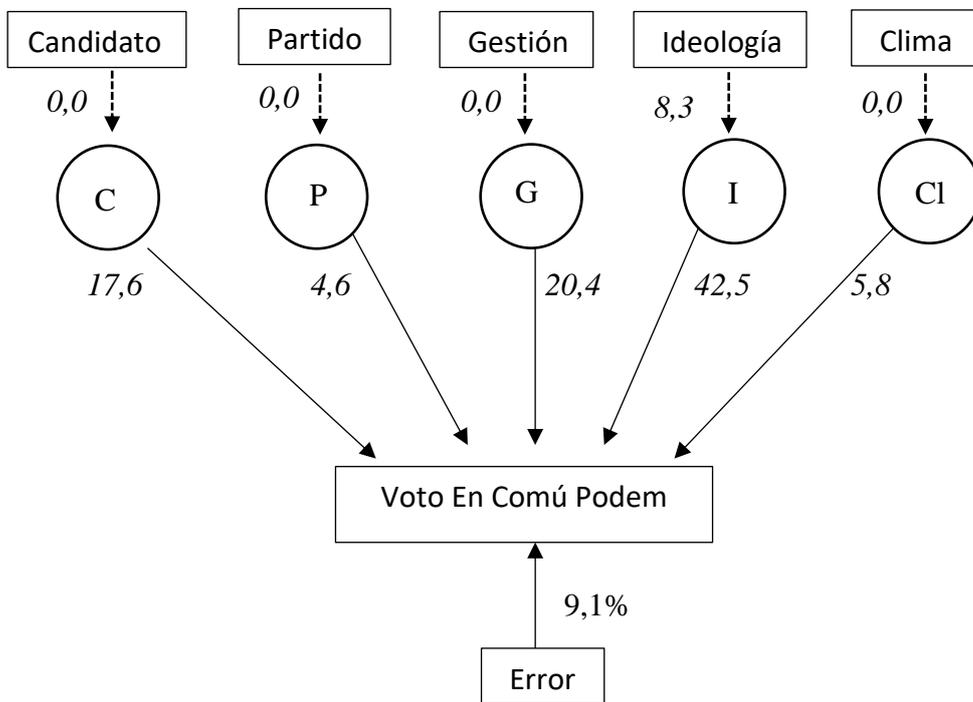
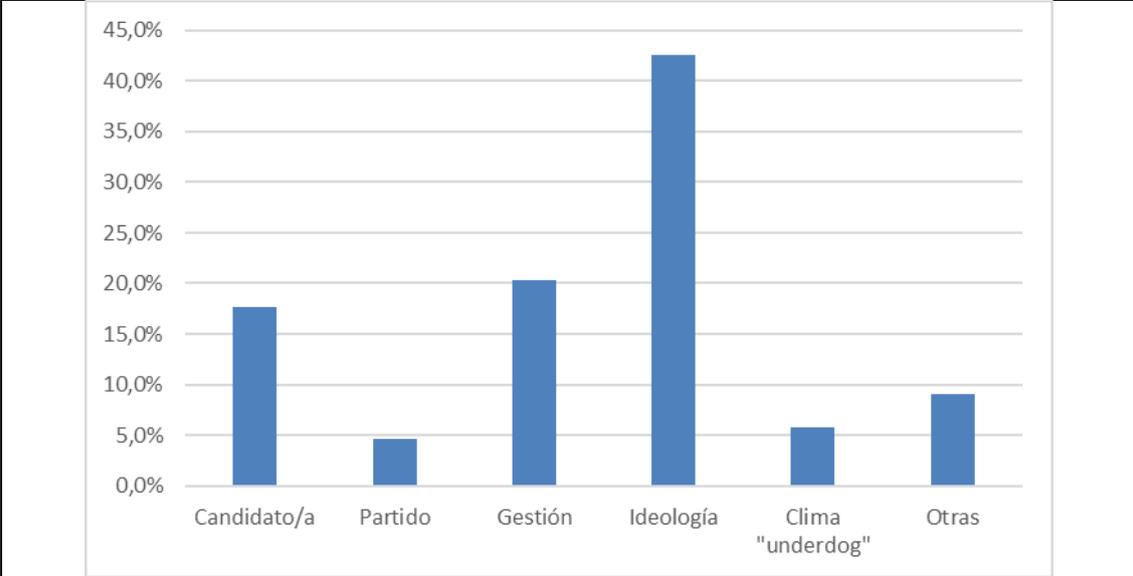
Figura 8 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 9 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015

En Comú Podem

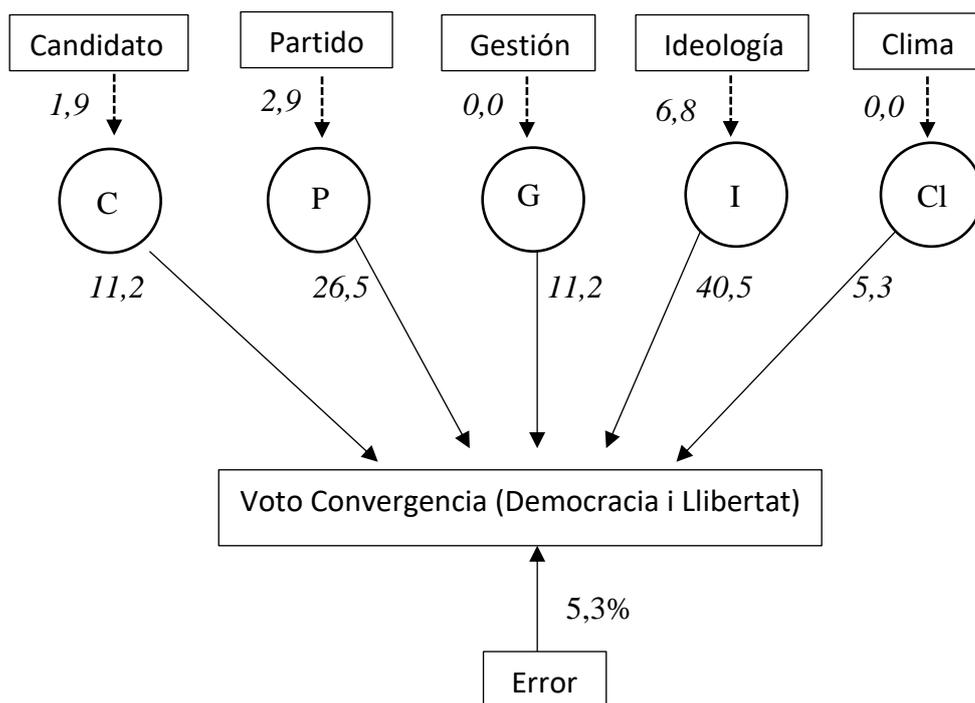
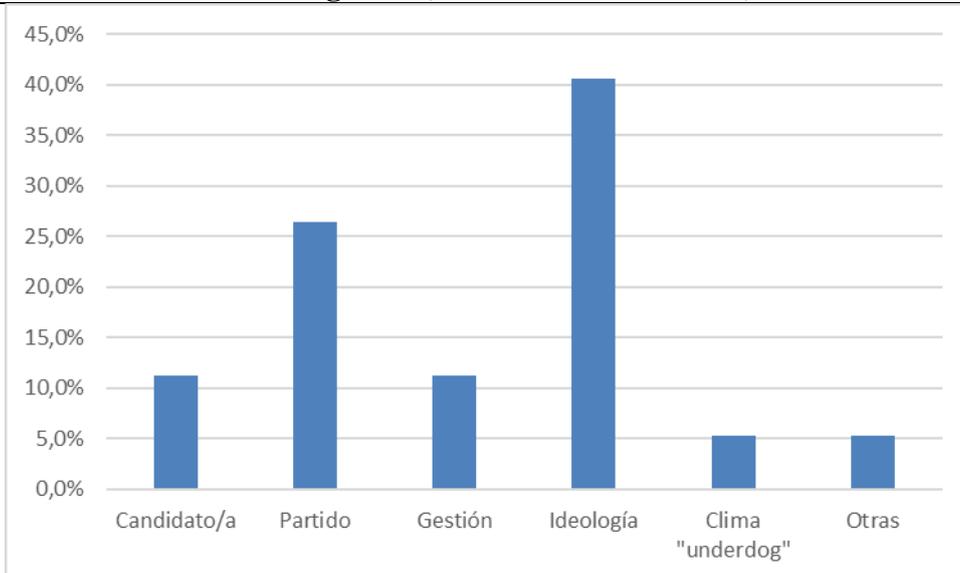


Porcentaje de voto explicado: 90,9 %

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 10 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015

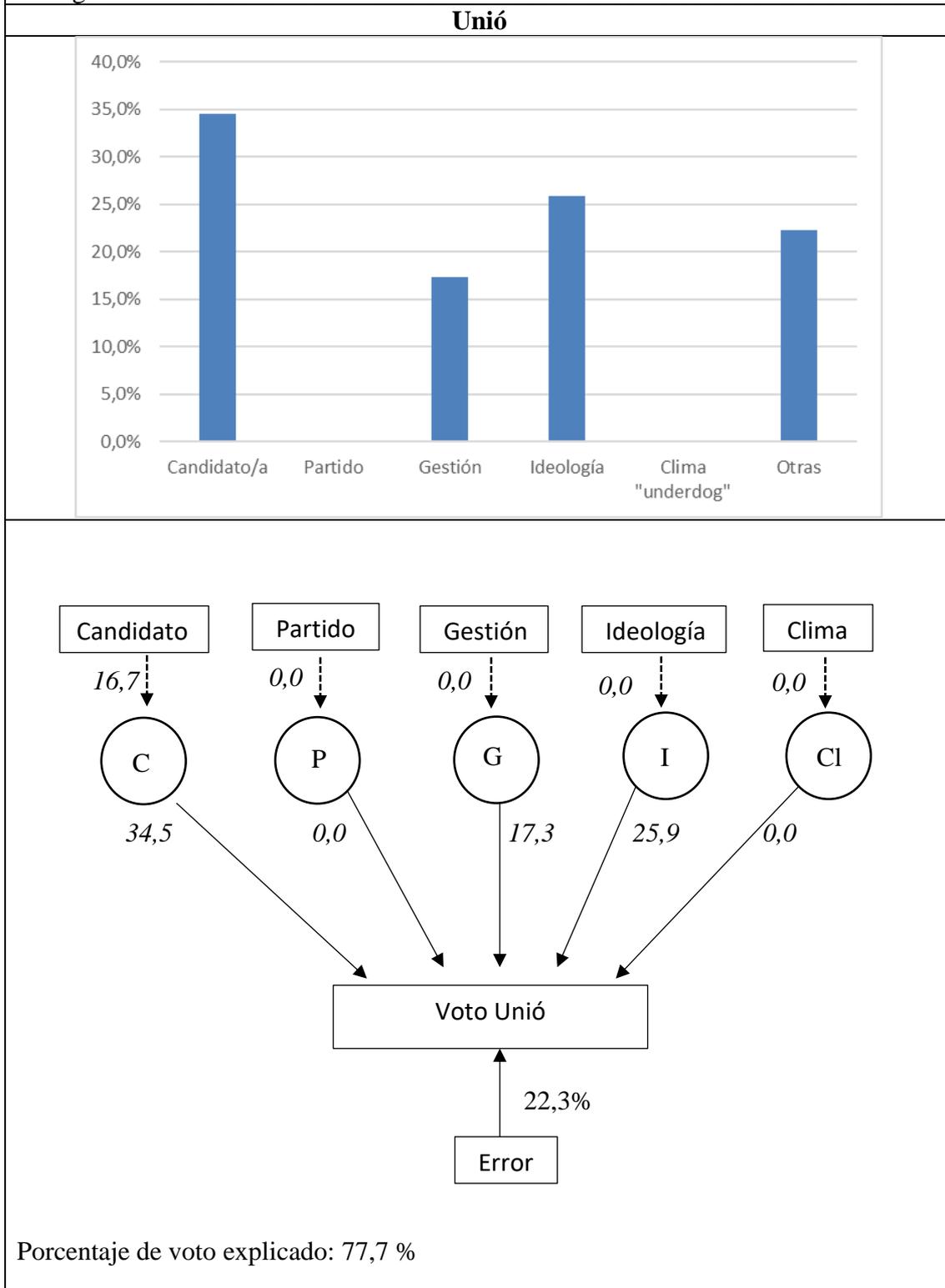
Convergencia (Democracia i Llibertat)



Porcentaje de voto explicado: 94,7 %

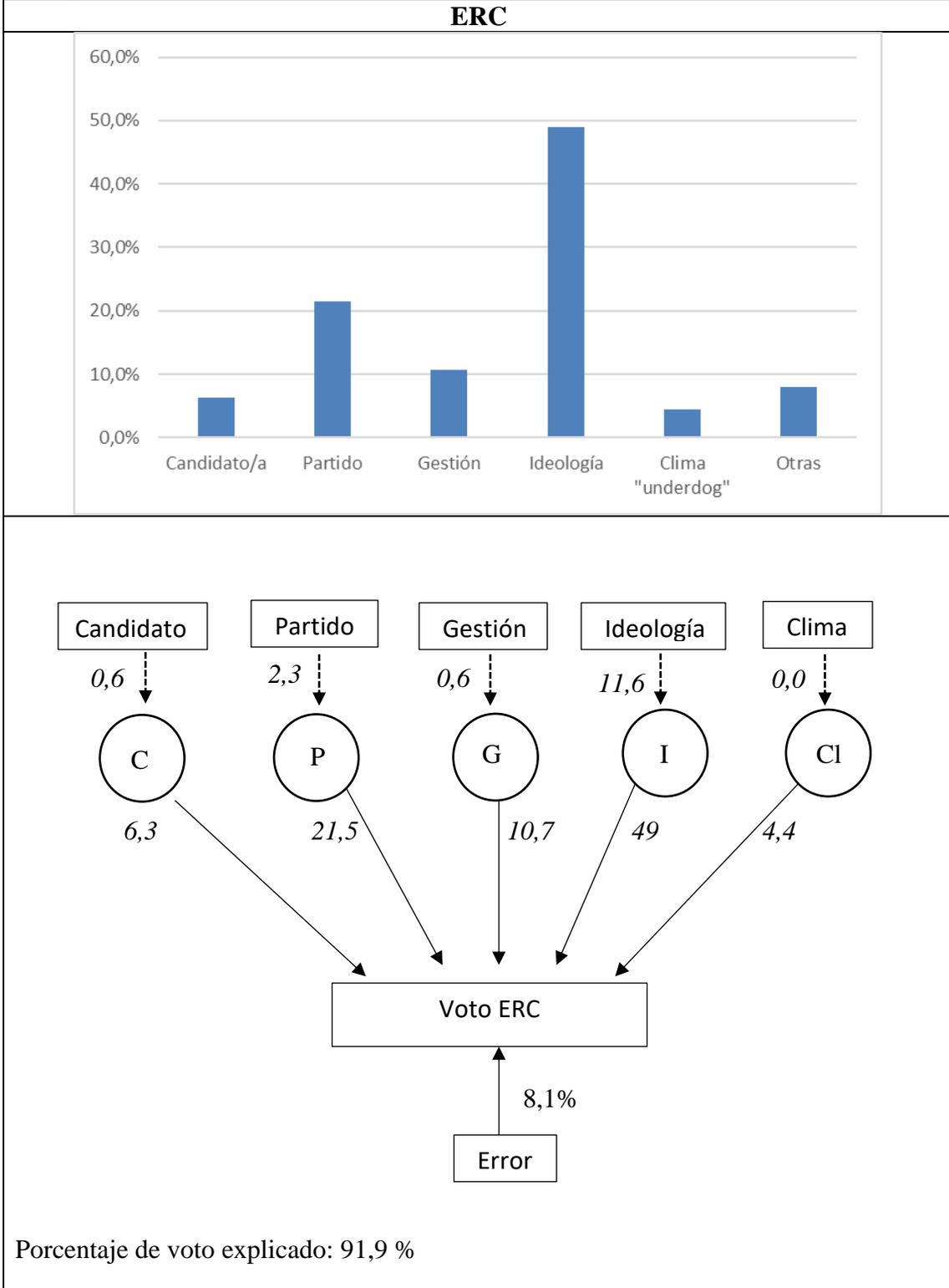
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 11 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



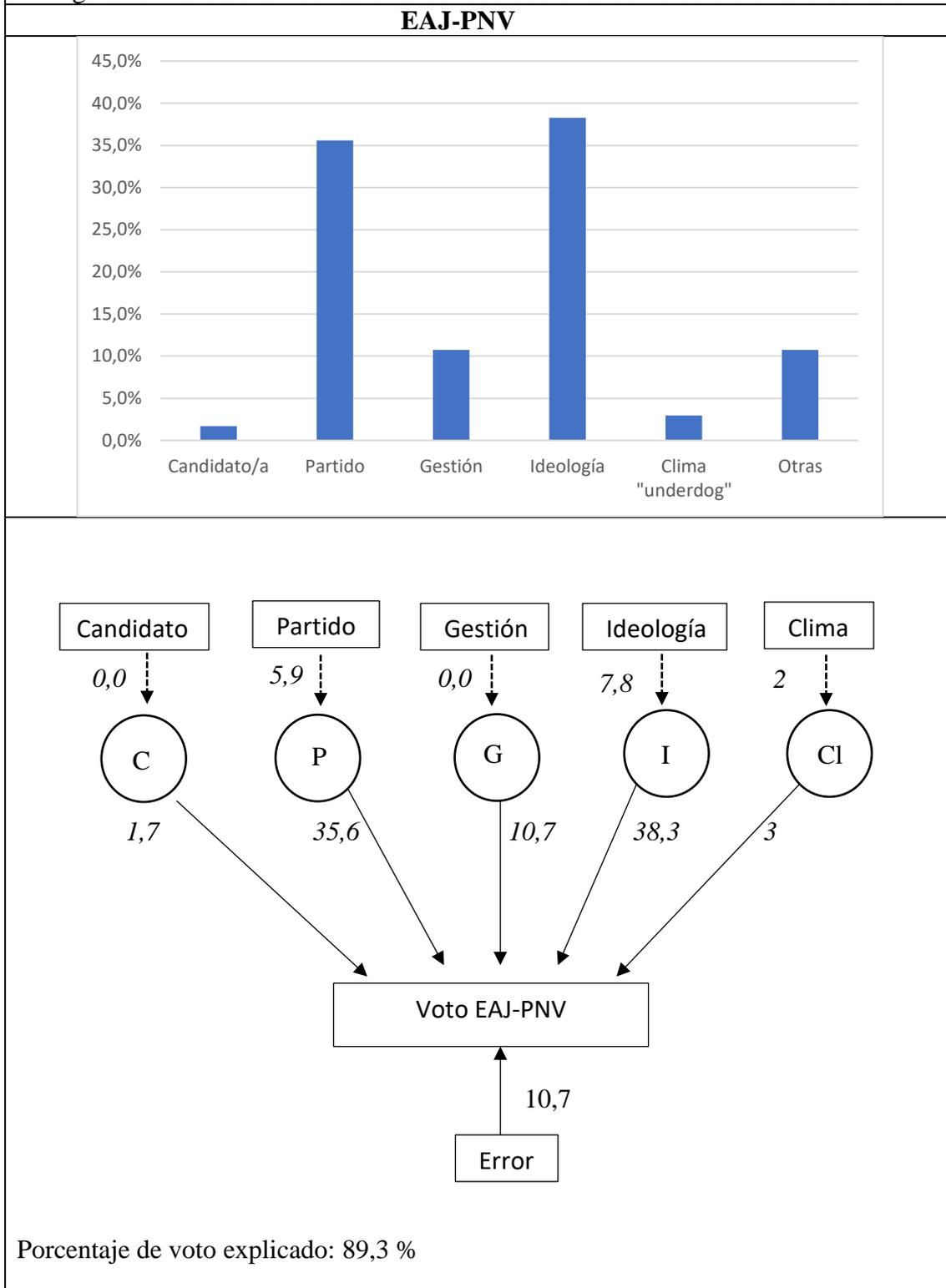
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 12 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



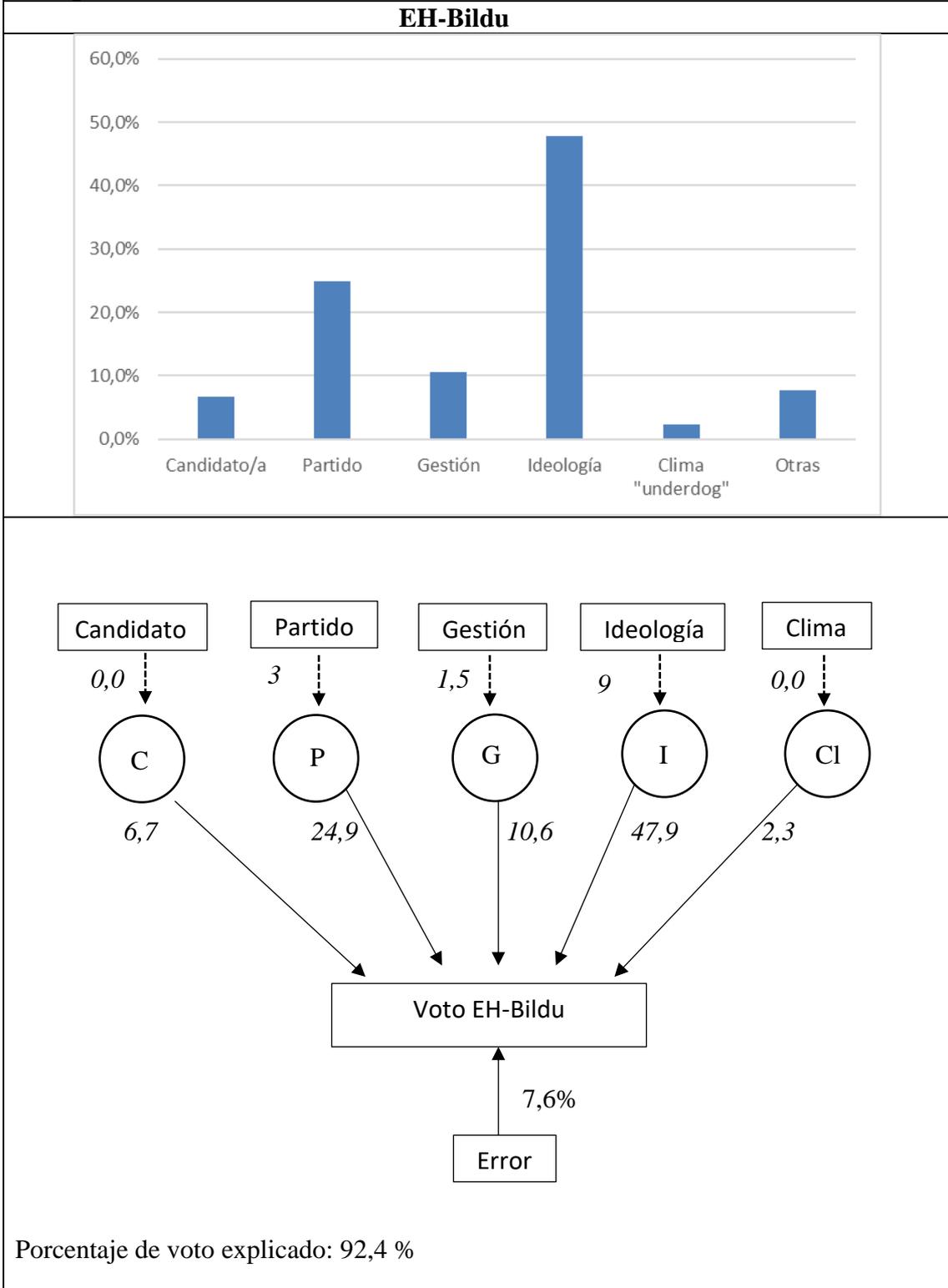
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 13 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



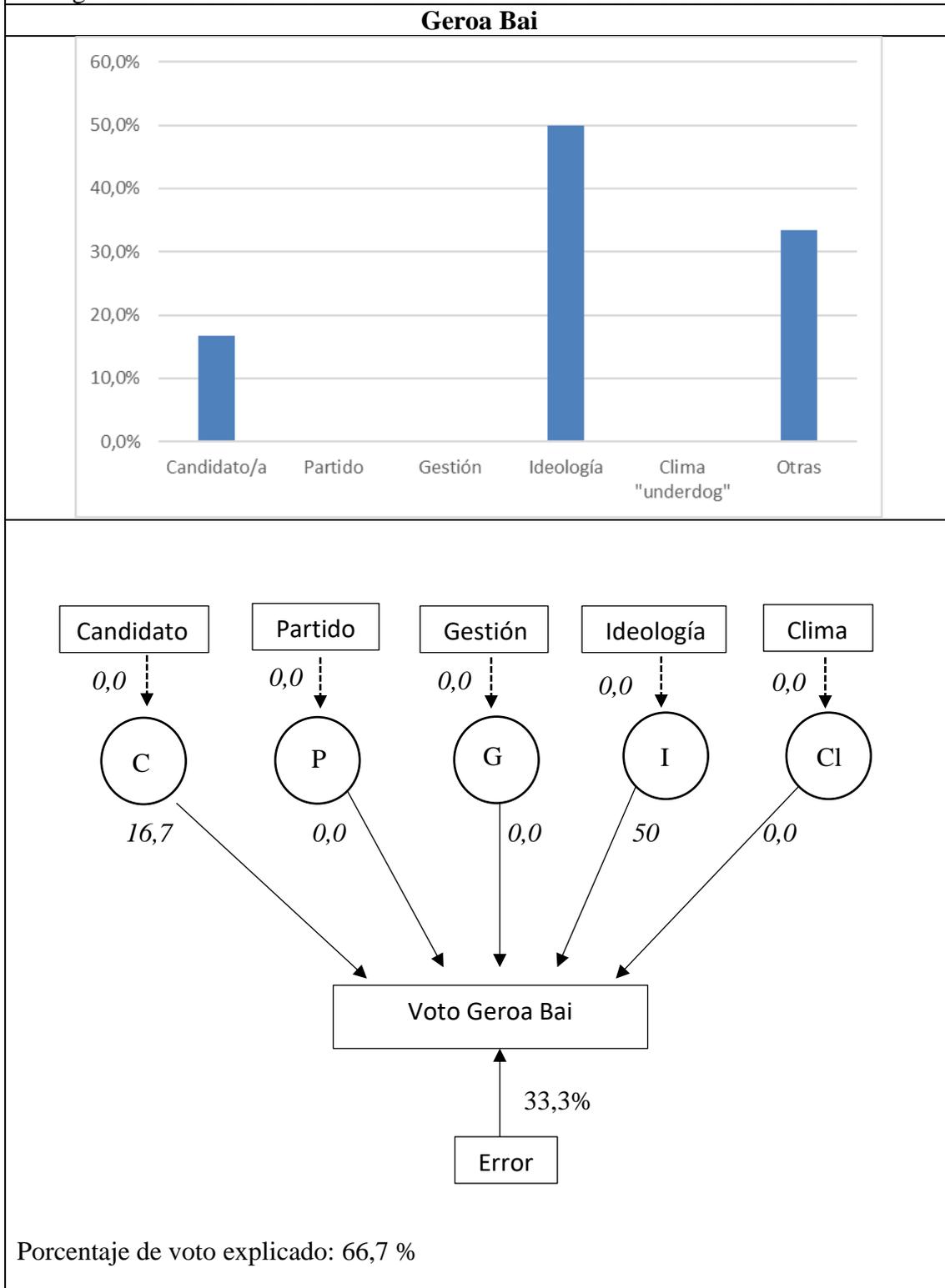
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 14 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



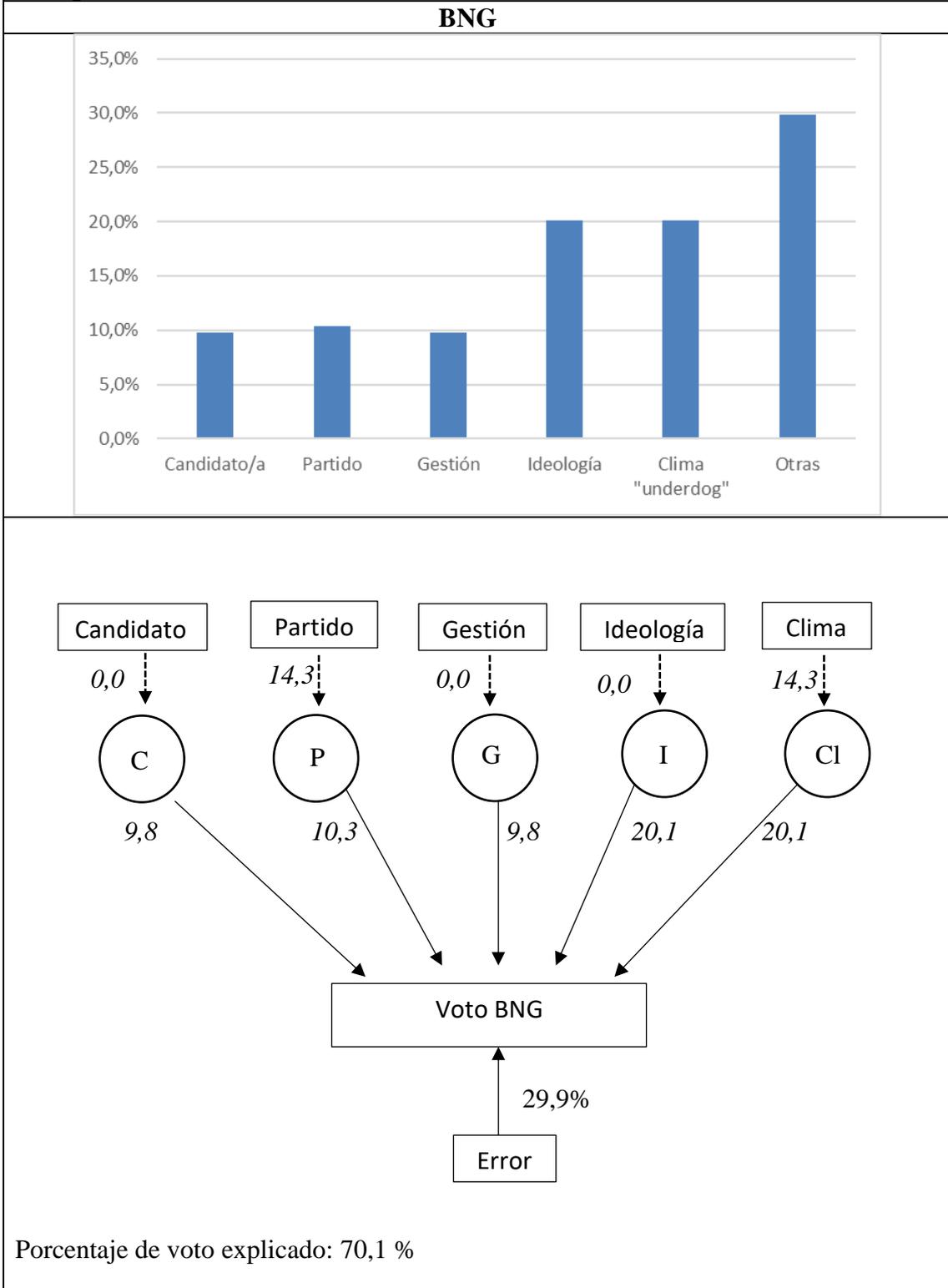
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 15 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



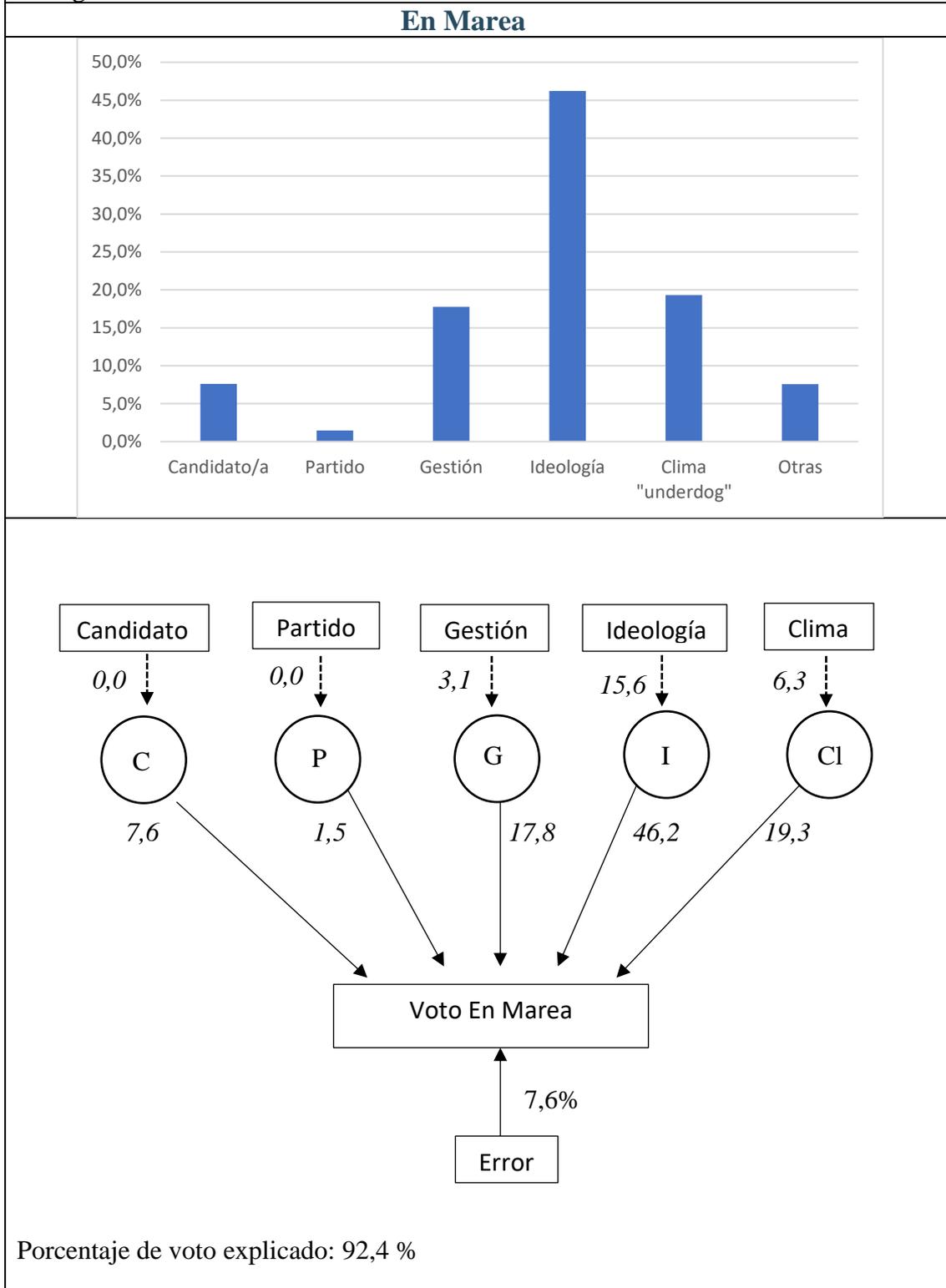
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 16 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



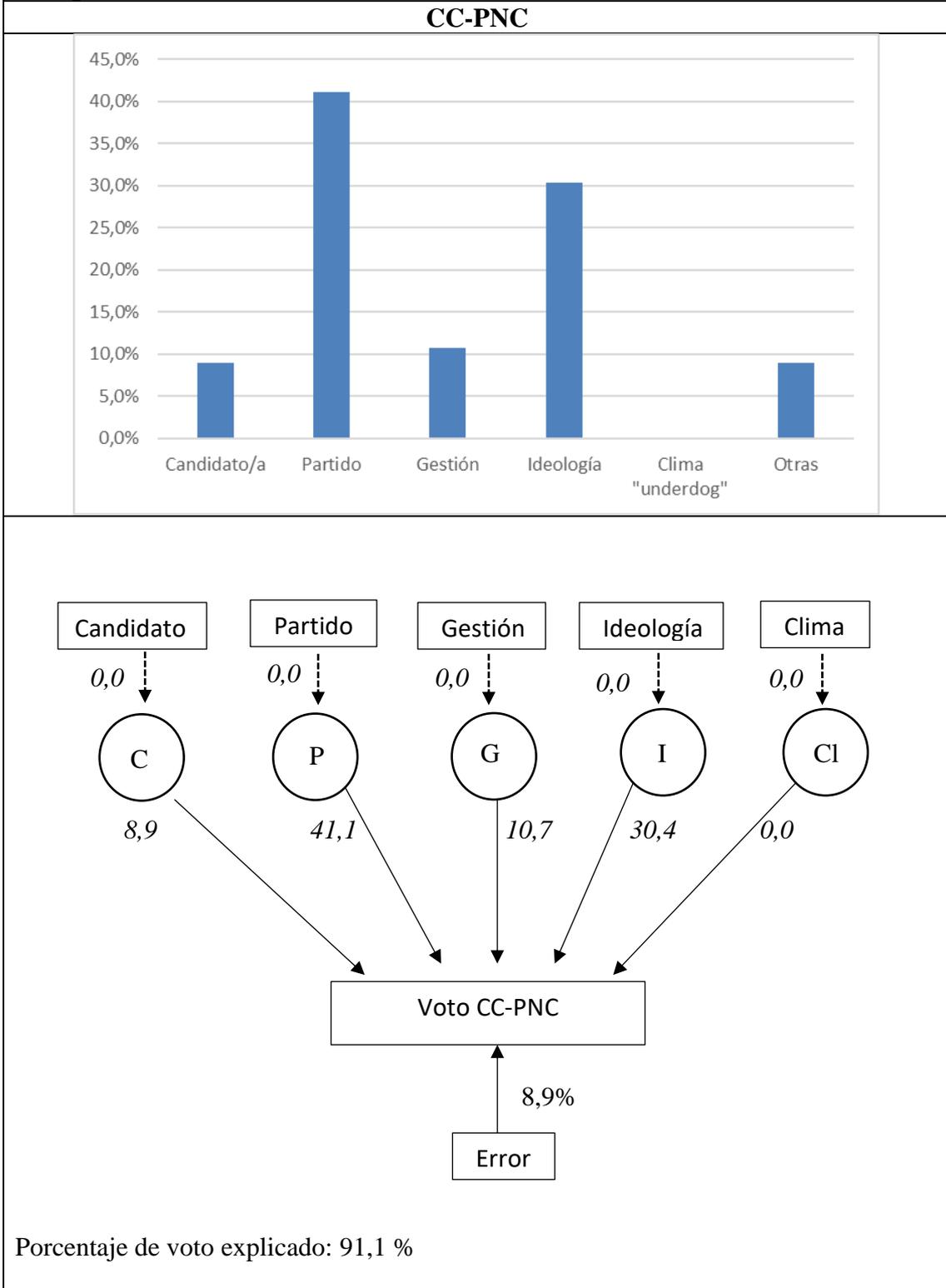
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 17 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



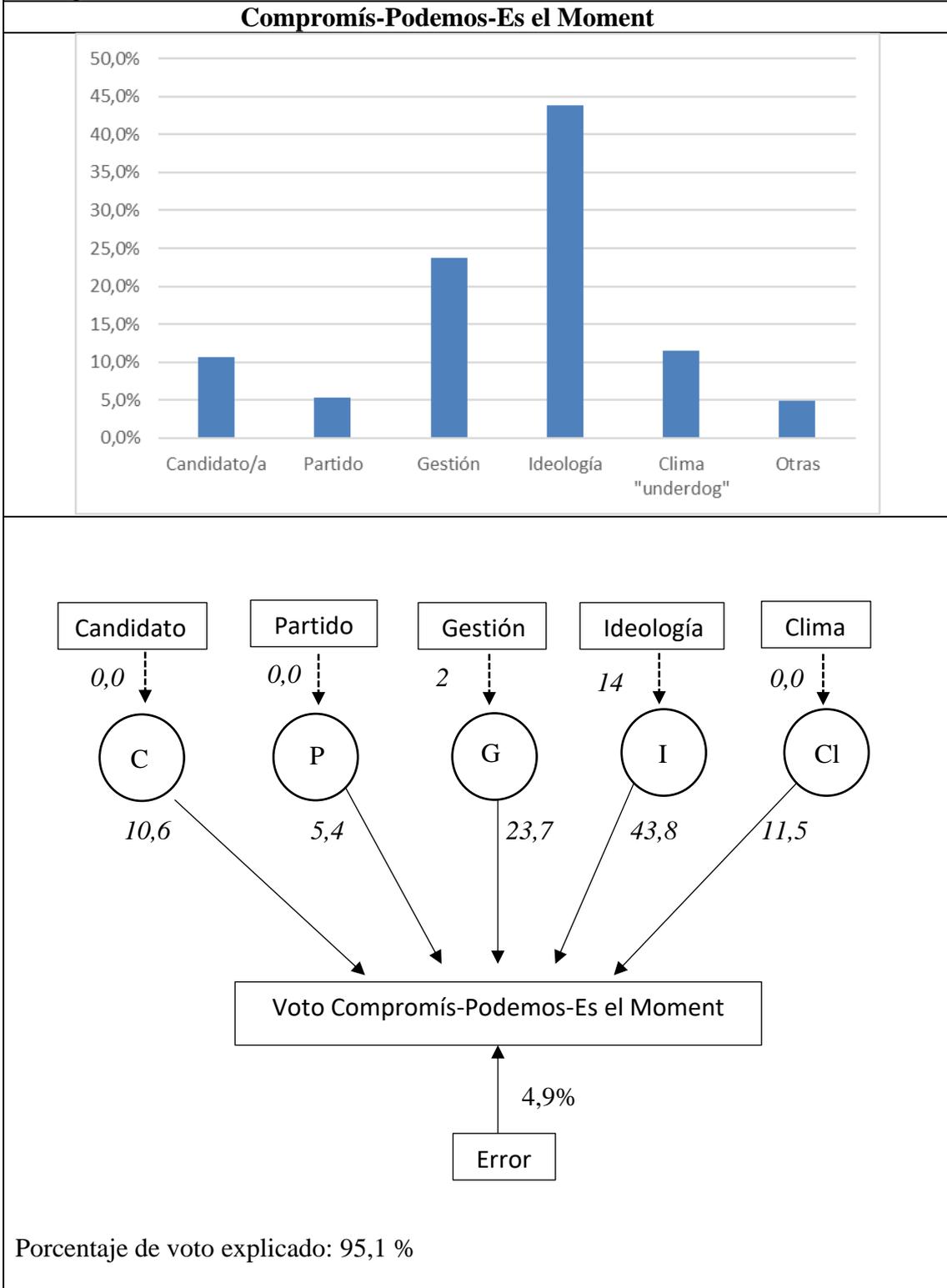
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 18 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



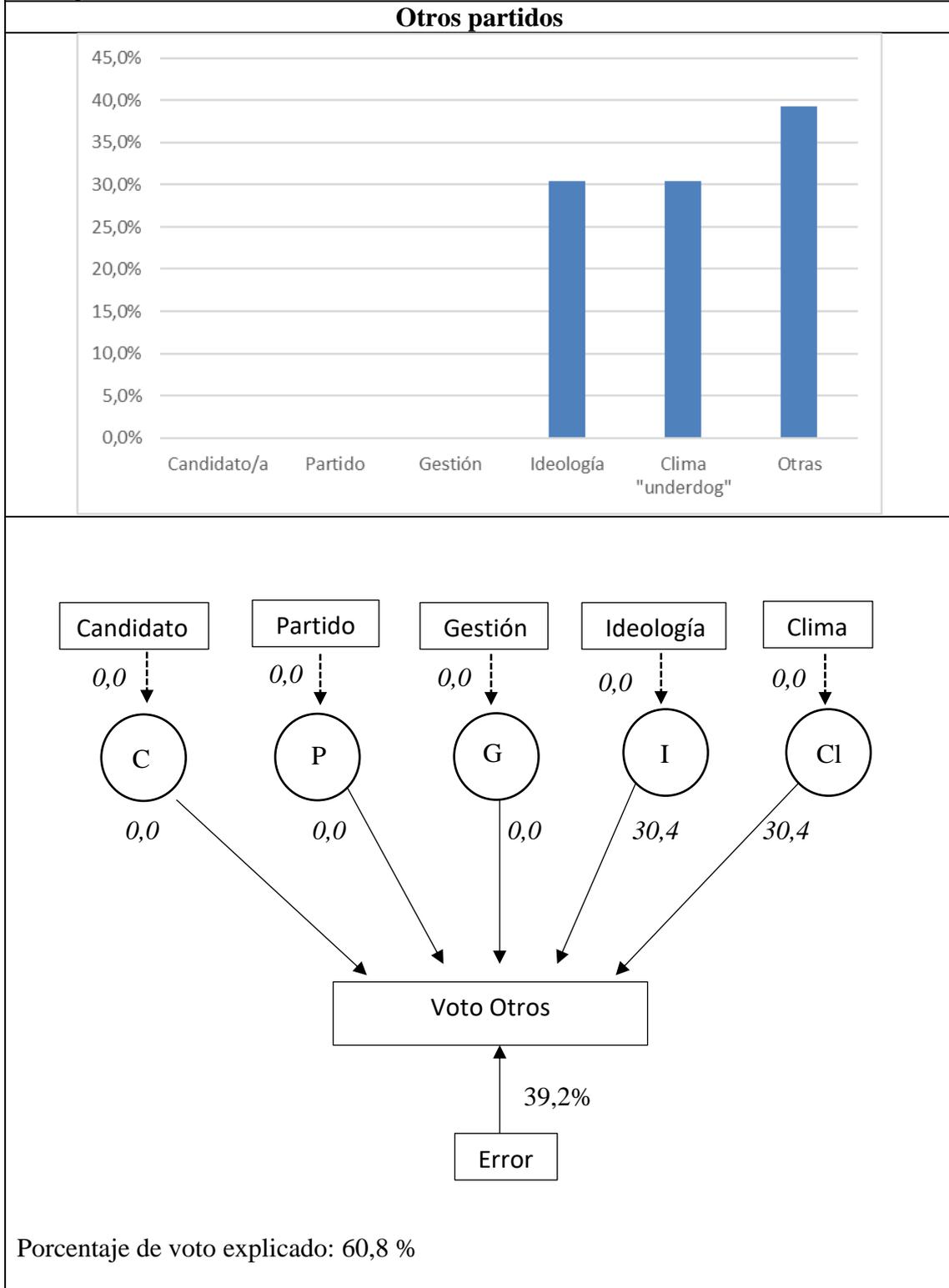
Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 19 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Figura 20 Estructura motivacional de las elecciones de 20 de diciembre de 2015



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 4. 2015 Motivaciones combinadas según partido

	PP	PSOE	Podemos	Ciudadanos	IU (Unidad Popular)	En Comú Podem	Compromís-Podemos-És el Moment	ERC
Candidato	0,8%	0,2%	0,7%	2,2%	0,5%			0,6%
Partido	2,0%	3,0%			1,5%			2,3%
Gestión	4,1%	0,6%	0,5%	1,2%	0,5%		2,0%	0,6%
Ideología	1,1%	3,5%	6,7%	7,2%	6,8%	8,3%	14,0%	11,6%
Clima	1,3%	2,1%	4,4%	3,4%	2,0%			
Otros	2,3%	2,2%	4,5%	5,7%	2,0%	6,9%	2,0%	1,2%
Candidato-Partido	9,3%	7,2%	0,3%	0,3%	2,9%	1,4%		
Candidato- Gestión	12,7%	2,5%	3,0%	6,0%	5,4%	5,6%	4,0%	
Candidato-Ideología	4,3%	7,3%	15,2%	24,6%	22,4%	23,6%	12,0%	10,4%
Candidato-Clima	0,9%	2,1%	3,2%	4,5%	2,0%	2,8%		1,2%
Candidato-Otra	0,2%	0,4%	0,9%	3,6%	1,5%		2,0%	
Partido-Gestión	14,3%	9,5%			2,0%	2,8%		1,7%
Partido-Ideología	8,1%	26,2%	0,9%	0,1%	19,5%	4,2%	10,0%	34,7%
Partido-Clima	1,7%	5,0%	0,1%	0,1%	1,5%			0,6%
Partido-Otra	1,6%	2,1%	0,2%		1,0%			
Gestión-Ideología	21,2%	10,2%	22,6%	15,4%	10,7%	29,2%	28,0%	15,0%
Gestión-Clima	6,7%	2,4%	3,9%	3,0%	0,5%		8,0%	
Gestión-Otra	2,2%	0,5%	0,7%	1,8%				1,2%
Ideología-Clima	2,1%	7,3%	23,3%	11,6%	8,8%	5,6%	14,0%	6,4%
Ideología-Otra	1,1%	3,4%	5,0%	5,2%	4,4%	6,9%	4,0%	12,1%
Clima-Otra	1,9%	2,4%	3,9%	4,2%	4,4%	2,8%		0,6%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 4. 2015 Motivaciones combinadas según partido (continuación)

	Convergència (Democràcia i Llibertat)	En Marea	EAJ-PNV	EH Bildu	UPyD	BNG (Nós- Candidatura Galega)	Unió	PACMA	VOX
Candidato	1,9%				6,3%		16,7%		
Partido	2,9%		5,9%	3,0%		14,3%			
Gestión		3,1%		1,5%	6,3%				
Ideología	6,8%	15,6%	7,8%	9,0%				11,8%	33,3%
Clima		6,3%	2,0%		6,3%	14,3%		5,9%	
Otros	3,9%	3,1%	7,8%	1,5%	6,3%	28,6%	8,3%	15,7%	
Candidato-Partido	5,8%			3,0%					
Candidato- Gestión	1,0%	3,1%		1,5%					
Candidato-Ideología	10,7%	9,4%	3,9%	9,0%	6,3%		25,0%		16,7%
Candidato-Clima	1,9%								
Candidato-Otra						14,3%	16,7%		
Partido-Gestión	1,9%		2,0%		12,5%				
Partido-Ideología	37,9%	3,1%	47,1%	37,3%	6,3%			13,7%	8,3%
Partido-Clima	1,9%			1,5%				3,9%	
Partido-Otra			7,8%	1,5%				5,9%	
Gestión-Ideología	12,6%	25,0%	7,8%	16,4%	25,0%	14,3%	16,7%	11,8%	8,3%
Gestión-Clima	1,0%		2,0%		6,3%				
Gestión-Otra	1,9%		2,0%				16,7%		
Ideología-Clima	3,9%	18,8%	2,0%	3,0%	12,5%	14,3%		11,8%	
Ideología-Otra	2,9%	6,3%	2,0%	11,9%	6,3%			17,6%	16,7%
Clima-Otra	1,0%	6,3%						2,0%	16,7%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Si consideramos los conjuntos motivacionales, es posible evaluar qué motivos forman parte del perfil más fundamental del voto a cada partido. Así, en el caso del Partido Popular el rasgo que entra en combinación común con todos los demás es la gestión, en este caso las promesas de mejora de gestión en el contexto de la fuerte crisis económica. Sobre ese elemento sustantivo de la gestión (4,1%), se combinan motivaciones como son gestión más candidato (12,7%), gestión más partido (14,3%), gestión más ideología (21,2%) o gestión más clima político (6,7%), incluyendo la gestión en combinación con otras argumentaciones.

En las elecciones generales de noviembre de 2011 las promesas de gestión, tales como rebajar impuestos o reducir la presión social que representaba la crisis económica, fue la motivación estrella y la movilización de voto hacia el Partido Popular. Aun queda entre su electorado en las elecciones de 2015 la huella de las motivaciones que dieron la mayoría absoluta al PP en 2011.

Por el contrario el partido que se encontraba en el gobierno en los primeros años de la crisis económica, el Partido Socialista Obrero Español, encuentra como motivos básicos de voto los elementos más estructurales y militantes como son el partido y la ideología. Así son las combinaciones de partido e ideología las más habituales entre los votantes del PSOE en las elecciones de 2015.

La motivación por el partido (3%), el partido más el candidato (6,9%), la ideología más el candidato (7,3%), el partido más de la ideología (26,2%) o el partido más el clima político (5%). Se observa con claridad como la motivaciones motrices de voto al Partido Socialista Obrero Español se ancla en los elementos más estructurales como son la ideología o el partido, en algunos casos en simultaneidad con el candidato.

Un perfil semejante al observado en el Partido Socialista Obrero Español se aprecia en el caso del voto a Izquierda Unida, si bien de una forma mucho más delineada. Así la ideología y el partido aparecen como factores motrices, siendo la ideología (6,8%), la combinación de partido político más ideología (19,5%), ideología más el candidato (22,4%), la ideología y la gestión (10,7%), la ideología más el clima

político existente (8,8%) y por último la ideología en combinación con otras argumentaciones el (7,7%). En el caso del voto Izquierda Unida la motivación base esencial refiere directamente a la ideología política.

Unos partidos característicos por su carácter emergente son Ciudadanos y Podemos. En los dos partidos las motivaciones motrices son bastante semejantes. Así, el voto a Podemos viene argumentado por la ideología (6,7%) al igual que en Ciudadanos (7,2%); las combinaciones más frecuentes son candidato e ideología con un 15,2% en Podemos y del 24,6% para el caso de Ciudadanos.

Tanto los candidatos Pablo Iglesias por Podemos y Albert Rivera en Ciudadanos eran motivos de voto importantes para dichos partidos. La combinación entre gestión e ideología es motivo para 22,6% en Podemos y del 15,4% en Ciudadanos. Son además, electorados muy sensibles al clima político y sus posicionamientos ideológicos. El 23,3% del voto a Podemos y el 11,6% en Ciudadanos se apoyan sobre la combinación entre clima e ideología.

UPyD, que era un partido emergente en las elecciones de 2011 se encuentra en declive según sus resultados electorales en 2015, conserva sus apoyos más sólidos en la imagen de su candidata Rosa Díez y la ideología. Así, entre las motivaciones más diferenciales de voto a UPyD se encuentra la candidata con 6,3%, el clima político existente (2,6%), así como la combinación de candidata e ideología (3,3%) y candidata con clima político (6,3%).

La ideología aparece como motivo de voto esencialmente ligada al clima político existente en ese momento (12,5%) y la gestión más la ideología (12,5%). Resulta evidente que UPyD viene a ser reemplazado electoralmente por Ciudadanos.

Un perfil diferenciado presenta los partidos de ámbito nacionalista, que tienden a concentrar sus motivaciones de voto en las elecciones generales en factores de tipo estructural. Factores como son los candidatos o la gestión, en tanto que motivaciones para el voto en elecciones generales, presentan un peso marginal comparado con la importancia que alcanzan en los partidos de ámbito nacional. Son la ideología y la afinidad con el partido político los que se convierten en

factores clave en estos casos. Así la motivación fundamental de voto para el partido Convergència (Democràcia i Llibertat) son el partido (2,9%) y la ideología (6,8%) así como el partido y la ideología (37,9%), la gestión y la ideología (12,6%) o el candidato más la ideología (10,7%).

Para PNV, la ideología (7,8%), la ideología en combinación con otras argumentaciones junto con el partido (47,1%) son las motivaciones fundamentales. Nuevamente la ideología como eje central de las motivaciones de voto a partidos de ámbito autonómico. El voto a EH Bildu también ofrece como motivación diferencial la combinación entre partidos e ideología (37,3%) o la ideología junto con otras consideraciones. Esquerra Republicana de Catalunya presenta la misma estructura motivacional anterior donde la ideología (11,6%), el partido más de la ideología (34,7%) o la ideología junto a otras consideraciones son las motivaciones clave. E

n el caso de BNG se aprecia la presencia atípica, considerando las estructuras observadas para los partidos de ámbito autonómico, con motivaciones alternativas a las consideradas en un 28,6%. Muy posiblemente el número limitado de casos influya directamente en la magnitud que alcanza. La ideología es así mismo la motivación más característica de otros partidos como PACMA o en combinación con otras motivaciones (17,6%).

Se confirma lo observado para el caso de las elecciones generales de 2011, según lo cual en las elecciones generales los votantes de los partidos de ámbito nacional prestan una mayor atención a los candidatos o las promesas de gestión que los partidos de ámbito autonómico. Algo que se reconfigura para las elecciones de ámbito autonómico, donde los factores motivacionales basados en las candidaturas y la gestión alcanzan un peso más equilibrado. Viene esto a confirmar algo bien establecido, como es que cada tipo de elección establece un marco referencial propio, donde las motivaciones se equilibran en su propio ecosistema político.

En términos de estimación electoral, el problema surge en el caso de los partidos de ámbito autonómico, dado que la afinidad con partidos es una medición habitual,

pero o lo es tanto la ideología expresada en términos regionalistas o nacionalista. La debilidad de los demás factores hace que se incremente la fragilidad de las estimaciones de partidos de ámbito territorial autonómico a las elecciones generales.

Una cuestión interesante es evaluar en qué forma las diferentes motivaciones se estructuran en lo que se refiere a los tiempos de decisión con respecto a la fecha de las elecciones. En definitiva, determinar si existe una relación entre la presencia de una motivación para el voto y el momento en que se toma la decisión. En principio la presunción más evidente es que las decisiones tomadas a partir del factor del clima político se adoptarán más tardíamente, mientras que las vinculadas con elementos más estructurales como son el partido político o la ideología deberían de aparecer en momentos más tempranos.

A efectos de análisis se debe hacer notar el efecto de utilizar preguntas con respuesta múltiple, en la medida que la presencia simultánea de diferentes motivaciones producirá una interferencia en el patrón de fondo que pueda asociar el tipo de motivación (más o menos estructural) con los tiempos de toma de decisión.

Tal como puede observarse en la tabla 5 el 62,8% de las personas entrevistadas que participaron finalmente las elecciones, tenían decidido el partido al que votar desde hacía ya bastante tiempo. Un porcentaje bastante inferior a las elecciones de 2011, donde la decisión de participar era bastante más elevada.

Asimismo, un 9% afirma que tomó la decisión sobre el partido al que iba a votar antes de la campaña electoral; en ese sentido un 62,8% de las personas entrevistadas no parecen haber sido influenciadas por la campaña en sí misma, si atendemos al sentido de sus respuestas. En estas situaciones electorales, donde la mayor parte de los electores tienen decidido su voto antes de la campaña, los efectos asociables a esta influyeron en una forma u otra en torno al 35,9% del electorado que participó.

Tabla 5 Momento de decisión sobre el partido a votar **en las elecciones generales de 2015**

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	3454	62,8	62,8
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	493	9,0	71,8
Lo decidió durante la última semana de la campaña	968	17,6	89,4
Lo decidió el mismo día de la votación	513	9,3	98,7
N.C.	69	1,3	100,0
Total	5497	100,0	

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

En las tablas siguientes se presenta el momento de decisión acerca del partido que se iba a votar en función a las motivaciones principales enunciadas por las personas entrevistadas. Un patrón común que se detecta para todas ellas corresponde con la categoría “otras motivaciones” que, fuesen las que fuesen, van teniendo un mayor efecto conforme se aproxima el momento de las elecciones. Es un proceso que se aprecia igualmente, incluso con mayor intensidad, para el caso de la motivación basada en el clima. Cuanto más próximo es el momento de la votación mayor influencia se atribuye a dicho factor.

Por el contrario las motivaciones basadas en la identificación con el partido, la afinidad ideológica o la gestión se encuentran detrás de las decisiones más tempranas con respecto al partido que se va a votar. Nuevamente se confirma como las motivaciones de naturaleza más estructural no solamente intervienen con mayor peso independientemente del tipo de elección, sino que también se asocia a las decisiones más anticipadas con respecto a su comportamiento electoral futuro.

Tabla 6 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar en 2015

	Candidato/a	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otras	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	25,2%	33,4%	44,3%	60,8%	15,2%	9,4%	188,3%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	27,3%	14,9%	39,3%	62,9%	28,0%	14,5%	186,9%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	26,1%	12,0%	32,6%	57,1%	32,7%	20,6%	181,1%
Lo decidió el mismo día de la votación	14,3%	11,7%	26,9%	45,9%	43,6%	29,0%	171,4%
Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.							

Tabla 7 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

	Candidato/a	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otras	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	13,4%	17,7%	23,6%	32,3%	8,1%	5,0%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	14,6%	8,0%	21,0%	33,7%	15,0%	7,8%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	14,4%	6,6%	18,0%	31,5%	18,1%	11,4%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	8,4%	6,8%	15,7%	26,8%	25,4%	16,9%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Tabla 8 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar en 2015

	Candidato/a	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otras
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	66,5%	83,0%	71,4%	66,9%	45,2%	45,3%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	9,9%	5,1%	8,7%	9,5%	11,5%	9,6%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	18,5%	8,0%	14,1%	16,8%	26,1%	26,5%
Lo decidió el mismo día de la votación	5,0%	3,9%	5,8%	6,7%	17,3%	18,5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Las tablas a continuación muestran la estructura relacional existente para cada uno de los partidos entre los motivos principales para votarle y los momentos de decisión del voto.

Se aprecia como para la mayor parte de los partidos, y especialmente los de ámbito nacional, la decisión de voto es tomada con bastante anticipación con respecto al momento de la votación.

Cabe destacar el caso del Partido Socialista Obrero Español para el que las motivaciones basadas en el clima se intensifican conforme se aproximan las elecciones. Algo que también sucede para el caso de los votantes a Izquierda Unida, pero que es menor y más desestructurada en lo que se refiere al voto a los partidos de derechas.

Tabla 9 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar en 2015

PP	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	14,5%	19,3%	41,4%	18,1%	4,2%	2,6%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	9,7%	10,2%	47,1%	21,1%	7,3%	4,7%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	8,3%	8,2%	43,3%	15,4%	14,3%	10,5%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	2,3%	8,5%	41,3%	7,2%	26,4%	14,3%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 10 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar en 2015

PP	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	87,3%	88,4%	76,5%	80,5%	48,8%	47,3%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	4,5%	3,6%	6,7%	7,3%	6,6%	6,7%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	7,4%	5,5%	11,8%	10,1%	24,6%	28,8%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,9%	2,5%	5,0%	2,1%	20,0%	17,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 11 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar en 2015

PSOE	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	10,8%	32,3%	14,4%	32,5%	5,9%	4,1%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	10,9%	22,4%	11,7%	28,0%	21,3%	5,8%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	12,3%	17,3%	11,0%	28,2%	22,1%	9,1%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	3,2%	16,3%	12,8%	24,9%	27,5%	15,4%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 12 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar en 2015

PSOE	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	72,4%	80,4%	74,2%	73,4%	37,1%	48,4%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	7,1%	5,4%	5,8%	6,1%	12,9%	6,7%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	18,1%	9,5%	12,4%	14,1%	30,4%	23,9%
Lo decidió el mismo día de la votación	2,4%	4,6%	7,5%	6,4%	19,6%	21,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 13 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar en 2015

IU	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	19,5%	19,7%	11,9%	37,3%	7,6%	4,0%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	22,3%	18,5%	5,2%	38,9%	5,9%	9,2%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	17,7%	6,5%	9,1%	38,9%	16,0%	11,8%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	17,4%	8,4%	4,1%	44,2%	13,3%	12,5%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 14 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar en 2015

IU	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	58,5%	74,5%	68,9%	55,3%	42,8%	31,7%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	8,4%	8,8%	3,8%	7,3%	4,2%	9,2%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	23,1%	10,6%	22,8%	25,0%	38,9%	40,4%
Lo decidió el mismo día de la votación	9,9%	6,1%	4,5%	12,4%	14,1%	18,8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 15 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar en 2015

UPyD	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	4,7%	5,6%	35,5%	38,8%	15,4%	0,0%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	13,9%	27,7%	30,8%	14,2%	0,0%	13,4%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 16 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar en 2015

UPyD	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	50,3%	37,7%	77,5%	80,7%	74,1%	0,0%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	0,0%	0,0%	0,0%	9,4%	0,0%	50,0%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	49,7%	62,3%	22,5%	9,9%	0,0%	50,0%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,9%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 17 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

Convergencia (Democracia i LLibertat)	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	12,2%	30,8%	7,4%	42,0%	2,8%	4,8%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	12,8%	16,7%	12,8%	42,2%	12,8%	2,8%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	5,9%	0,0%	51,4%	25,0%	5,9%	11,9%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	23,2%	13,4%	36,6%	26,8%	0,0%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 18 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

Convergencia (Democracia i LLibertat)	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	80,6%	87,7%	48,7%	77,6%	39,5%	74,8%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	15,8%	8,9%	15,8%	14,7%	33,6%	8,3%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	3,5%	0,0%	30,9%	4,2%	7,5%	16,8%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	3,4%	4,6%	3,5%	19,4%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 19 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

Podemos	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	13,2%	1,0%	19,6%	42,1%	17,7%	6,4%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	11,4%	0,0%	19,9%	38,8%	22,0%	8,0%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	14,5%	0,5%	11,7%	38,5%	23,3%	11,5%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	8,1%	0,6%	10,2%	31,8%	35,4%	13,8%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 20 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

Podemos	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	60,3%	78,7%	67,3%	61,6%	49,2%	44,7%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	9,5%	0,0%	12,4%	10,3%	11,1%	10,2%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	24,0%	13,8%	14,6%	20,4%	23,5%	29,3%
Lo decidió el mismo día de la votación	6,1%	7,5%	5,7%	7,6%	16,2%	15,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 21 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

Ciudadanos	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	22,4%	0,4%	18,2%	37,4%	13,1%	8,5%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	22,8%	0,5%	17,5%	35,7%	13,2%	10,3%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	24,2%	0,3%	13,6%	34,3%	16,2%	11,4%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	16,9%	0,0%	10,7%	29,2%	20,7%	22,5%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 22 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

Ciudadanos	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	46,8%	52,9%	52,7%	49,2%	41,5%	35,9%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	17,3%	25,2%	18,4%	17,1%	15,2%	15,7%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	27,8%	21,8%	21,8%	24,8%	28,2%	26,4%
Lo decidió el mismo día de la votación	8,1%	0,0%	7,2%	8,9%	15,1%	21,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 23 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

En Comú Podem	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	16,5%	4,3%	24,0%	41,8%	3,4%	10,0%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	25,7%	4,9%	24,3%	37,0%	8,1%	0,0%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	16,9%	0,0%	15,7%	43,9%	7,8%	15,7%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	17,4%	0,0%	0,0%	55,0%	17,4%	10,1%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 24 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

En Comú Podem	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	54,4%	76,7%	68,9%	59,0%	34,5%	64,0%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	22,9%	23,3%	18,7%	14,1%	21,8%	0,0%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	15,5%	0,0%	12,5%	17,2%	21,8%	28,0%
Lo decidió el mismo día de la votación	7,2%	0,0%	0,0%	9,7%	21,8%	8,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 25 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

Compromís-Podemos-És el Moment	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	12,2%	30,8%	7,4%	42,0%	2,8%	4,8%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	12,8%	16,7%	12,8%	42,2%	12,8%	2,8%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	5,9%	0,0%	51,4%	25,0%	5,9%	11,9%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	23,2%	13,4%	36,6%	26,8%	0,0%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 26 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

Compromís-Podemos-És el Moment	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	66,0%	100,0%	64,8%	77,7%	61,1%	100,0%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	14,0%	0,0%	12,6%	8,6%	13,0%	0,0%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	10,0%	0,0%	22,6%	11,3%	25,9%	0,0%
Lo decidió el mismo día de la votación	10,0%	0,0%	0,0%	2,4%	0,0%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 27 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

ERC	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	6,9%	23,7%	9,2%	48,9%	4,4%	7,0%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	3,4%	26,6%	0,0%	51,7%	10,7%	7,6%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	7,0%	11,8%	17,3%	49,9%	4,4%	9,6%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	12,5%	24,9%	46,6%	0,0%	16,1%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 28 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

ERC	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	83,0%	80,0%	62,0%	72,7%	71,5%	62,9%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	4,0%	8,9%	0,0%	7,6%	17,5%	6,8%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	13,0%	6,1%	18,0%	11,4%	11,0%	13,3%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	5,0%	20,0%	8,2%	0,0%	17,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 29 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

En Marea	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	4,9%	2,4%	21,8%	53,7%	12,2%	4,9%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	27,4%	0,0%	18,0%	45,4%	9,2%	0,0%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	0,0%	0,0%	9,0%	35,9%	45,5%	9,6%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	49,3%	50,7%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 30 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

En Marea	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	39,6%	100,0%	74,8%	70,9%	38,6%	39,8%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	60,4%	0,0%	17,0%	16,5%	8,0%	0,0%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	0,0%	0,0%	8,2%	12,6%	38,2%	20,5%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	15,2%	39,8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 31 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

EAJ-PNV	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	1,1%	39,8%	11,9%	39,8%	2,1%	5,2%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	4,2%	30,0%	7,4%	38,3%	3,2%	17,0%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	0,0%	16,7%	16,7%	16,7%	50,0%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 32 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

EAJ-PNV	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	43,4%	80,0%	77,2%	74,3%	50,0%	33,8%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	9,0%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	56,6%	20,0%	15,9%	23,7%	25,0%	36,5%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	0,0%	6,9%	2,0%	25,0%	20,7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 33 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

EH Bildu	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	6,1%	25,1%	9,9%	49,1%	2,7%	7,1%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	0,0%	26,5%	13,3%	43,4%	0,0%	16,8%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	19,6%	15,4%	19,8%	35,2%	0,0%	10,0%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 34 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

EH Bildu	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	79,1%	88,3%	81,5%	89,5%	100,0%	81,5%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	0,0%	4,4%	5,2%	3,8%	0,0%	9,1%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	20,9%	4,4%	13,3%	5,3%	0,0%	9,4%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	2,8%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 35 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

BNG	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	0,0%	34,6%	32,7%	32,7%	0,0%	0,0%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	24,3%	0,0%	0,0%	25,7%	25,7%	24,3%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	32,7%	67,3%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 36 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

BNG	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	0,0%	100,0%	100,0%	48,6%	0,0%	0,0%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	100,0%	0,0%	0,0%	51,4%	51,4%	32,7%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	48,6%	67,3%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 37 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

PACMA	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros	Total
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	0,0%	19,7%	8,0%	41,3%	9,2%	21,8%	100%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	0,0%	0,0%	0,0%	38,8%	0,0%	61,2%	100%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	0,0%	7,2%	6,4%	32,2%	18,4%	35,8%	100%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	0,0%	9,1%	43,4%	33,4%	14,1%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.							

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

Tabla 38 Motivaciones de voto según el momento de decisión del partido a votar 2015

PACMA	Candidato	Partido	Gestión	Ideología	Clima "underdog"	Otros
Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo	0,0%	91,7%	69,8%	67,3%	44,6%	56,7%
Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%	12,7%
Lo decidió durante la última semana de la campaña	0,0%	8,3%	13,8%	13,1%	22,2%	23,1%
Lo decidió el mismo día de la votación	0,0%	0,0%	16,3%	14,6%	33,2%	7,5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Los porcentajes y los totales se basan en respuestas.						

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

En comparación con lo observado para las elecciones de 2015, se confirman las estructuras y patrones detectados.

4. Conclusiones operativas

En comparación con lo observado para las elecciones de 2015, se confirma el patrón establecido. En ese sentido, las conclusiones son esencialmente las mismas, dado que la eficacia de las motivaciones para diferenciar entre los apoyos electorales que recibe cada partido se confirma como muy elevada.

La primera observación es de naturaleza metodológica. La encuesta poselectoral analizada forma parte de la segunda oleada de un panel voluntario. El modo en que la voluntariedad para participar responda a motivaciones que condicionen a su vez las motivaciones expresadas para votar a un partido u otro, es un elemento que no debe olvidarse. En ese sentido, la indeterminación de dicho efecto de voluntariedad en la participación afecta a todas las variables. Así, los porcentajes de decisión muy anticipada sobre a qué partido votar son muy elevados, no pudiendo discriminar en cuanto responde a la situación electoral, en medio de una crisis económica que afectó la imagen del partido en el gobierno, y cuanto a la autoselección voluntaria. Una persona dispuesta a ser entrevistado por segunda vez es muy factible que tenga una opinión y compromiso ciudadano más consolidada que aquellos que no la tienen.

No obstante, no olvidando los condicionamientos del diseño, se validan observaciones ya efectuadas en los informes anteriores. En primer lugar en el funcionamiento y aplicabilidad de las motivaciones como diagnóstico de electorados según el tipo de elecciones. Los partidos de ámbito estatal participan de las cinco motivaciones en las convocatorias de elecciones generales. Por el contrario, los partidos de ámbito autonómico muestran una mayor debilidad en las motivaciones sobre candidaturas o gestión, adquiriendo más peso en las elecciones generales el partido, la ideología o el clima electoral del momento. Será en las convocatorias de elecciones autonómicas donde los partidos de ámbito autonómico

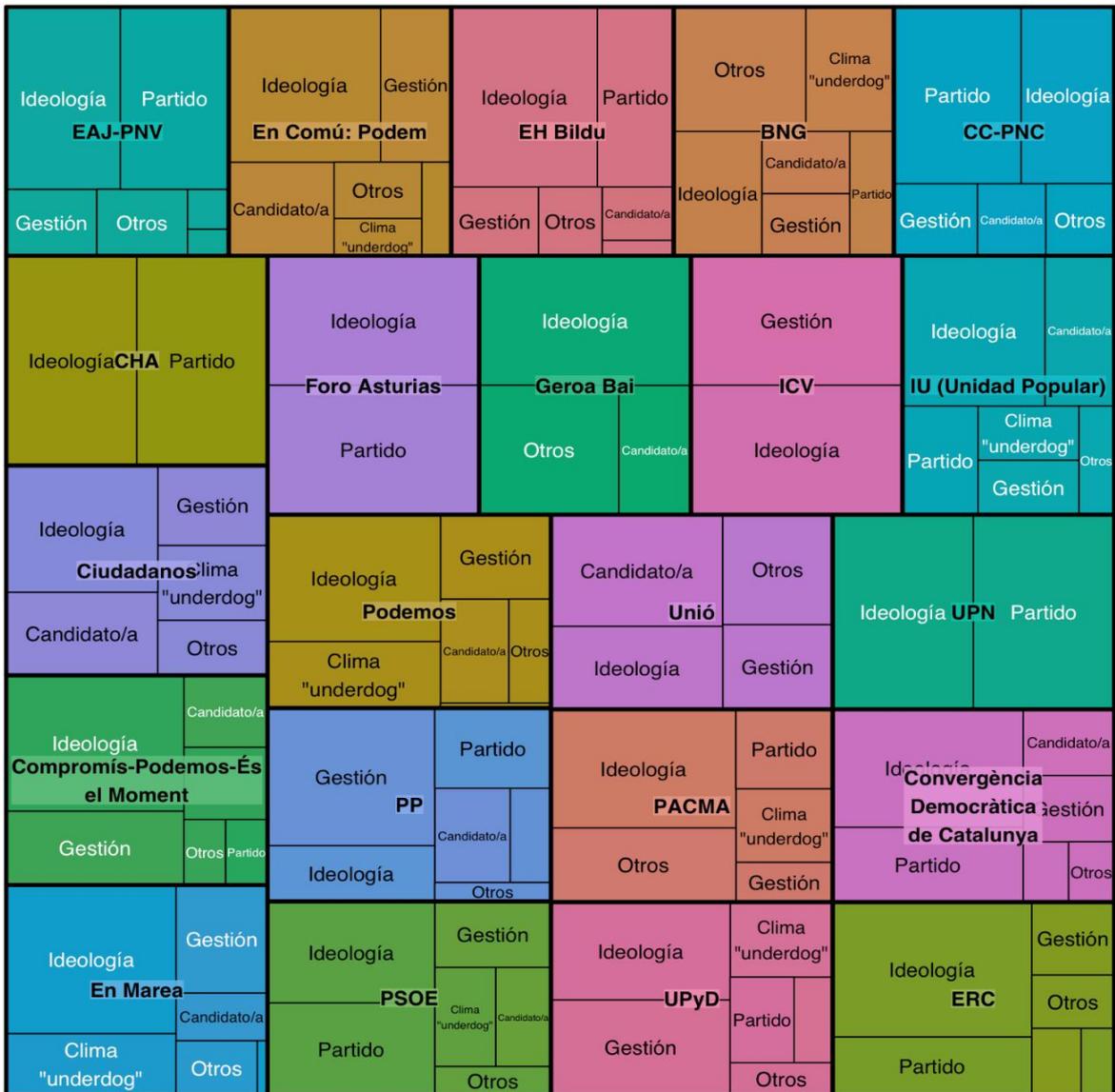
pongan a pleno rendimiento las motivaciones de candidatura, gestión, ideología, partido y clima.

La conclusión parece evidente. En las elecciones generales los votantes de los partidos de ámbito nacional prestan una mayor atención a los candidatos o las promesas de gestión que los votantes a partidos de ámbito autonómico. Algo que se reconfigura para las elecciones de ámbito autonómico, donde los factores motivacionales basados en las candidaturas y la gestión alcanzan un peso más equilibrado. Viene esto a confirmar algo bien establecido, como es que cada tipo de elección establece un marco referencial propio, donde las motivaciones se equilibran en su propio ecosistema político. El gráfico siguiente muestra la estructura de las motivaciones según el partido votado. Se puede observar inmediatamente el peso desproporcionado que adquieren determinadas motivaciones para el caso de los partidos de ámbito autonómico, en comparación con los partidos nacionales. En esta ocasión, y dada la coyuntura de crisis social, económica y política que atravesaba España en el momento de celebrarse las elecciones generales, la motivación de “gestión” en el caso del voto al Partido Popular se advierte como un evidente hecho diferencial.

En el gráfico 2 es posible apreciar claramente, a partir de la extensión de las áreas motivacionales para cada partido, las diferencias sustantivas que se producen entre ellos. Lo interesante a efectos de medir las motivaciones de voto es que además de la consistencia de estas, considerando diferentes elecciones, se produce además una variabilidad significativa asociable a diversos factores que permiten interpretar de un modo específico a cada partido político.

En principio, los análisis sugieren que la medición en cuestionarios preelectorales de estas dimensiones motivacionales puede contribuir de forma significativa a la validación de las intenciones de voto y evaluar las dinámicas que experimenten los partidos en función a la variación en los cinco factores.

Gráfico 2 Comparación de las estructuras motivacionales de voto a partidos en las elecciones generales de noviembre de 2015. (Base respuestas)



Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta poselectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas E3126

En términos de estimación electoral, el problema surge en el caso de los partidos de ámbito autonómico, dado que la afinidad con partidos es una medición habitual, pero no lo es tanto la ideología expresada en términos regionalistas o nacionalista. Aun cuando esté presente la variable sobre centralismo o descentralismo (en cualquiera de sus variantes y formulaciones), la existencia de electores autonomistas, regionalistas e incluso nacionalistas en los partidos de ámbito estatal reduce su capacidad para diferenciar entre los electorados. La debilidad de los

demás factores, unido a la “borrosidad” para discriminar de las variables ideológicas de naturaleza nacionalista o regionalista, hace que se incremente la fragilidad de las estimaciones de partidos de ámbito territorial autonómico a las elecciones generales.

En lo referido a las preguntas que surgen del análisis anterior, el análisis de las motivaciones del modelo pentafactorial no muestra diferencias significativas para diversas variables sociodemográficas, como son la edad, el nivel educativo, el género, etc. Sí se aprecian indicios de estructura de carácter ideológico. Entre ellas, en términos exploratorios pendiente de un mayor análisis (recordemos la limitación del diseño panel), parece que la motivación ideológica presenta una mayor prevalencia entre los segmentos de izquierda ideológica, mientras que es la gestión o la expectativa de ella la que prevalece en los segmentos de derechas. No obstante, es una hipótesis preliminar pendiente de más análisis y de datos alternativos.

5. Referencias

- Abramowitz, A. I. (2008) Forecasting the 2008 presidential election with the time-for-change model. *Political Science and Politics*, 41, 691-696.
- Abramson, P. (1977) *The Political Socialization of Black Americans: A critical evaluation of research on efficacy and trust*. New York: Free Press.
- Achen, Christopher H. (1992) Social Psychology, Demographic Variables, and Linear Regression: Breaking the Iron Triangle in Voting Research. *Political Behavior*, 14:195-212.
- Alaminos, Antonio (1991). *Teoría y práctica de la encuesta*. Madrid: CEDEAL.
- Alaminos, Antonio (1994) Predicciones electorales en España en Alaminos et al., *Future Days*. Alicante: Fundación Cultural CAM.
- Alaminos, Antonio (1996) Las predicciones electorales de las elecciones generales de 1996 en España. En VVAA *Elecciones Generales 1996 y medios de comunicación*

en la región de Murcia. Murcia: Fundación Instituto de la Comunicación de Murcia.

Alaminos, Antonio (2004) Tendencias en ideología política: estructura y contenidos, en José Félix Tezanos (ed.) *Tendencias en identidades, valores y creencias*, Madrid, Fundación Sistema. Pág. 119-168

Alaminos, Antonio (2008) La credibilidad de los programas políticos, *Revista Temas*, N° 160. Marzo. Pág. 63.

Alaminos, Antonio (2010) Testing the spatial ideology model: Germany 1983-1998, *OBETS-Revista de Ciencias Sociales*, vol. 5, n° 2. Páginas 295-309.

Alaminos, Antonio (2012) Missing mixed mode: elemental structures. *OBETS: Revista de Ciencias Sociales*. Número 7. Páginas 327-333.

Alaminos, Antonio (2015) Forecasting elections with high volatility. *Italian Journal of Applied Statistics*. 25 (2), 165-184.

Alaminos, Antonio (coord.) (1995) *La gestión de la vida local*, Alicante, Fundación CAM.

Alaminos, Antonio et al. (2015). *Análisis multivariante para las Ciencias Sociales I. Índices de distancia, conglomerados y análisis factorial*. Cuenca (Ecuador): PYDLOS Ediciones.

Alaminos, Antonio y Antonio F° Alaminos-Fernández (2016), *La medición de las motivaciones de voto en las elecciones generales del 20 de diciembre de 2015*, Alicante, Obets Universidad de Alicante.

Alaminos, Antonio y Antonio F° Alaminos-Fernández, (2012) *La medición de las motivaciones de voto en las elecciones generales del 20 de noviembre de 2011*, Alicante, Obets Universidad de Alicante. <http://hdl.handle.net/10045/132566>

Alaminos, Antonio y Penalva, Clemente (2010) Los medios de comunicación y el cambio político en España (1991-2000). *Sistema. Revista de Ciencias Sociales*, (217) 19-40.

- Alaminos, Antonio y Penalva, Clemente (2013) España de los impactos de la crisis a las movilizaciones de protesta. *Ecuador Debate*. Agosto. Pág. 93-118.
- Almond, Gabriel y Sidney Verba (1965) *The Civic Culture*, Boston, Little, Brown.
- Alt, James E. (1984) Dealignment and the Dynamics of Partisanship in Britain. En Dalton, Russel et al., *Electoral Change in Advanced Industrial Societies: Realignment or Dealignment?* Princeton: Princeton University Press.
- Alvarez, R. M. (1997) *Information and Elections*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Anduiza, E. (1999) *¿Individuos o sistemas? Las razones de la abstención en Europa occidental*. Madrid: CIS.
- Anduiza, E. (2002) Individual characteristics, institutional incentives and electoral abstention in Western Europe. *European Journal of Political Research* 41(5): 643–673.
- Arceneaux, K. (2006) Do Campaigns Help Voters Learn? A Cross-National Analysis, *British Journal of Political Science*, 36, 159-173.
- Balch G.I. (1974) Multiple Indicators in Survey Research: The Concept "Sense of Political Efficacy", *Political Methodology*, Vol. 1, No. 2 (Spring), pp. 1–43
- Balch, G.I. (1974) Multiple Indicators in Survey Research: The Concept "Sense of Political Efficacy" *Political Methodology*, Vol. 1, No. 2 (Spring), pp. 1–43
- Bartels, L. M. y Zaller, J. (2001) Presidential Vote Models: A Recount, *Political Science & Politics*, 34, 9-20.
- Belknap, George y Campbell, Angus (1952) Political Party Identification and Attitudes Toward Foreign Policy. *Public Opinion Quarterly* 15:601-23.
- Berelson, Bernard; Paul Lazarsfeld, y William McPhee (1954) *Voting*, Chicago, University of Chicago Press.

- Biemer, P. P. (2010) Overview of Design Issues: Total Survey Error en P. V. Marsden y J. D. Wright eds. *Handbook of Survey Research*. Bingley: Emerald Group Publishing, pp. 27-57.
- Black, Duncan (1958) *The theory of committees and elections*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Blais, A. (2006) What affects voter turnout?. *Annual Review of Political Science* 9(1): 111-125.
- Blais, A. 2000. *To Vote or Not to Vote: The Merits and Limits of Rational Choice Theory*. Pittsburgh, PA: University of Pittsburgh Press.
- Brewer, Mark D. (2009) *Party Images in the American Electorate*. New York: Routledge.
- Brown, L. B. y Chappell, H. W. Jr. (1999) Forecasting Presidential Elections Using History and Polls. *International Journal of Forecasting*, 15, 127-135.
- Budge, Ian.; Crewe, Ivor y Farlie Dennis, eds. (1976). *Party Identification and Beyond: Representations of Voting and Party Competition*. New York: John Wiley & Sons.
- Budge, Ian; Ivor Crewe y Dennis Farlie Dennis (1986) *Pronósticos electorales*, Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Edición original de 1983.
- Butler D. y Rose R. (1960) *The British General Election of 1959*. London: McMillan
- Campbell et al. (2010) The Theory of Conditional Retrospective Voting: Does the residential Record Matter Less in Open-Seat Elections, *Journal of Politics*, 72, 4 (2010): 1083-95.
- Campbell, Angus et al. (1966) *Elections and the Political Order*. New York: John Wiley and Sons.
- Campbell, Angus, Gerald Gurin y Warren E. Miller. (1954) *The Voter Decides*. Evanston, IL: Row Peterson.

- Campbell, Angus; Philip Converse, Warren Miller y Donald Stokes (1960) *The American voter*. New York, Wiley.
- Campbell, J. E. (1996) Polls and Votes: The Trial-Heat Presidential Election Forecasting Model, Certainty, and Political Campaigns, *American Politics Research*, 24, 408-433.
- Campbell, J. E. (2008) The trial-heat forecast of the 2008 presidential vote: Performance and value considerations in an open-seat election. *Political Science and Politics*, 41, 697-702.
- Campbell, J. E. y Wink, K. A. (1990) Trial-Heat Forecasts of the Presidential Vote, *American Politics Research*, 18, 251-269.
- Campbell, J. y Garand, J. C. (2000) *Before the vote. Forecasting American national elections*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Campbell, J.E. (1983) Candidate image evaluations: influence and rationalization in presidential primaries. *American Politics Quaterly*, 11: 293-314.
- Campbell, J.E.; Cherry, L. L. y Wink, K. A. (1992) The Convention Bump, *American Politics Research*, 20, 287-307.
- Clarke, Harold D., David Sanders, Marianne C. Stewart y Paul F. Whiteley. (2004) *Political Choice in Britain*. Oxford: Oxford University Press.
- Clarke, Harold D., Stewart, Marianne y Whiteley, Paul. (1997) New Models for New Labour: The Political Economy of Labour Party Support, January 1992-April 1997. *American Political Science Review* 92 (1998):559-76.
- Clarke, Harold D., Stewart, Marianne y Whiteley, Paul. (1997) Tory Trends: Party Identification and the Dynamics of Conservative Support Since 1992. *British Journal of Political Science* 27:299-331.
- Cohen, Jeffrey E. (2015) *Presidential Leadership in Public Opinion. Causes and consequences*. New York: Cambridge University Press.

- Converse, Philip (1964) The nature of belief systems in mass publics (1964), en David E. Apter, ed., *Ideology and Its Discontents*, New York, The Free Press of Glencoe, 1964
- Converse, Philip (1966) The concept of normal vote, en Campbell, Converse, Miller y Stokes (ed) *Elections and the political order*, New York, Wiley, páginas 9-39.
- Converse, Philip E. (1969) Of Time and Partisan Stability, *Comparative Political Studies* 2:139-72.
- Converse, Philip E. (1976) *The Dynamics of Party Support: Cohort-Analyzing Party Identification*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Coser, Lewis (1956) *The Functions of Social Conflict*. New York: The Free Press, 1956.
- Crespi, I. (1988) *Pre-Election Polling: Sources of Accuracy and Error*. New York: Russell Sage.
- Dalton, Russel (2016) Party identification and its implication. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. Online Publication Date: May 2016. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228637.013.72.
- De Waele, J. M., Vieira, M. (2011) *For a Typology of Abstainers: a First Review*. Paper presented at the IPSA-ECPR Joint Conference, http://paperroom.ipsa.org/papers/paper_26354.pdf.
- Downs, Anthony (1957) *An economic theory of democracy*, New York, Harper and Row.
- Duch, R. M. y Stevenson, R. T. (2008) *The Economic Vote: How Political and Economic Institutions Condition Election Results*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Easton, David (1975) A Re-Assessment of the Concept of Political Support, *British Journal of Political Science*, 5. Pág: 435-57.
- Erickson, R. S. y Wlezien, C. (2008) Leading economic indicators, the polls, and the presidential vote. *Political Science and Politics*, 41, 703-708.

- Erikson, R. S. y Wlezien, C. (1999) Presidential Polls as a Time Series: The Case of 1996, *Public Opinion Quarterly*, 63, 163-177.
- Erikson, Robert S.; MacKuen, Michael; Stimson, James. (2002). *The Macro Polity*. New York: Cambridge University Press.
- Fair, R. C. (2009) Presidential and Congressional Vote-Share Equations, *American Journal of Political Science*, 53, 55-72.
- Falter, J. W.; Rattiner, H. (1982) Parties, candidates and issues in the German federal election of 1980: An appraisal of normal vote analysis. *Electoral Studies*, 1, 65-94.
- Field, Mervin (1983) Political opinion polling in the United States of America, en Robert Worcester, *Political opinion polling. An international review*, London, MacMillan Press Ltd., Páginas 198-228.
- Finifter, Ada W. (June 1970) Dimensions of Political Alienation. *The American Political Science Review*. 64 (2): 389-410. doi:10.2307/1953840. JSTOR 1953840.
- Fiorina, M. (1981) *Retrospective voting in American national elections*. New Haven: Yale University Press.
- Fiorina, Morris (1976) The voting decision: instrumental and expressive aspects, *Journal of Politics*, 38. Pág. 390-413.
- Fiorina, Morris (1981) *Retrospective voting in American national elections*, New Haven, Yale University Press.
- Fleury, Christopher J. y Lewis-Beck, Michael S. (1993) Anchoring the French Voter: Ideology versus Party, *Journal of Politics* 44:1100-09.
- Francés, F. et al. (2014) *El proceso de medición de la realidad social: La investigación a través de encuestas*. Cuenca (Ec): PYDLOS.
- Franklin, Charles H. (1984) Issue Preferences, Socialization, and the Evolution of Party Identification, *American Journal of Political Science* 28: 459-78.

- Franklin, Charles H. y Jackson, John E. (1983) The Dynamics of Party Identification, *American Political Science Review*. 77: 957-73.
- Franklin, M. N. (2004) *Voter Turnout and the Dynamics of Electoral Competition in Established Democracies since 1945*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gelman, A. y King, G. (1993) Why Are American Presidential Election Campaign Polls So Variable When Votes Are So Predictable?, *British Journal of Political Science*, 23, 409-451.
- González Rodríguez, Juan Jesús y Bouza Álvarez, Fermín (2009). *Las razones del voto en la España democrática, 1977-2008*. Madrid: Catarata.
- Green, Donald P., Palmquist, Bradley y Schickler, Eric. (2002) *Partisan Hearts and Minds*. New Haven & London: Yale University Press.
- Groves, R. M. (1989) *Survey Errors and Survey Costs*. New York: Wiley.
- Hillygus, D. S. y Jackman, S. (2003) Voter Decision Making in Election 2000: Campaign Effects, Partisan Activation, and the Clinton Legacy, *American Journal of Political Science*, 47, 583-596.
- Himmelweit, Hilde y Patrick Humphreys y Marianne Jaeger (1985) *How voters decide*, London, Open University Press.
- Hirschman, A. O. (1970) *Exit, Voice and Loyalty. Responses to Decline in Firms, Organizations, and States*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Holbrook, T. M. (1996) *Do Campaigns Matter?* Thousand Oaks, California: Sage.
- Holbrook, T. M. (2008) Incumbency, national conditions, and the 2008 presidential election. *Political Science and Politics*, 41, 709-712.
- Jackman, S. (2005) Pooling the Polls Over an Election Campaign, *Australian Journal of Political Science*, 40, 499-517.
- James Enelow, James y Melvin Hinich (1984) *The spatial theory of voting. An introduction*, Cambridge, Cambridge University Press.

- Jennings, M. Kent y Niemi, Richard. (1974) *The Political Character of Adolescence: The Influence of Families and Schools*. Princeton: Princeton University Press.
- Katz, Daniel (1960) The functional approach to the study of attitudes, *Public Opinion Quarterly*, 24(2), 163–204. <https://doi.org/10.1086/266945>
- Key, V. O. (1964) *Politics, parties and pressure groups*. New York: Thomas Y. Crowell.
- Key, V. O. (1966) *The Responsible Electorate. Rationality in Presidential Voting 1936-1960*. Harvard: Harvard University Press.
- Kinder, D. R. y Kiewiet, D. R. (1991) Sociotropic Politics: The American Case, *British Journal of Political Science*, 11, 129-161.
- Kramer, G. (1971) Short-term fluctuations in U. S. voting behavior, 1896-1964. *American Political Science Review*, 65, 131-143.
- Lance Bennet, Lance y Bart Salisbury (1987) Rational choice: the emerging paradigm in election studies, en Samuel Leinhardt *Sociological methodology*, San Francisco, Jossey-Bass Publishers. Pág. 178-208.
- Laponce, J. A. (1967) Non-Voting and Non-Voters: A Typology. *The Canadian Journal of Economics and Political Science/ Revue canadienne d'Economie et de Science politique* 33(1): 75-87.
- Lazarsfeld, Paul; Bernard Berelson y Hazel Gaudet, (1962) *El pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial*, Buenos Aires, Ediciones 3. Edición original de 1944.
- Legnante G. y Segatti P. (2009) Intermittent abstentionism and multi-level mobilisation in Italy. *Modern Italy Volume 14 - Issue 2: Parties and voters in Italy: The challenges of multi-level competition*. Páginas 167-181.
- Lewis-Beck, M. S. y Rice, T. W. (1992) *Forecasting elections*. Washington DC: CQ Press.

- Lewis-Beck, M. S. y Tien, C. (2008) The job of the president and the jobs model forecast: Obama for '08?, *Political Science and Politics*, 41, 687-690.
- Lewis-Beck, M. S., Jacoby, W. G., Norpoth, H. y Weisberg, H. F. (2008) *The American voter revisited*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Lipset, MS. Rokkan, S. (1967) *Party Systems and Voter Alignments*. Editorial Free Press.
- Long, S. (1978) Political alienation: reality and rectance. *Journal of Social Psychology*, 104: 115-121.
- Long, S. (1980) A psychopolitical theory of sociopolitical alienation. *Micropolitics*, vol. 1. pp. 395-420.
- Long, S. (1982) Irrational ideation and political reality: a theory of political alienation. *International Journal of Political Education*, vol. 5, pp. 1-14.
- McDermott, M. L. y Frankovic, K. A. (2003) Review: Horserace Polling and Survey Method Effects: An Analysis of the 2000 Campaign, *Public Opinion Quarterly*, 67, 244-264.
- Miller, Warren y Teresa Levitin (1976) *Leadership and change: Presidential elections from 1952-1976*, Cambridge, Massachusetts, Winthrop.
- Nadeau, R. y Lewis-Beck, M. S. (2001) National Economic Voting in U.S. Presidential Elections, *The Journal of Politics*, 63, 159-181.
- Newman, B.I. y Sheth J.N. (1987) A review of political marketing. *Research in Marketing*, 9: 237-266
- Noelle-Neumann, E. (1983) Political opinion polling in Germany. En Robert M. Worcester, *Political opinion polling. An international review*. London: MacMillan Press Ltd.: 44-60.
- Norpoth, H. (1978) Party identification in West Germany: Tracing an elusive concept. *Comparative Political Studies*, 11, 36—61.

- Norpoth, H. y Gschwend, T. (2010) The chancellor model: Forecasting German elections. *International Journal of Forecasting* 26, 42-53.
- Ognyanova, Katherine; Ball-Rokeach, Sandra J. (2015) en Robinson, Laura; Cotten, Shelia R.; Schulz, Jeremy (eds.), *Political Efficacy on the Internet: A Media System Dependency Approach*, Studies in Media and Communications, Emerald Group Publishing Limited, vol. 9, pp. 3–27, doi:10.1108/s2050-206020150000009001, ISBN 978-1-78441-454-2
- Olsen, M. (1969) Two categories of political alienation. *Social Forces*, 47: 288-299
- Olson, Mancur (1965) *The logic of collective action*, Cambridge, Harvard University Press.
- Olson, Mancur (1986) *Auge y decadencia de las naciones*, Barcelona, Ariel, 1986.
- Paldam, M. (1991) How robust is the vote function? A study of seventeen nations over four decades. In H. Norpoth; Lewis-Beck M. y Lafay, J. D. (eds.), *Economics and politics. The calculus of support*. Ann Arbor: The University of Michigan Press. (pp. 9-31).
- Panagopoulos, C. (2009) Campaign Dynamics in Battleground and Non battleground States, *Public Opinion Quarterly*, 73, 119-129.
- Panagopoulos, C. (2009) Polls and Elections: Preelection Poll Accuracy in the 2008 General Elections, *Presidential Studies Quarterly*, 39, 896-907.
- Parsons, T. y Shils, E. (1951) *Toward a general theory of action*. Cambridge: Harvard University Press.
- Pattie, C., Johnston, R. (1998). “Voter turnout at the British General Election of 1992: rational choice, social standing or political efficacy?”. *European Journal of Political Research* 33: 263-283.
- Pickup, M. y Johnston, R. (2008) Campaign Trial Heats as Election Forecasts: Measurement Error and Bias in 2004 Presidential Campaign Polls, *International Journal of Forecasting*, 24, 272-284.

- Piqueras, José Antonio et al. (2011). *El secuestro de la democracia: corrupción y dominación política en la España actual*. Madrid: Akal.
- Ragsdale, L., Rusk, J. G. (1993) Who Are Nonvoters? Profiles from the 1990 Senate Elections. *American Journal of Political Science* 37(3): 721-746.
- Roll, C. W. (1966) Straws in the wind: the record of the "Daily News" poll. *Public Opinion Quarterly*, 32: 251-260
- Romer, D., Kenski, K., Winneg, K., Adasiewicz, C. y Jamieson, K. H. (2006). *Capturing Campaign Dynamics, 2000 and 2004: The National Annenberg Election Survey*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Rose, Richard y Ian McAllister (1986) *Voters begin to choose. From closed-class to open elections in Britain*, London, Sage.
- Rosenstone S.J. (1982) *Forecasting presidential elections*. New Haven: Yale University Press.
- Sanders, Arthur (1988) The Meaning of Party Images. *The Western Political Quarterly*. Vol. 41, n.º. 3, pp. 583-599.
- Scarborough, Elinor (1984) *Political ideology and voting*, Oxford, Clarendon Press.
- Schacht, R. (1970) *Alienation*. Garden City, N.Y.: Doubleday.
- Schickler, Eric y Green, Donald (1997) The Stability of Party Identification in Western Democracies: Results From Eight Panel Surveys, *Comparative Political Studies* 30:450-83.
- Seeman, M. (1972) Alienation and estrangement. En A. Campbell and Converse (Eds.): *The Human meaning of Social Change*. New York: Russell Sage. pp. 467-527
- Seeman, M. (1975) Alienation studies. *Annual Review of Sociology*. Palo Alto, California: Annual Reviews. pp. 91-123.
- Seymour Lipset (1981) *Political man: the social bases of politics*, Baltimore, Maryland, Johns Hopkins University Press. Edición original de 1959.

- Seymour Lipset y Stein Rokkan (1967) *Party Systems and Voter Alignments*, New York, Editorial Free Press, 1967
- Shamir, J. (1986) Preelections polls in Israel: structural constraints on accuracy. *Public Opinion Quarterly*, 50: 62-75
- Shaw, D. R. (1999) A Study of Presidential Campaign Event Effects From 1952 to 1992, *Journal of Politics*, 61, 387-422.
- Simmel, Georg (1908). *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*, Leipzig: Duncker & Humblot. Traducido en: *Sociología: Estudios Sobre las Formas de Socialización*. México: Fondo De Cultura Económica, 2015.
- Stevenson, R. T. y Vavreck, L. (2000) Does Campaign Length Matter? Testing for Cross-National Effects, *British Journal of Political Science*, 30, 217-235.
- Stewart, Marianne C. y Clarke, Harold (1998) The Dynamics of Party Identification in Federal Systems: the Canadian Case, *American Journal of Political Science* 42:97-116.
- Sulitzeanu-Kenan, r. & E. Halperin (2013) Making a Difference: Political Efficacy and Policy Preference Construction. *British Journal of Political Science* 43(2): 295-322.
- Traugott, M. W. (2001) Trends: Assessing Poll Performance in the 2000 Campaign, *Public Opinion Quarterly*, 65, 389-419.
- Traugott, M. W. (2005) The Accuracy of the National Preelection Polls in the 2004 Presidential Election, *Public Opinion Quarterly*, 69, 642-654.
- Traugott, M. W. y Wlezien, C. (2009) The Dynamics of Poll Performance During the 2008 Presidential Nomination Contest, *Public Opinion Quarterly*, 73, 866-894.
- Trilling (1976) *Party image and electoral behavior*. New York: John Wiley and Sons.
- Tufte, E. R. (1978) *Political control of the economy*. Princeton: Princeton University Press.

- Vavreck, L. (2009) *The Message Matters: The Economy and Presidential Campaigns*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Wattenberg, Martin P. (1986) *The decline of American Political Parties, 1952-1984*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Wattenberg, Martin P. (2000) The decline of party mobilization en Dalton, Russel y Wattenberg, Martin P. (editors), *Parties Without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- Weimann G. (1990) The obsession to forecast: pre-election polls in the Israeli press. *Public Opinion Quaterly*, 54: 396-408
- Weisberg, H. F. (2005) *The Total Survey Error Approach: A Guide to the New Science of Survey Research*, Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Willian Riker, Willian (1961) Voting and the summation of preferences, *American Political Science Review*, 62, págs. 25-42.
- Wlezien, C. y Erikson, R. S. (1996) Temporal Horizons and Presidential Election Forecasts, *American Politics Research*, 24, 492-505.
- Wlezien, C. y Erikson, R. S. (2002) Campaign Effects in Theory and Practice. *American Politics Research*. 29:419-437.
- Wlezien, C. y Erikson, R. S. (2002) The Time line of Presidential Election Campaigns, *The Journal of Politics*, 64, 969-993.
- Worcester, R. (1983) *Political opinion polling. An international review*. London: MacMillan Press
- Zaller, J. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Zaller, J. (2002) Assessing the Statistical Power of Election Studies to Detect Communication Effects in Political Campaigns, *Electoral Studies* 21:297-329.

6. Anexos

Ficha técnica

ESTUDIO CIS nº 3126

POSTELECTORAL ELECCIONES GENERALES 2015. PANEL (2ª FASE)

FICHA TÉCNICA

Introducción:

El CIS realizó un diseño panel de las encuestas electorales realizadas con motivo de las elecciones generales. La principal característica de este tipo de diseño consiste en que la muestra del estudio postelectoral está compuesta por una selección de personas que fueron entrevistadas en la encuesta preelectoral.

En el caso de este estudio 3126 la muestra diseñada se compone de una selección de personas ya entrevistadas en la muestra del preelectoral (estudio CIS nº 3117) y que no manifestaron expresamente su deseo de no ser entrevistadas en una segunda ocasión.

Ámbito:

Nacional.

Universo:

Población española de ambos sexos de 18 años y más.

Tamaño de la muestra:

Diseñada: 7.798 entrevistas.

Realizada: 6.242 entrevistas.

La distribución provincial se incluye en el Cuadro 1, al final de esta ficha técnica.

Afijación:

No Proporcional.

Ponderación:

Para tratar la muestra de la población española en su conjunto es necesaria la aplicación de los coeficientes de ponderación que figuran en el Cuadro 1, al final de esta ficha técnica, e incluidos en la variable PESO de la matriz de datos.

Puntos de Muestreo:

694 municipios y 50 provincias.

La distribución provincial se incluye en el Cuadro 1, al final de esta ficha técnica.

Procedimiento de muestreo:

Se procedió a una selección de secciones de la encuesta pre-eleitoral y a la selección de todas las personas que, dentro de la sección, aceptaron colaborar en una segunda ocasión.

En el estudio preeleitoral (Estudio CIS nº 3117), se utilizó un diseño polietápico, estratificado por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (municipios) y de las unidades secundarias (secciones) de forma aleatoria proporcional, y de las unidades últimas (individuos) por rutas aleatorias y cuotas de sexo y edad.

Los estratos se han formado por el cruce de las 17 comunidades autónomas con el tamaño de hábitat, dividido en 7 categorías: menor o igual a 2.000 habitantes; de 2.001 a 10.000; de 10.001 a 50.000; de 50.001 a 100.000; de 100.001 a 400.000; de 400.001 a 1.000.000, y más de 1.000.000 de habitantes.

Los cuestionarios se han aplicado mediante entrevista personal en los domicilios.

Error muestral:

Para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas), y $P = Q$, el error es de $\pm 1,3\%$ para el conjunto de la muestra, y en el supuesto de muestreo aleatorio simple.

Fecha de realización:

Del 7 de enero al 19 de marzo de 2016.



Centro de Investigaciones Sociológicas

INFORMACIÓN SUJETA A SECRETO ESTADÍSTICO
(Ley 12/89, de 9 de mayo, de la Función Estadística Pública)

Departamento de Investigación

ENERO-FEBRERO 2016

Nº ESTUDIO

3 1 2 6

(1)(2)(3)(4)

ESPACIO PARA ETIQUETA

Nº Entrevistador/a

(22)(23)(24)(25)

Buenos días/tardes. El Centro de Investigaciones Sociológicas está realizando la segunda y última fase del estudio sobre las elecciones a las Cortes Generales. Le volvemos a visitar una vez celebradas las elecciones, dándole las gracias por su colaboración en la primera fase del estudio y rogándole nos conceda una última entrevista. Le garantizamos el absoluto anonimato y secreto de sus respuestas en el más estricto cumplimiento de las leyes sobre secreto estadístico y protección de datos personales. Una vez grabada la información de forma anónima, los cuestionarios individuales son destruidos inmediatamente.

P.1 Como Ud. sabe, recientemente se han celebrado elecciones generales en nuestro país. ¿Podría decirme, por favor, con cuánto interés siguió Ud. la campaña electoral?

- Con mucho interés 1
- Con bastante interés 2
- Con poco interés 3 (26)
- Con ningún interés 4
- N.S. 8
- N.C. 9

P.2 Indíqueme, por favor, ¿hasta qué punto está Ud. muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo con cada una de las siguientes frases?

	Muy de ac.	De ac.	En desac.	Muy en desac.	NS	NC	
- Los/as políticos/as no se preocupan mucho de lo que piensa la gente como Ud.	1	2	3	4	8	9	(27)
- A través del voto la gente como Ud. puede influir en lo que pasa en la política	1	2	3	4	8	9	(28)
- Está quien esté en el poder, siempre busca sus intereses personales	1	2	3	4	8	9	(29)
- Está mejor informado/a sobre política que la mayoría de la gente	1	2	3	4	8	9	(30)

P.3 Ahora voy a leerle una lista de temas que preocupan hoy a la gente. Me gustaría que me dijese, ¿cuál es el que le preocupa a Ud. en primer lugar? ¿Y en segundo lugar? ¿Y en tercer lugar?
(MOSTRAR TARJETA A).

	1 ^{er} lugar (31)(32)	2 ^o lugar (33)(34)	3 ^{er} lugar (35)(36)
- El paro	01	01	01
- El terrorismo	02	02	02
- La corrupción	03	03	03
- La inseguridad ciudadana ..	04	04	04
- El Estado de las autonomías	05	05	05
- La vivienda	06	06	06
- La economía	07	07	07
- La inmigración	08	08	08
- La sanidad	09	09	09
- La educación	10	10	10
- El medio ambiente	11	11	11
- Otro, ¿cuál? _____			
_____	12	12	12
- N.S.	98	98	98
- N.C.	99	99	99

P.4 Ahora me gustaría saber ¿hasta qué punto está Ud. muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo con cada una de las siguientes frases?

	Muy de ac.	De ac.	En desac.	Muy en desac.	NS	NC
- Vota tanta gente, que su voto no influye en los resultados	1	2	3	4	8	9 (37)
- Su familia, amigos/as o conocidos/as podrían ver con malos ojos que Ud. no votara.	1	2	3	4	8	9 (38)
- Votar le cuesta mucho tiempo y esfuerzo	1	2	3	4	8	9 (39)
- Votar contribuye a sostener la democracia	1	2	3	4	8	9 (40)
- Se habría sentido mal si no hubiera votado y su partido preferido hubiera perdido por un solo voto	1	2	3	4	8	9 (41)

P.5 Me gustaría saber en qué medida está Ud. satisfecho/a con el funcionamiento de la democracia en España. Utilice una escala de 0 a 10, en la que el 0 significa que está "completamente insatisfecho/a" y el 10 que está "completamente satisfecho/a". (MOSTRAR TARJETA B).

Completamente insatisfecho/a										Completamente satisfecho/a											
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
N.S.										98 (42)(43)											
N.C.										99											

P.6 Utilizando una escala de 0 a 10, en la que el 0 significa que "no confía nada en absoluto" y el 10 que "confía totalmente", ¿hasta qué punto confía Ud. en...? (MOSTRAR TARJETA C). (ROTAR ORDEN EN CADA ENTREVISTA).

	Escala 00-10	NS	NC
1. El Parlamento español	___	98	99 (44)(45)
2. Los partidos políticos	___	98	99 (48)(47)
3. El poder judicial	___	98	99 (48)(49)
4. Los medios de comunicación	___	98	99 (50)(51)
5. Los bancos	___	98	99 (52)(53)
6. Las ONGs	___	98	99 (54)(55)
Ítem por el que se comienza: _____			(58)

P.7 Refiriéndonos ahora a la situación política general de España, ¿cómo la calificaría Ud.: muy buena, buena, regular, mala o muy mala?

- Muy buena	1	
- Buena	2	
- Regular	3	
- Mala	4	(57)
- Muy mala	5	
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.8 Y en cuanto a la situación económica general de España, ¿cómo la calificaría Ud.: muy buena, buena, regular, mala o muy mala?

- Muy buena	1	
- Buena	2	
- Regular	3	
- Mala	4	(58)
- Muy mala	5	
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.9 En los últimos cuatro años, ¿cree Ud. que el estado de la economía en España...?

- Ha mejorado mucho	1	
- Ha mejorado un poco	2	
- Ha permanecido igual que estaba ..	3	
- Ha empeorado un poco	4	(59)
- Ha empeorado mucho	5	
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.10 Y después de estas elecciones, ¿cree Ud. que la situación económica será mucho mejor, mejor, igual, peor o mucho peor que antes?

- Mucho mejor	1	
- Mejor	2	
- Igual	3	
- Peor	4	(60)
- Mucho peor	5	
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.11 Algunas personas creen que es muy positivo que en un mismo país convivan personas de diferente origen, cultura y religión (estas personas se situarían en el punto 0 de la escala). Otras piensan que la presencia de inmigrantes puede poner en peligro los valores y la cultura de aquí (éstas se situarían en el punto 10 de la escala), y hay otras que se sitúan en posiciones intermedias. ¿En qué lugar se situaría Ud.? (MOSTRAR TARJETA ESCALA TEMAS).

Es muy positivo que en un país convivan personas de diferente origen, cultura y religión										La presencia de inmigrantes puede poner en peligro los valores y la cultura de aquí											
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
N.S.										98 (61)(62)											
N.C.										99											

P.12 Algunas personas piensan que deberían mejorarse los servicios públicos y las prestaciones sociales, aunque haya que pagar más impuestos (estas personas se situarían en el punto 0 de la escala). Otras piensan que es más importante pagar menos impuestos, aunque eso signifique reducir los servicios públicos y prestaciones sociales (éstas estarían en el punto 10 de la escala) y hay otras que se sitúan en posiciones intermedias. ¿En qué lugar se situaría Ud.? (MOSTRAR TARJETA ESCALA TEMAS).

Deberían mejorarse los servicios públicos y prestaciones sociales aunque haya que pagar más impuestos										Habría que pagar menos impuestos aunque eso signifique reducir servicios públicos y prestaciones sociales											
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
N.S.										98 (63)(64)											
N.C.										99											

P.13 Algunas personas consideran que lo más importante es, ante todo, que todos/as los/as ciudadanos/as tengan el máximo de libertad, aunque eso pueda implicar perder algo de seguridad, representando el punto "0" en una escala. Otras, en cambio, creen que lo más importante es conseguir el máximo de seguridad, aunque eso pueda implicar perder algo de libertad, siendo el punto "10" de esa escala. Por último, algunas personas se sitúan en posiciones intermedias. ¿En qué lugar se situaría Ud.? (MOSTRAR TARJETA ESCALA TEMAS).

Lo más importante es tener el máximo de libertad aún perdiendo algo de seguridad										Lo más importante es conseguir el máximo de seguridad aún perdiendo algo de libertad											
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
N.S.										98 (65)(66)											
N.C.										99											

P.14 Le voy a presentar ahora algunas fórmulas alternativas de organización territorial del Estado en España. Dígame, por favor, con cuál está Ud. más de acuerdo. **(MOSTRAR TARJETA D).**

- Un Estado con un único Gobierno central sin autonomías 1
- Un Estado en el que las comunidades autónomas tengan menor autonomía que en la actualidad 2
- Un Estado con comunidades autónomas como en la actualidad 3
- Un Estado en el que las comunidades autónomas tengan mayor autonomía que en la actualidad 4 (87)
- Un Estado en el que se reconociese a las comunidades autónomas la posibilidad de convertirse en estados independientes 5
- N.S. 8
- N.C. 9

P.15 Para algunas personas votar es un derecho que se puede ejercer o no, y para otras es un deber. Para Ud. personalmente es...

- Un derecho 1
- Un deber 2 (68)
- N.S. 8
- N.C. 9

P.15a ¿En qué medida siente Ud. que es un deber?

- Mucho 1
- Bastante 2
- Poco 3 (69)
- N.S. 8
- N.C. 9

P.16 Me gustaría que me dijera si ha realizado en bastantes ocasiones, alguna vez o nunca, las siguientes acciones que la gente lleva a cabo para dar a conocer su opinión sobre algún problema...

	En bastantes ocasiones	Alguna vez	Nunca	NC
- Asistir a una manifestación autorizada	1	2	3	9 (70)
- Comprar o dejar de comprar ciertos productos por razones políticas, éticas o para favorecer el medio ambiente	1	2	3	9 (71)
- Participar en una huelga	1	2	3	9 (72)
- Ocupar edificios, participar en encierros o bloquear el tráfico	1	2	3	9 (73)
- Participar en un foro o grupo de discusión política en Internet ..	1	2	3	9 (74)

P.17 ¿Pertenece a alguna asociación, ya sea deportiva, sindical, política, laboral, de vecinos, AMPA o de cualquier otro tipo?

- Sí 1
- No 2 (75)
- N.C. 9

P.17a Y, en concreto, ¿es miembro o está afiliado/a a...?

	Sí	No	NC
- Una asociación de vecinos	1	2	9 (76)
- Una asociación o grupo juvenil	1	2	9 (77)
- Un partido político	1	2	9 (78)
- Un sindicato	1	2	9 (79)
- Una asociación religiosa o parroquial	1	2	9 (80)
- Una organización empresarial	1	2	9 (81)
- Una asociación o colegio profesional	1	2	9 (82)
- Una asociación cultural o artística	1	2	9 (83)
- Una asociación o grupo ecologista	1	2	9 (84)
- Una asociación o club deportivo	1	2	9 (85)
- Una asociación de madres y padres	1	2	9 (86)
- Una asociación de consumidores	1	2	9 (87)
- Una ONG o asociación de solidaridad	1	2	9 (88)

P.18 El pasado domingo 20 de diciembre se celebraron elecciones generales. Me gustaría que me dijera cuál cree Ud. que ha sido el tema más debatido por los partidos y candidatos/as a lo largo de la campaña electoral. **(UNA SOLA RESPUESTA. Insistir para que la persona entrevistada diga un tema lo más concreto posible).**

- (89)(90)
- **(NO LEER)** Todos los temas 96
 - **(NO LEER)** Ningún tema 97 → PASAR A P.19
 - N.S. 98
 - N.C. 99

P.18a Y, ¿cuál de los partidos o coaliciones que se presentaban en las pasadas elecciones cree Ud. que tiene una posición más cercana a la suya en relación con este tema? **(ENTREVISTADOR/A: ESPERE RESPUESTA ESPONTÁNEA). (UNA SOLA RESPUESTA).**

- PP 01
- PSOE 02
- Podemos 03
- Ciudadanos 04
- IU (Unidad Popular) 05
- En Comú Podem 06
- Compromís-Podemos-És el Moment 07
- ERC 08 (91)(92)
- Convergència (Democràcia i Llibertat) 09
- En Marea 10
- EAJ-PNV 11
- EH Bildu 12
- CC-PNC 13
- UPN 14
- PAR 15
- Foro Asturias 16
- Nueva Canarias 17
- ICV 18
- CHA 19
- UPyD 20
- BNG (Nós-Candidatura Galega) 21
- Geroa Bai 22
- Unió 23
- PACMA 24
- Otro, ¿cuál? 25
- Ninguno 97
- N.S. 98
- N.C. 99

P.19 Durante esta campaña electoral, ¿con qué frecuencia ha seguido Ud. la información política y electoral a través de los periódicos de información general? **(MOSTRAR TARJETA E).**

¿Y a través de la televisión?

¿Y a través de la radio?

	Periódicos (93)	Televisión (94)	Radio (95)
- Todos o casi todos los días	1	1	1
- Cuatro o cinco días por semana	2	2	2
- Dos o tres días por semana	3	3	3
- Sólo los fines de semana	4	4	4
- De vez en cuando	5	5	5
- Nunca o casi nunca	6	6	6
- N.C.	9	9	9

ENTREVISTADOR/A: Si contesta "nunca o casi nunca" (6) en los tres medios de comunicación, PASAR A P.20.

SÓLO A QUIENES QUE SE HAN INFORMADO A TRAVÉS DE PERIÓDICOS (contestan 1, 2, 3, 4 ó 5 en P.19 en esta categoría).

P.19a ¿Y qué periódico prefiere Ud. para seguir la información política y electoral? **(UNA SOLA RESPUESTA).**

- (96)(97)
- 99

SÓLO A QUIENES SE HAN INFORMADO A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN (contestan 1, 2, 3, 4 ó 5 en P.19 en esta categoría).

P.19b ¿Y qué cadena de televisión prefiere Ud. para seguir la información política y electoral? (UNA SOLA RESPUESTA).

..... (98)(99)

N.C. 99

SÓLO A QUIENES SE HAN INFORMADO A TRAVÉS DE LA RADIO (contestan 1, 2, 3, 4 ó 5 en P.19 en esta categoría).

P.19c ¿Y qué emisora de radio prefiere Ud. para seguir la información política y electoral? (UNA SOLA RESPUESTA).

..... (100)(101)

N.C. 99

A TODAS LAS PERSONAS ENTREVISTADAS

P.20 ¿Ha utilizado Internet en los últimos tres meses? Nos referimos a acceder a Internet desde cualquier sitio y con cualquier dispositivo (ordenador personal o portátil, tablet o teléfono móvil)

- Sí 1
 - No 2 → Pasar a P.21 (102)
 - N.C. 9

P.20a ¿Tiene cuenta en alguna de las siguientes redes sociales? (MOSTRAR TARJETA F). (RESPUESTA MÚLTIPLE. MARCAR TODAS LAS QUE DIGA LA PERSONA ENTREVISTADA).

- Facebook 1 (103)
 - Twitter 1 (104)
 - Tuenti 1 (105)
 - LinkedIn 1 (106)
 - Instagram 1 (107)
 - Otras redes sociales (Hi5, Google+, etc.) 1 (108)
 - Ninguna 1 (109)
 - N.C. 9 (110)

P.20b ¿Podría decirme si ha seguido información sobre la campaña o las elecciones a través de alguno de los siguientes sitios de Internet? (MOSTRAR TARJETA G). (RESPUESTA MÚLTIPLE. MARCAR TODAS LAS QUE DIGA LA PERSONA ENTREVISTADA).

- En páginas de medios de comunicación (periódicos, radios, etc.) 1 (111)
 - En páginas de partidos o candidatos/as 1 (112)
 - En páginas de organizaciones ciudadanas o movimientos cívicos 1 (113)
 - En blogs y foros de debate 1 (114)
 - En redes sociales (Facebook, Tuenti, Twitter, etc.) ... 1 (115)
 - En otro tipo de páginas web 1 (116)
 - N.C. 9 (117)

A TODAS LAS PERSONAS ENTREVISTADAS

P.21 ¿Siguió Ud. el debate celebrado en televisión entre Mariano Rajoy y Pedro Sánchez?

- Lo vio entero 1
 - Vio parte 2
 - No lo vio, pero tuvo referencias de él ... 3 (118)
 - Ni lo vio, ni tuvo referencias de él 4
 - N.C. 9

P.21a Y por lo que vio o lo que oyó sobre el debate, ¿cuál de los candidatos cree Ud. que fue más convincente?

- Mariano Rajoy 1
 - Pedro Sánchez 2
 - (NO LEER) Los dos igual 3 (119)
 - (NO LEER) Ninguno de los dos 4
 - N.S. 8
 - N.C. 9

P.22 ¿Y siguió Ud. el debate a cuatro entre Soraya Sáenz de Santamaría, Pedro Sánchez, Albert Rivera y Pablo Iglesias?

- Lo vio entero 1
 - Vio parte 2
 - No lo vio, pero tuvo referencias de él ... 3 (120)
 - Ni lo vio, ni tuvo referencias de él 4
 - N.C. 9

P.22a Y por lo que vio o lo que oyó sobre el debate, ¿cuál de los participantes cree Ud. que fue más convincente?

- Pablo Iglesias 1
 - Albert Rivera 2
 - Soraya Sáenz de Santamaría 3
 - Pedro Sánchez 4
 - (NO LEER) Todos por igual 5 (121)
 - (NO LEER) Ninguno 6
 - N.S. 8
 - N.C. 9

P.23 ¿Me podría decir si durante la pasada campaña electoral Ud....?

	SÍ	NO	NC
- Vio algún otro debate o entrevistas con candidatos/as	1	2	9 (122)
- Vio algún espacio de propaganda electoral de algún partido o coalición política	1	2	9 (123)
- Leyó o echó un vistazo a cartas, folletos o programas de algún partido o coalición política ...	1	2	9 (124)
- Contribuyó económicamente para algún partido o candidato/a	1	2	9 (125)
- Trabajó como voluntario/a en la campaña de algún partido o candidato/a	1	2	9 (126)
- Asistió a un mitin o reunión de algún partido	1	2	9 (127)

P.24 ¿Algún/a representante de algún partido o coalición política se ha puesto en contacto con Ud. durante la campaña electoral para pedirle su voto por cualquier medio (correo postal, correo electrónico, por SMS, WhatsApp, por teléfono o en persona)?

- Sí 1
 - No 2 (128)
 - N.C. 9

P.24a ¿Recuerda Ud. qué partido o partidos? (NO LEER. RESPUESTA ESPONTÁNEA). (RESPUESTA MÚLTIPLE. MARCAR TODAS LAS QUE DIGA LA PERSONA ENTREVISTADA).

- PP 01
 - PSOE 02
 - Podemos 03
 - Ciudadanos 04
 - IU (Unidad Popular) 05
 - En Comú Podem 06
 - Compromís-Podemos-És el Moment 07
 - ERC 08 (129)(130)
 - Convergència (Democràcia i Llibertat) 09
 - En Marea 10
 - EAJ-PNV 11
 - EH Bildu 12
 - CC-PNC 13
 - UPN 14
 - PAR 15
 - Foro Asturias 16
 - Nueva Canarias 17
 - ICV 18
 - CHA 19
 - UPyD 20
 - BNG (Nós-Candidatura Galega) 21
 - Geroa Bai 22
 - Unió 23
 - PACMA 24
 - Otro, ¿cuál? 25
 - No recuerda 98
 - N.C. 99

P.25 ¿Ha enviado o reenviado Ud. algún mensaje de móvil (SMS), WhatsApp, correo electrónico, "post", "tuit", etc. sobre las elecciones?

P.25a ¿Y ha recibido?

	P.25 Enviado (131)	P.25a Recibido (132)
- Sí	1	1
- No	2	2
- N.C.	9	9

P.26 Durante la campaña electoral, ¿hasta qué punto las elecciones del 20 de diciembre han sido tema de conversación en sus relaciones personales...? (**MOSTRAR TARJETA H**).

	Habit.	De vez en cuando	Rara vez	Nunca o casi nunca	NP	NC
- En casa, con su familia	1	2	3	4	5	9 (133)
- Con sus amigos/as	1	2	3	4	5	9 (134)
- En su lugar de trabajo o centro de estudios	1	2	3	4	5	9 (135)

P.27 ¿Tuvo Ud. conocimiento de los resultados de alguna de las encuestas o sondeos preelectorales?

- Sí	1	
- No	2	→ Pasar a P.28 (136)
- N.C.	9	

P.27a ¿Y en qué medida los tuvo en cuenta a la hora de decidir qué iba a hacer: mucho, bastante, poco o nada?

- Mucho	1	
- Bastante	2	→ (137)
- Poco	3	
- Nada	4	
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.27b ¿Y en qué sentido los tuvo en cuenta? (**MOSTRAR TARJETA I**). (UNA SOLA RESPUESTA).

- Le animaron a votar	1	
- Le animaron a abstenerse	2	
- Le ayudaron a decidir el partido por el que iba a votar	3	→ (138)
- Reforzaron su decisión de votar por el partido que pensaba	4	
- Le animaron a votar a otro partido distinto del que tenía pensado	5	
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.28 Ante la decisión de votar o no, y por quién hacerlo, en las pasadas elecciones, ¿Ud...? (**MOSTRAR TARJETA J**).

- Dudó entre varios partidos o coaliciones ..	1	
- Dudó entre un partido o coalición y la abstención	2	
- Dudó entre un partido o coalición y votar en blanco o nulo	3	
- Dudó entre votar en blanco y abstenerse ..	4	→ (139)
- Tenía decidido votar por un partido o coalición	5	
- Tenía decidido votar en blanco o nulo	6	
- Tenía decidido abstenerse	7	
- N.C.	9	

P.28a

P.28a ¿Podría decirme, concretamente, entre qué dos partidos u opciones dudó Ud.?

(ENTREVISTADOR/A: ESPERE RESPUESTA ESPONTÁNEA Y MARQUE LAS DOS OPCIONES QUE SEÑALE LA PERSONA ENTREVISTADA, CADA UNA DE ELLAS EN UNA COLUMNA).

(140)(141)	(142)(143)		
- PP	01	- PP	01
- PSOE	02	- PSOE	02
- Podemos	03	- Podemos	03
- Ciudadanos	04	- Ciudadanos	04
- IU (Unidad Popular)	05	- IU (Unidad Popular)	05
- En Comú Podem	06	- En Comú Podem	06
- Compromís-Podemos-És el Moment	07	- Compromís-Podemos-És el Moment	07
- ERC	08	- ERC	08
- Convergència (Democràcia i Llibertat)	09	- Convergència (Democràcia i Llibertat)	09
- En Marea	10	- En Marea	10
- EAJ-PNV	11	- EAJ-PNV	11
- EH Bildu	12	- EH Bildu	12
- CC-PNC	13	- CC-PNC	13
- UPN	14	- UPN	14
- PAR	15	- PAR	15
- Foro Asturias	16	- Foro Asturias	16
- Nueva Canarias	17	- Nueva Canarias	17
- ICV	18	- ICV	18
- CHA	19	- CHA	19
- UPyD	20	- UPyD	20
- BNG (Nós-Candidatura Galega)	21	- BNG (Nós-Candidatura Galega)	21
- Geroa Bai	22	- Geroa Bai	22
- Unió	23	- Unió	23
- PACMA	24	- PACMA	24
- Otro partido, ¿cuál?	25	- Otro partido, ¿cuál?	25
- Voto nulo	77	- Voto nulo	77
- Votar en blanco	96	- Votar en blanco	96
- Abstenerse	97	- Abstenerse	97
- N.S.	98	- N.S.	98
- N.C.	99	- N.C.	99

P.29 Hay muchas personas que no pueden votar por cualquier razón o que prefieren no hacerlo. En el caso de las elecciones generales del pasado 20 de diciembre, ¿cuál de estas afirmaciones se ajusta más a su caso? (**MOSTRAR TARJETA K**).

- No pudo votar	1	→ Pasar a P.29c
- No quiso ir a votar	2	→ Pasar a P.29a
- Normalmente vota, pero esta vez no quiso hacerlo	3	
- Normalmente vota, pero esta vez no pudo hacerlo	4	→ Pasar a P.29c
- Sí que votó	5	
- N.C.	9	→ Pasar a P.34

SÓLO A QUIENES NO QUISIERON VOTAR (2 ó 3 en P.29)

P.29a ¿Cuándo decidió Ud. que no iba a votar? (**MOSTRAR TARJETA L**).

- Nunca vota	1
- Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo (antes del inicio de la campaña electoral)	2
- Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	3
- Lo decidió durante la última semana de la campaña electoral, unos días antes de las elecciones	4
- Dudó hasta el último momento	5
- N.C.	9

P.29b ¿Y por qué motivo, principalmente, prefirió Ud. no votar?
(**MOSTRAR TARJETA M**). ¿Y en segundo lugar?

	1 ^{er} lugar (146)	2 ^o lugar (147)
- No había ninguna alternativa que le satisficiera ...	1	1
- Está harto/a de política y elecciones	2	2
- Da lo mismo votar que no votar, no sirve para nada	3	3
- Estaba desorientado/a, no sabía a quién votar	4	4
- No le inspiraba confianza ningún partido ni ningún/a político/a	5	5
- Para mostrar su descontento	6	6
- (NO LEER) Otros motivos	7	7
- N.S.	8	8
- N.C.	9	9

PASAR A P.34

SÓLO A QUIENES NO PUDIERON VOTAR (1 ó 4 en P.29)

P.29c Me podría decir cuál de las siguientes razones le impidió votar? (**MOSTRAR TARJETA N**).

- No estaba inscrito/a en el censo electoral	1	
- No tenía su DNI o pasaporte	2	
- No sabía dónde tenía que ir a votar	3	
- Por motivos familiares	4	
- Por motivos de salud	5	(148)
- Por motivos de trabajo	6	
- Estaba ausente	7	
- (NO LEER) Otras respuestas	8	
- N.C.	9	

P.29d Y en caso de haber votado, ¿por qué partido o coalición lo habría hecho? (NO LEER. RESPUESTA ESPONTÁNEA).

- PP	01	
- PSOE	02	
- Podemos	03	
- Ciudadanos	04	
- IU (Unidad Popular)	05	
- En Comú Podem	06	
- Compromís-Podemos-És el Moment	07	
- ERC	08	(149)(150)
- Convergència (Democràcia i Llibertat)	09	
- En Marea	10	
- EAJ-PNV	11	
- EH Bildu	12	
- CC-PNC	13	
- UPN	14	
- PAR	15	
- Foro Asturias	16	
- Nueva Canarias	17	
- ICV	18	
- CHA	19	
- UPyD	20	
- BNG (Nós-Candidatura Galega)	21	
- Geroa Bai	22	
- Unió	23	
- PACMA	24	
- Otro, ¿cuál?	25	
- Voto nulo	77	
- Votar en blanco	96	
- N.C.	99	
- Ninguno	97	
- No recuerda	98	
- N.C.	99	

PASAR A P.34

SÓLO A QUIENES VOTARON (5 en P.29)

P.30 ¿Cuándo decidió Ud. votar al partido o coalición al que finalmente votó? (**MOSTRAR TARJETA O**).

- Lo tenía decidido desde hace bastante tiempo (antes del inicio de la campaña electoral)	1	
- Lo decidió al comienzo de la campaña electoral	2	
- Lo decidió durante la última semana de la campaña electoral, unos días antes de las elecciones	3	(151)
- Lo decidió el mismo día de las elecciones	4	
- N.C.	9	

P.31 ¿Podría decirme el nombre del partido o coalición por el cuál votó Ud. en las elecciones generales del pasado 20 diciembre? (NO LEER. RESPUESTA ESPONTÁNEA).

- PP	01	
- PSOE	02	
- Podemos	03	
- Ciudadanos	04	
- IU (Unidad Popular)	05	
- En Comú Podem	06	
- Compromís-Podemos-És el Moment	07	
- ERC	08	(152)(153)
- Convergència (Democràcia i Llibertat)	09	
- En Marea	10	
- EAJ-PNV	11	
- EH Bildu	12	
- CC-PNC	13	
- UPN	14	
- PAR	15	
- Foro Asturias	16	
- Nueva Canarias	17	
- ICV	18	
- CHA	19	
- UPyD	20	
- BNG (Nós-Candidatura Galega)	21	
- Geroa Bai	22	
- Unió	23	
- PACMA	24	
- Otro, ¿cuál?	25	

- Voto nulo	77	
- Votar en blanco	96	→ Pasar a P.34
- N.C.	99	

P.32 ¿Diría Ud. que votó por ese partido principalmente con convicción, con ciertas dudas o porque se trataba del mal menor?

- Con convicción	1	
- Con ciertas dudas	2	
- Porque se trataba del mal menor	3	(154)
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.33 ¿Cuál es la razón principal que le ha llevado a votar a ese partido o coalición en estas últimas elecciones? ¿Y en segundo lugar? (**MOSTRAR TARJETA P**).

	1 ^{er} lugar (155)	2 ^o lugar (156)
- Por el/la candidato/a que presentaba a la Presidencia del Gobierno	1	1
- Porque siempre vota a ese partido/coalición	2	2
- Porque es el que está más capacitado para gobernar en España	3	3
- Porque es el que mejor representa las ideas de la gente como Ud.	4	4
- Por su actuación en los últimos cuatro años	5	5
- Para evitar que ganase otro partido/coalición	6	6
- Otras respuestas	7	7
- N.C.	9	9

A TODAS LAS PERSONAS ENTREVISTADAS											↓																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
											Escala	NS	NC																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
											01-10	98	99																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
<p>P.34 Si hubiera sabido que los resultados de estas elecciones iban a ser los que han sido, ¿Ud...? (MOSTRAR TARJETA Q).</p> <p>- Habría votado por el mismo partido o coalición por el que lo hizo 1</p> <p>- Se habría abstenido o habría votado en blanco 2</p> <p>- Habría votado por un partido o coalición distinto al que votó ... 3 (157)</p> <p>- Habría votado por un partido o coalición en vez de votar en blanco o nulo 4</p> <p>- Habría votado por un partido o coalición en vez de abstenerse 5</p> <p>- N.S. 8</p> <p>- N.C. 9</p>											<p>(Sólo en Galicia)</p> <p>- En Marea 98 99 (194)(195)</p> <p>- BNG 98 99 (196)(197)</p> <p>(Sólo en Aragón)</p> <p>- PAR 98 99 (198)(199)</p> <p>- CHA 98 99 (200)(201)</p> <p>(Sólo en Asturias)</p> <p>- Foro 98 99 (202)(203)</p>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
<p>P.35 Cuando se habla de política se utilizan normalmente las expresiones izquierda y derecha. En esta tarjeta hay una serie de casillas que van de izquierda a derecha. ¿En qué casilla se colocaría Ud.? (MOSTRAR TARJETA ESCALA). (PEDIR A LA PERSONA ENTREVISTADA QUE INDIQUE LA CASILLA EN LA QUE SE COLOCARÍA Y REDONDEAR EL NÚMERO CORRESPONDIENTE).</p> <p>(158)(159)</p> <p>Izda. Dcha.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="10"></th> <th>NS</th> <th>NC</th> </tr> <tr> <th>01</th> <th>02</th> <th>03</th> <th>04</th> <th>05</th> <th>06</th> <th>07</th> <th>08</th> <th>09</th> <th>10</th> <th>98</th> <th>99</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>																					NS	NC	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	98	99													<p>P.37 Le voy a citar ahora los nombres de algunos/as líderes políticos/as. Le agradecería me indicara con respecto a cada uno/a de ellos/as, si lo/a conoce y qué valoración le merece su actuación política. Puntúelos/as de 0 a 10, sabiendo que el 0 significa que lo/a valora muy mal y el 10 que lo/a valora muy bien.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="11"></th> <th>No conoce</th> <th>Valo- ración</th> <th>NS</th> <th>NC</th> <th colspan="2"></th> </tr> <tr> <th colspan="11"></th> <th>97</th> <th>00-10</th> <th>98</th> <th>99</th> <th colspan="2"></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="11">- Alberto Garzón</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(204)(205)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Andrés Herzog</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(206)(207)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Pablo Iglesias</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(208)(209)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Mariano Rajoy</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(210)(211)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Albert Rivera</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(212)(213)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Pedro Sánchez</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(214)(215)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">(Sólo en Cataluña)</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Xavier Domènech</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(216)(217)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Josep A. Duran i Lleida</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(218)(219)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Francesc Homs</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(220)(221)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Gabriel Rufián</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(222)(223)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">(Sólo en País Vasco)</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Marian Beñalarrangoitia</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(224)(225)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Aitor Esteban</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(226)(227)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">(Sólo en Navarra)</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Koldo Martínez</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(228)(229)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">(Sólo en Comunidad Valenciana)</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Joan Baldoví Roda</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(230)(231)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">(Sólo en Galicia)</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Antón Gómez-Reino</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(232)(233)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Carlos Callón</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(234)(235)</td> </tr> <tr> <td colspan="11">(Sólo en Canarias)</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Ana María Oramas</td> <td>97</td> <td></td> <td>98</td> <td>99</td> <td colspan="2">(236)(237)</td> </tr> <tr> <td colspan="11"> <p>P.38 De las siguientes cualidades, ¿cuál cree Ud. que es la más importante que debería tener un/a político/a? ¿Y en segundo lugar? (MOSTRAR TARJETA R).</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="11"></th> <th colspan="2">1º lugar</th> <th colspan="2">2º lugar</th> <th colspan="2"></th> </tr> <tr> <th colspan="11"></th> <th colspan="2">(238)(239)</th> <th colspan="2">(240)(241)</th> <th colspan="2"></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="11">- Competencia</td> <td>01</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">01</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Honradez</td> <td>02</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">02</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Capacidad de diálogo</td> <td>03</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">03</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Cercanía a la gente</td> <td>04</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">04</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Experiencia</td> <td>05</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">05</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Capacidad de liderazgo</td> <td>06</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">06</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Iniciativa</td> <td>07</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">07</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Preparación y formación</td> <td>08</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">08</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- N.S.</td> <td>98</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">98</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- N.C.</td> <td>99</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">99</td> </tr> </tbody> </table> </td> </tr> </tbody> </table>																						No conoce	Valo- ración	NS	NC														97	00-10	98	99			- Alberto Garzón											97		98	99	(204)(205)		- Andrés Herzog											97		98	99	(206)(207)		- Pablo Iglesias											97		98	99	(208)(209)		- Mariano Rajoy											97		98	99	(210)(211)		- Albert Rivera											97		98	99	(212)(213)		- Pedro Sánchez											97		98	99	(214)(215)		(Sólo en Cataluña)																	- Xavier Domènech											97		98	99	(216)(217)		- Josep A. Duran i Lleida											97		98	99	(218)(219)		- Francesc Homs											97		98	99	(220)(221)		- Gabriel Rufián											97		98	99	(222)(223)		(Sólo en País Vasco)																	- Marian Beñalarrangoitia											97		98	99	(224)(225)		- Aitor Esteban											97		98	99	(226)(227)		(Sólo en Navarra)																	- Koldo Martínez											97		98	99	(228)(229)		(Sólo en Comunidad Valenciana)																	- Joan Baldoví Roda											97		98	99	(230)(231)		(Sólo en Galicia)																	- Antón Gómez-Reino											97		98	99	(232)(233)		- Carlos Callón											97		98	99	(234)(235)		(Sólo en Canarias)																	- Ana María Oramas											97		98	99	(236)(237)		<p>P.38 De las siguientes cualidades, ¿cuál cree Ud. que es la más importante que debería tener un/a político/a? ¿Y en segundo lugar? (MOSTRAR TARJETA R).</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="11"></th> <th colspan="2">1º lugar</th> <th colspan="2">2º lugar</th> <th colspan="2"></th> </tr> <tr> <th colspan="11"></th> <th colspan="2">(238)(239)</th> <th colspan="2">(240)(241)</th> <th colspan="2"></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="11">- Competencia</td> <td>01</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">01</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Honradez</td> <td>02</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">02</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Capacidad de diálogo</td> <td>03</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">03</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Cercanía a la gente</td> <td>04</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">04</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Experiencia</td> <td>05</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">05</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Capacidad de liderazgo</td> <td>06</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">06</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Iniciativa</td> <td>07</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">07</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Preparación y formación</td> <td>08</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">08</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- N.S.</td> <td>98</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">98</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- N.C.</td> <td>99</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">99</td> </tr> </tbody> </table>																						1º lugar		2º lugar															(238)(239)		(240)(241)				- Competencia											01				01		- Honradez											02				02		- Capacidad de diálogo											03				03		- Cercanía a la gente											04				04		- Experiencia											05				05		- Capacidad de liderazgo											06				06		- Iniciativa											07				07		- Preparación y formación											08				08		- N.S.											98				98		- N.C.											99				99	
										NS	NC																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	98	99																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
											No conoce	Valo- ración	NS	NC																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
											97	00-10	98	99																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
- Alberto Garzón											97		98	99	(204)(205)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Andrés Herzog											97		98	99	(206)(207)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Pablo Iglesias											97		98	99	(208)(209)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Mariano Rajoy											97		98	99	(210)(211)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Albert Rivera											97		98	99	(212)(213)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Pedro Sánchez											97		98	99	(214)(215)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
(Sólo en Cataluña)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
- Xavier Domènech											97		98	99	(216)(217)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Josep A. Duran i Lleida											97		98	99	(218)(219)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Francesc Homs											97		98	99	(220)(221)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Gabriel Rufián											97		98	99	(222)(223)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
(Sólo en País Vasco)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
- Marian Beñalarrangoitia											97		98	99	(224)(225)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Aitor Esteban											97		98	99	(226)(227)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
(Sólo en Navarra)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
- Koldo Martínez											97		98	99	(228)(229)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
(Sólo en Comunidad Valenciana)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
- Joan Baldoví Roda											97		98	99	(230)(231)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
(Sólo en Galicia)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
- Antón Gómez-Reino											97		98	99	(232)(233)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Carlos Callón											97		98	99	(234)(235)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
(Sólo en Canarias)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
- Ana María Oramas											97		98	99	(236)(237)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
<p>P.38 De las siguientes cualidades, ¿cuál cree Ud. que es la más importante que debería tener un/a político/a? ¿Y en segundo lugar? (MOSTRAR TARJETA R).</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="11"></th> <th colspan="2">1º lugar</th> <th colspan="2">2º lugar</th> <th colspan="2"></th> </tr> <tr> <th colspan="11"></th> <th colspan="2">(238)(239)</th> <th colspan="2">(240)(241)</th> <th colspan="2"></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="11">- Competencia</td> <td>01</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">01</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Honradez</td> <td>02</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">02</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Capacidad de diálogo</td> <td>03</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">03</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Cercanía a la gente</td> <td>04</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">04</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Experiencia</td> <td>05</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">05</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Capacidad de liderazgo</td> <td>06</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">06</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Iniciativa</td> <td>07</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">07</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- Preparación y formación</td> <td>08</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">08</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- N.S.</td> <td>98</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">98</td> </tr> <tr> <td colspan="11">- N.C.</td> <td>99</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">99</td> </tr> </tbody> </table>																						1º lugar		2º lugar															(238)(239)		(240)(241)				- Competencia											01				01		- Honradez											02				02		- Capacidad de diálogo											03				03		- Cercanía a la gente											04				04		- Experiencia											05				05		- Capacidad de liderazgo											06				06		- Iniciativa											07				07		- Preparación y formación											08				08		- N.S.											98				98		- N.C.											99				99																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
											1º lugar		2º lugar																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
											(238)(239)		(240)(241)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
- Competencia											01				01																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Honradez											02				02																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Capacidad de diálogo											03				03																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Cercanía a la gente											04				04																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Experiencia											05				05																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Capacidad de liderazgo											06				06																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Iniciativa											07				07																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- Preparación y formación											08				08																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- N.S.											98				98																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
- N.C.											99				99																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										

P.39 ¿Podría indicarme si se siente Ud. cercano/a o próximo/a a algún partido o coalición política?

- Sí 1
- No 2 (242)
- N.C. 9

P.39a ¿Y a qué partido o coalición se siente Ud. más cercano/a? (NO LEER. RESPUESTA ESPONTÁNEA).

- PP 01
- PSOE 02
- Podemos 03
- Ciudadanos 04
- IU (Unidad Popular) 05
- En Comú Podem 06
- Compromís-Podemos-És el Moment 07
- ERC 08 (243)(244)
- Convergència (Democràcia i Llibertat) 09
- En Marea 10
- EAJ-PNV 11
- EH Bildu 12
- CC-PNC 13
- UPN 14
- PAR 15
- Foro Asturias 16
- Nueva Canarias 17
- ICV 18
- CHA 19
- UPyD 20
- BNG (Nós-Candidatura Galega) 21
- Geroa Bai 22
- Unió 23
- PACMA 24
- Otro, ¿cuál? 25
- Ninguno 97
- N.S. 98
- N.C. 99

P.39b ¿Y con respecto a este partido o coalición, diría Ud. que se siente muy cercano/a, bastante cercano/a o algo cercano/a?

- Muy cercano/a 1
- Bastante cercano/a ... 2 (245)
- Algo cercano/a 3
- N.C. 9

P.40 ¿Cuál de las siguientes frases diría Ud. que expresa mejor sus sentimientos? (MOSTRAR TARJETA GENTILICIOS).

- Se siente únicamente español/a 1
- Se siente más español/a que (gentilicio CA) 2
- Se siente tan español/a como (gentilicio CA) 3
- Se siente más (gentilicio CA) que español/a 4 (246)
- Se siente únicamente (gentilicio CA) 5
- (NO LEER) Ninguna de las anteriores 7
- N.S. 8
- N.C. 9

HACER PREGUNTAS 41 y 42 SÓLO EN CATALUÑA, PAÍS VASCO, GALICIA, NAVARRA, ARAGÓN, COMUNIDAD VALENCIANA Y CANARIAS

P.41 En relación con el sentimiento nacionalista catalán/vasco/gallego/navarro/aragonés/valenciano/canario, ¿podría decirme, por favor, dónde se colocaría Ud. en una escala de 1 a 10, en la que el 1 significa "mínimo nacionalismo" y el 10 "máximo nacionalismo"? (MOSTRAR TARJETA NACIONALISMOS).

(247)(248)

Mínimo
nacionalismo
(gentilicio CA)

Máximo
nacionalismo
(gentilicio CA)

										NS	NC
01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	98	99

P.42 Utilizando esta misma escala de nacionalismo, ¿podría decirme dónde colocaría a cada uno de los siguientes partidos? (MOSTRAR TARJETA NACIONALISMOS).

	Escala 01-10	NS 98	NC 99	
- PP.....	_____	98	99	(249)(250)
- PSOE.....	_____	98	99	(251)(252)
- Podemos	_____	98	99	(253)(254)
- Ciudadanos	_____	98	99	(255)(256)
- IU	_____	98	99	(257)(258)
- UPyD	_____	98	99	(259)(260)
<i>(Sólo en Cataluña)</i>				
- En Comú	_____	98	99	(261)(262)
- ERC.....	_____	98	99	(263)(264)
- Democràcia y Llibertat	_____	98	99	(265)(266)
- Unió	_____	98	99	(267)(268)
<i>(Sólo en País Vasco)</i>				
- PNV.....	_____	98	99	(269)(270)
<i>(Sólo en País Vasco y Navarra)</i>				
- EH Bildu	_____	98	99	(271)(272)
<i>(Sólo en Navarra)</i>				
- Geroa Bai	_____	98	99	(273)(274)
- UPN	_____	98	99	(275)(276)
<i>(Sólo en Comunidad Valenciana)</i>				
- Compromís	_____	98	99	(277)(278)
<i>(Sólo en Canarias)</i>				
- CC	_____	98	99	(279)(280)
- Nueva Canarias	_____	98	99	(281)(282)
<i>(Sólo en Galicia)</i>				
- En Marea	_____	98	99	(283)(284)
- BNG	_____	98	99	(285)(286)
<i>(Sólo en Aragón)</i>				
- PAR	_____	98	99	(287)(288)
- CHA	_____	98	99	(289)(290)

A TODAS LAS PERSONAS ENTREVISTADAS

P.43 ¿Hasta qué punto diría Ud. que se siente orgulloso/a de ser español/a: muy orgulloso/a, bastante orgulloso/a, poco orgulloso/a o nada orgulloso/a?

- Muy orgulloso/a 1
- Bastante orgulloso/a ... 2
- Poco orgulloso/a 3 (291)
- Nada orgulloso/a 4
- N.S. 8
- N.C. 9

P.44 ¿Y me podría decir el nombre del Presidente del Gobierno anterior a Mariano Rajoy?

- Correcto (José Luis Rodríguez Zapatero) 1
- Incorrecto 2 (292)
- N.S. 8
- N.C. 9

<p>P.45 ¿Y recuerda en qué año se aprobó la Constitución española?</p> <p>_____ (293)(294)(295)(296)</p> <p>N.S. 9998 N.C. 9999</p>	<p style="text-align: right;">Escala 00-10</p> <p style="text-align: right;">NS 98</p> <p style="text-align: right;">NC 99</p> <p>↓</p> <p><i>(Sólo en Cataluña)</i></p> <p>- En Comú 98 99 (317)(318)</p> <p>- ERC 98 99 (319)(320)</p> <p>- Democràcia y Llibertat 98 99 (321)(322)</p> <p>- Unió 98 99 (323)(324)</p>																																																
<p>P.46 ¿Diría Ud. que en España la ley establece que los/as ciudadanos/as están obligados/as a votar o no hay una obligación legal de votar?</p> <p>- Sí, hay una obligación legal 1 - No, no hay una obligación legal 2 (297) - N.S. 8 - N.C. 9</p>	<p><i>(Sólo en País Vasco)</i></p> <p>- PNV 98 99 (325)(326)</p>																																																
<p>P.47 ¿Cómo se definiría Ud. en política según la siguiente clasificación? (MOSTRAR TARJETA S).</p>	<p><i>(Sólo en País Vasco y Navarra)</i></p> <p>- EH Bildu 98 99 (327)(328)</p>																																																
<p>P.47a ¿Y con alguna más? (MOSTRAR TARJETA S).</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">P.47</th> <th style="text-align: center;">P.47a</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>- Conservador/a</td><td style="text-align: center;">01</td><td style="text-align: center;">01</td></tr> <tr><td>- Demócrata cristiano/a</td><td style="text-align: center;">02</td><td style="text-align: center;">02</td></tr> <tr><td>- Liberal</td><td style="text-align: center;">03</td><td style="text-align: center;">03</td></tr> <tr><td>- Progresista</td><td style="text-align: center;">04</td><td style="text-align: center;">04</td></tr> <tr><td>- Socialdemócrata</td><td style="text-align: center;">05 (298)</td><td style="text-align: center;">05 (300)</td></tr> <tr><td>- Socialista</td><td style="text-align: center;">06</td><td style="text-align: center;">06</td></tr> <tr><td>- Comunista</td><td style="text-align: center;">07</td><td style="text-align: center;">07</td></tr> <tr><td>- Nacionalista</td><td style="text-align: center;">08 (299)</td><td style="text-align: center;">08 (301)</td></tr> <tr><td>- Feminista</td><td style="text-align: center;">09</td><td style="text-align: center;">09</td></tr> <tr><td>- Ecologista</td><td style="text-align: center;">10</td><td style="text-align: center;">10</td></tr> <tr><td>- Otra respuesta, ¿cuál?</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_____</td><td style="text-align: center;">11</td><td style="text-align: center;">11</td></tr> <tr><td>- N.S.</td><td style="text-align: center;">98</td><td style="text-align: center;">98</td></tr> <tr><td>- N.C.</td><td style="text-align: center;">99</td><td style="text-align: center;">99</td></tr> </tbody> </table>		P.47	P.47a	- Conservador/a	01	01	- Demócrata cristiano/a	02	02	- Liberal	03	03	- Progresista	04	04	- Socialdemócrata	05 (298)	05 (300)	- Socialista	06	06	- Comunista	07	07	- Nacionalista	08 (299)	08 (301)	- Feminista	09	09	- Ecologista	10	10	- Otra respuesta, ¿cuál?			_____	11	11	- N.S.	98	98	- N.C.	99	99	<p><i>(Sólo en Navarra)</i></p> <p>- Geroa Bai 98 99 (329)(330)</p> <p>- UPN 98 99 (331)(332)</p> <p><i>(Sólo en Comunidad Valenciana)</i></p> <p>- Compromís 98 99 (333)(334)</p> <p><i>(Sólo en Canarias)</i></p> <p>- CC 98 99 (335)(336)</p> <p>- Nueva Canarias 98 99 (337)(338)</p> <p><i>(Sólo en Galicia)</i></p> <p>- En Marea 98 99 (339)(340)</p> <p>- BNG 98 99 (341)(342)</p> <p><i>(Sólo en Aragón)</i></p> <p>- PAR 98 99 (343)(344)</p> <p>- CHA 98 99 (345)(346)</p> <p><i>(Sólo en Asturias)</i></p> <p>- Foro 98 99 (347)(348)</p>			
	P.47	P.47a																																															
- Conservador/a	01	01																																															
- Demócrata cristiano/a	02	02																																															
- Liberal	03	03																																															
- Progresista	04	04																																															
- Socialdemócrata	05 (298)	05 (300)																																															
- Socialista	06	06																																															
- Comunista	07	07																																															
- Nacionalista	08 (299)	08 (301)																																															
- Feminista	09	09																																															
- Ecologista	10	10																																															
- Otra respuesta, ¿cuál?																																																	
_____	11	11																																															
- N.S.	98	98																																															
- N.C.	99	99																																															
<p>P.48 ¿Me podría decir si en las elecciones generales del 20 de noviembre de 2011...? (MOSTRAR TARJETA RECUERDO DE VOTO).</p> <p>↓</p> <p>- Fue a votar y votó 1 - No tenía edad para votar 2 - Fue a votar pero no pudo hacerlo ... 3 - No fue a votar porque no pudo 4 (302) - Prefirió no votar 5 - No tenía derecho a voto 6 - No recuerda 8 - N.C. 9</p>	<p>P.50 ¿Actualmente se encuentra Ud. en alguna de las siguientes situaciones?</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">Sí</th> <th style="text-align: center;">No</th> <th style="text-align: center;">NC</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>- Está pagando una hipoteca</td><td style="text-align: center;">1</td><td style="text-align: center;">2</td><td style="text-align: center;">9 (349)</td></tr> <tr><td>- Percibe regularmente una ayuda económica de algún Gobierno o Administración Pública (becas escolares, ayuda al alquiler, ayuda por el cuidado de personas dependientes, ayuda por hijos/as menores a cargo, etc.)</td><td style="text-align: center;">1</td><td style="text-align: center;">2</td><td style="text-align: center;">9 (350)</td></tr> <tr><td>- Tiene contratado un seguro médico privado</td><td style="text-align: center;">1</td><td style="text-align: center;">2</td><td style="text-align: center;">9 (351)</td></tr> </tbody> </table>		Sí	No	NC	- Está pagando una hipoteca	1	2	9 (349)	- Percibe regularmente una ayuda económica de algún Gobierno o Administración Pública (becas escolares, ayuda al alquiler, ayuda por el cuidado de personas dependientes, ayuda por hijos/as menores a cargo, etc.)	1	2	9 (350)	- Tiene contratado un seguro médico privado	1	2	9 (351)																																
	Sí	No	NC																																														
- Está pagando una hipoteca	1	2	9 (349)																																														
- Percibe regularmente una ayuda económica de algún Gobierno o Administración Pública (becas escolares, ayuda al alquiler, ayuda por el cuidado de personas dependientes, ayuda por hijos/as menores a cargo, etc.)	1	2	9 (350)																																														
- Tiene contratado un seguro médico privado	1	2	9 (351)																																														
<p>P.48a ¿Y podría decirme a qué partido o coalición votó? (RESPUESTA ESPONTÁNEA).</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tbody> <tr><td>- PP.....</td><td style="text-align: center;">01</td><td>- CC-NC.....</td><td style="text-align: center;">10</td></tr> <tr><td>- PSOE.....</td><td style="text-align: center;">02</td><td>- Compromís-Equo.....</td><td style="text-align: center;">11</td></tr> <tr><td>- IU (ICV en Cataluña).....</td><td style="text-align: center;">03</td><td>- FAC.....</td><td style="text-align: center;">12</td></tr> <tr><td>- UPyD.....</td><td style="text-align: center;">04</td><td>- Geroa Bai.....</td><td style="text-align: center;">13 (303)</td></tr> <tr><td>- CiU.....</td><td style="text-align: center;">05</td><td>- Otro, ¿cuál?</td><td style="text-align: center;">14</td></tr> <tr><td>- Amaiur.....</td><td style="text-align: center;">06</td><td>- En blanco</td><td style="text-align: center;">15 (304)</td></tr> <tr><td>- PNV.....</td><td style="text-align: center;">07</td><td>- Voto nulo</td><td style="text-align: center;">77</td></tr> <tr><td>- ERC.....</td><td style="text-align: center;">08</td><td>- No recuerda</td><td style="text-align: center;">98</td></tr> <tr><td>- BNG.....</td><td style="text-align: center;">09</td><td>- N.C.</td><td style="text-align: center;">99</td></tr> </tbody> </table>	- PP.....	01	- CC-NC.....	10	- PSOE.....	02	- Compromís-Equo.....	11	- IU (ICV en Cataluña).....	03	- FAC.....	12	- UPyD.....	04	- Geroa Bai.....	13 (303)	- CiU.....	05	- Otro, ¿cuál?	14	- Amaiur.....	06	- En blanco	15 (304)	- PNV.....	07	- Voto nulo	77	- ERC.....	08	- No recuerda	98	- BNG.....	09	- N.C.	99	<p>P.51 ¿Cuál es su estado civil?</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tbody> <tr><td>- Casado/a</td><td style="text-align: center;">1</td></tr> <tr><td>- Soltero/a</td><td style="text-align: center;">2</td></tr> <tr><td>- Viudo/a</td><td style="text-align: center;">3 (352)</td></tr> <tr><td>- Separado/a</td><td style="text-align: center;">4</td></tr> <tr><td>- Divorciado/a</td><td style="text-align: center;">5</td></tr> <tr><td>- N.C.</td><td style="text-align: center;">9</td></tr> </tbody> </table>	- Casado/a	1	- Soltero/a	2	- Viudo/a	3 (352)	- Separado/a	4	- Divorciado/a	5	- N.C.	9
- PP.....	01	- CC-NC.....	10																																														
- PSOE.....	02	- Compromís-Equo.....	11																																														
- IU (ICV en Cataluña).....	03	- FAC.....	12																																														
- UPyD.....	04	- Geroa Bai.....	13 (303)																																														
- CiU.....	05	- Otro, ¿cuál?	14																																														
- Amaiur.....	06	- En blanco	15 (304)																																														
- PNV.....	07	- Voto nulo	77																																														
- ERC.....	08	- No recuerda	98																																														
- BNG.....	09	- N.C.	99																																														
- Casado/a	1																																																
- Soltero/a	2																																																
- Viudo/a	3 (352)																																																
- Separado/a	4																																																
- Divorciado/a	5																																																
- N.C.	9																																																
<p>P.49 Ahora me gustaría que me dijera cuál es la probabilidad de que Ud. vote a cada uno de los partidos que le voy a mencionar, utilizando para ello una escala de 0 a 10, sabiendo que el 0 significa que "con toda seguridad, no lo votaría nunca" y el 10 que "con toda seguridad, lo votaría siempre". (MOSTRAR TARJETA T).</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">Escala 00-10</th> <th style="text-align: center;">NS 98</th> <th style="text-align: center;">NC 99</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>- PP.....</td><td style="text-align: center;">_____</td><td style="text-align: center;">98</td><td style="text-align: center;">99 (305)(306)</td></tr> <tr><td>- PSOE.....</td><td style="text-align: center;">_____</td><td style="text-align: center;">98</td><td style="text-align: center;">99 (307)(308)</td></tr> <tr><td>- Podemos</td><td style="text-align: center;">_____</td><td style="text-align: center;">98</td><td style="text-align: center;">99 (309)(310)</td></tr> <tr><td>- Ciudadanos</td><td style="text-align: center;">_____</td><td style="text-align: center;">98</td><td style="text-align: center;">99 (311)(312)</td></tr> <tr><td>- IU</td><td style="text-align: center;">_____</td><td style="text-align: center;">98</td><td style="text-align: center;">99 (313)(314)</td></tr> <tr><td>- UPyD</td><td style="text-align: center;">_____</td><td style="text-align: center;">98</td><td style="text-align: center;">99 (315)(316)</td></tr> </tbody> </table> <p>↓</p>		Escala 00-10	NS 98	NC 99	- PP.....	_____	98	99 (305)(306)	- PSOE.....	_____	98	99 (307)(308)	- Podemos	_____	98	99 (309)(310)	- Ciudadanos	_____	98	99 (311)(312)	- IU	_____	98	99 (313)(314)	- UPyD	_____	98	99 (315)(316)	<p>P.52 Actualmente, ¿cuál es su situación de convivencia, es decir, está Ud. viviendo...? (MOSTRAR TARJETA U).</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tbody> <tr><td>- Con su mujer/marido (solos/as)</td><td style="text-align: center;">01</td></tr> <tr><td>- Con su mujer/marido con hijo/a/s</td><td style="text-align: center;">02</td></tr> <tr><td>- Con su pareja solos/as</td><td style="text-align: center;">03</td></tr> <tr><td>- Con su pareja con hijo/a/s</td><td style="text-align: center;">04</td></tr> <tr><td>- Con sus padres (padre y/o madre) con o sin hermanos/as, con o sin otros/as ascendientes/parientes</td><td style="text-align: center;">05 (353)</td></tr> <tr><td>- Solo/a</td><td style="text-align: center;">06</td></tr> <tr><td>- Solo/a con su/s hijo/a/s</td><td style="text-align: center;">07</td></tr> <tr><td>- Otra situación, ¿cuál?</td><td style="text-align: center;">(354)</td></tr> <tr><td>_____</td><td style="text-align: center;">08</td></tr> <tr><td>- N.C.</td><td style="text-align: center;">99</td></tr> </tbody> </table>	- Con su mujer/marido (solos/as)	01	- Con su mujer/marido con hijo/a/s	02	- Con su pareja solos/as	03	- Con su pareja con hijo/a/s	04	- Con sus padres (padre y/o madre) con o sin hermanos/as, con o sin otros/as ascendientes/parientes	05 (353)	- Solo/a	06	- Solo/a con su/s hijo/a/s	07	- Otra situación, ¿cuál?	(354)	_____	08	- N.C.	99
	Escala 00-10	NS 98	NC 99																																														
- PP.....	_____	98	99 (305)(306)																																														
- PSOE.....	_____	98	99 (307)(308)																																														
- Podemos	_____	98	99 (309)(310)																																														
- Ciudadanos	_____	98	99 (311)(312)																																														
- IU	_____	98	99 (313)(314)																																														
- UPyD	_____	98	99 (315)(316)																																														
- Con su mujer/marido (solos/as)	01																																																
- Con su mujer/marido con hijo/a/s	02																																																
- Con su pareja solos/as	03																																																
- Con su pareja con hijo/a/s	04																																																
- Con sus padres (padre y/o madre) con o sin hermanos/as, con o sin otros/as ascendientes/parientes	05 (353)																																																
- Solo/a	06																																																
- Solo/a con su/s hijo/a/s	07																																																
- Otra situación, ¿cuál?	(354)																																																
_____	08																																																
- N.C.	99																																																

P.53 ¿Tiene Ud. hijos/as su cargo?

P.54 ¿Y personas dependientes a su cargo?

	P.53 Hijos/as (355)	P.54 Dependientes (356)
- Sí	1	1
- No	2	2
- N.C.	9	9

P.55 En los últimos doce meses, ¿ha recibido Ud. personalmente algún tipo de préstamo o ayuda económica de un familiar?

P.56 Y, también en los últimos doce meses, ¿ha prestado Ud. algún tipo de ayuda económica o realizado un préstamo a un familiar?

	P.55 Recibido (357)	P.56 Prestado (358)
- Sí, varias veces	1	1
- Sí, alguna vez	2	2
- No	3	3
- No recuerda	8	8
- N.C.	9	9

P.57 ¿Ha ido Ud. a la escuela o cursado algún tipo de estudios? (**ENTREVISTADOR/A: en caso negativo, preguntar si sabe leer y escribir**).

- No, es analfabeto/a	1	PASAR A P.58 (359)
- No, pero sabe leer y escribir ...	2	
- Sí, ha ido a la escuela	3	PASAR A P.58
- N.C.	9	

P.57a ¿Cuáles son los estudios oficiales de más alto nivel que Ud. ha finalizado (obteniendo la titulación oficial correspondiente)? (**MOSTRAR TARJETA ESTUDIOS POST2015**). (**SEÑALAR EL NIVEL MÁXIMO ALCANZADO**).

- Estudios primarios sin completar (menos de 5 años) 01
- Antigua Educación Primaria (Certificado de Estudios Primarios)..... 02
- Hasta 5º de EGB 03
- Educación Primaria (LOGSE) 04
- Grado Elemental en Música y Danza 05
- Bachillerato Elemental 06
- EGB 07
- ESO 08
- Bachillerato Superior, BUP 09 (360)
- PREU, COU 10
- Bachillerato (LOGSE) 11
- FP de Iniciación 12
- Programas de Garantía Social, Programas de Cualificación Profesional Inicial (PCPI) 13 (361)
- FP Oficialía 14
- FP de 1º Grado (FP1) 15
- CF de Grado Medio (Técnico Medio) 16
- CF de Grado Medio en Artes Plásticas y Diseño 17
- Grado Medio en Música y Danza 18
- FP Maestría 19
- FP de 2º Grado (FP2) 20
- CF de Grado Superior (Técnico Superior) 21
- CF de Grado Superior en Escuelas de Arte 22
- Peritaje, antiguas escuelas de Enfermería, Magisterio, Asistente Social 23
- Diplomado/a, Grado (Bolonía), Ingeniero/a o Arquitecto/a Técnico/a, 3 años de licenciatura, Título Superior en Diseño 24
- Licenciado/a, Máster (Bolonía), Ingeniero/a Superior, Arquitecto/a, Título Superior en Música, Danza o Arte Dramático 25
- Doctorado 26
- Otros (especificar) 27
- N.S. 98
- N.C. 99

P.58 ¿Cómo se define Ud. en materia religiosa: católico/a, creyente de otra religión, no creyente o ateo/a?

- Católico/a	1	
- Creyente de otra religión	2	
- No creyente	3	(362)
- Ateo/a	4	
- N.C.	9	

P.58a ¿Con qué frecuencia asiste Ud. a misa u otros oficios religiosos, sin contar las ocasiones relacionadas con ceremonias de tipo social, por ejemplo, bodas, comuniones o funerales?

- Casi nunca	1	(363)
- Varias veces al año	2	
- Alguna vez al mes	3	
- Casi todos los domingos y festivos ..	4	
- Varias veces a la semana	5	
- N.C.	9	

P.59 ¿Cómo calificaría Ud. su situación económica personal en estos momentos: muy buena, buena, regular, mala o muy mala?

- Muy buena	1	(364)
- Buena	2	
- Regular	3	
- Mala	4	
- Muy mala	5	
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.60 ¿Diría Ud. que su situación económica personal es mucho mejor, mejor, igual, peor o mucho peor que hace cuatro años?

- Mucho mejor	1	(365)
- Mejor	2	
- Igual	3	
- Peor	4	
- Mucho peor	5	
- N.S.	8	
- N.C.	9	

P.61 ¿Quién es la persona que aporta más ingresos al hogar?

- La persona entrevistada	1	(366)
- Otra persona	2	
- (NO LEER) La persona entrevistada y otra casi a partes iguales	3	
- N.C.	9	

P.62 ¿Le ha ocurrido a Ud. o a alguna persona que conviva con Ud. alguna de las siguientes situaciones a lo largo de los últimos cuatro años?

	SÍ	NO	NS	NC
- Ha perdido su trabajo (independientemente de si ha vuelto a encontrar otro o no)	1	2	8	9 (367)
- Ha visto congelado o recortado su salario (sin cambiar la dedicación en horas de trabajo)	1	2	8	9 (368)

P.63 ¿En cuál de las siguientes situaciones se encuentra Ud. actualmente? (**MOSTRAR TARJETA SITUACIÓN LABORAL**).

- Trabaja	1	(369)
- Jubilado/a o pensionista (anteriormente ha trabajado)	2	
- Pensionista (anteriormente no ha trabajado)	3	
- Parado/a y ha trabajado antes	4	
- Parado/a y busca su primer empleo	5	
- Estudiante	6	
- Trabajo doméstico no remunerado	7	
- Otra situación, ¿cuál?	8	
- N.C.	9	

SÓLO A QUIENES TRABAJAN (1 en P.63)

P.63a ¿Y trabaja a jornada completa o lo hace a tiempo parcial?

- A jornada completa 1
- A tiempo parcial 2 (370)
- N.C. 9

P.63b ¿Piensa Ud. que es muy probable, bastante, poco o nada probable que durante los próximos doce meses pierda su empleo actual?

- Muy probable 1
- Bastante probable 2
- Poco probable 3 (371)
- Nada probable 4
- N.S. 8
- N.C. 9

SÓLO A QUIENES ESTÁN PARADOS/AS Y HAN TRABAJADO ANTES (4 en P.63)

P.63c ¿Cuánto tiempo lleva en situación de desempleo?

- Menos de 6 meses 1
- Entre 6 meses y 1 año ... 2
- Entre 1 y 2 años 3
- Entre 2 y 3 años 4 (372)
- Más de 3 años 5
- No recuerda 8
- N.C. 9

P.63d ¿Recibe Ud....?

- La prestación por desempleo 1
- Otro tipo de subsidio (prestación asistencial por desempleo, renta activa de inserción de 426 euros) 2
- Ningún tipo de prestación o subsidio por desempleo .. 3 (373)
- N.S. 8
- N.C. 9

A TODOS LOS/AS PARADOS/AS (4 ó 5 en P.63)

P.63e ¿Y cree Ud. que es muy probable, bastante, poco o nada probable que durante los próximos doce meses encuentre Ud. trabajo?

- Muy probable 1
- Bastante probable 2
- Poco probable 3 (374)
- Nada probable 4
- N.S. 8
- N.C. 9

ENTREVISTADOR/A: Las preguntas 64, 65, 65a y 66 referirlas:

- al trabajo actual (si 1 en P.63)
- al último trabajo (si 2 ó 4 en P.63)
- al trabajo de la persona que aporta más ingresos al hogar (si 3, 5, 6, 7 u 8 en P.63)

A TODAS LAS PERSONAS ENTREVISTADAS

P.64 ¿Y cuál es/era su actual/última ocupación u oficio? Es decir, ¿en qué consiste/tía específicamente su trabajo? (Precisar lo más posible las actividades realizadas, EJEMPLO: auxiliar de clínica, agente de seguridad, esteticista, guarda forestal, terapeuta ocupacional, patronista de ropa, etc.). Nos referimos a su ocupación principal: aquélla por la que Ud. (o la persona que aporta más ingresos al hogar) obtiene/nía mayores ingresos.

_____ (375)(378)(377) CNO11
 N.C. 999

P.65 ¿Ud. (o la persona que aporta más ingresos al hogar) trabaja (o trabajaba) como...? (**MOSTRAR TARJETA RELACIÓN LABORAL**).

- Asalariado/a fijo/a (a sueldo, comisión, jornal, etc., con carácter fijo) 1
- Asalariado/a eventual o interino/a (a sueldo, comisión, jornal, etc., con carácter temporal o interino) 2
- Empresario/a o profesional con asalariados/as 3
- Profesional o trabajador/a autónomo/a (sin asalariados/as) 4 (378)
- Ayuda familiar (sin remuneración reglamentada en la empresa o negocio de un familiar) 5
- Miembro de una cooperativa 6
- Otra situación, ¿cuál? _____ 7
- N.C. 9

P.65a ¿Trabaja/ba Ud. (o la persona que aporta más ingresos al hogar) en la Administración Pública, en una empresa pública, en una empresa privada, en una organización privada sin fines de lucro o en el servicio doméstico?

- Administración Pública 1
- Empresa pública 2
- Empresa privada 3
- Organización sin fines de lucro 4 (379)
- Servicio doméstico 5
- Otros (especificar) _____ 6
- N.C. 9

ENTREVISTADOR/A: Si se trata de un/a funcionario/a, anote también Grupo (A,B,C,D,E) y Nivel del puesto de trabajo (1-30).

Grupo _____ Nivel _____

A TODAS LAS PERSONAS ENTREVISTADAS

P.66 ¿A qué actividad se dedica principalmente la empresa u organización donde Ud. (o la persona que aporta más ingresos al hogar) trabaja/ba? (EJEMPLOS: fábrica de artículos de deporte, correos, alquiler de coches, electricidad, reparaciones, industria del cuero, etc.).

_____ CNAE09 (380)(381)(382)
 N.C. 999

