

**Modelos de decisión electoral y perfiles de  
votante en Colombia:  
Elecciones presidenciales 2002**

Gary Hoskin  
Rodolfo Masías  
Marcela Galvis

Departamento de Ciencia Política  
Universidad de Los Andes  
Bogotá, Colombia

## **INTRODUCCIÓN**

Las elecciones presidenciales de mayo de 2002 marcaron un hito en la historia electoral colombiana debido a la contundente victoria de Álvaro Uribe Vélez, primer candidato en ganar en primera vuelta desde que se estrenó el sistema para la elección presidencial en 1994. Esta elección fue sumamente importante para la viabilidad democrática de Colombia dado el contexto en el cual se desarrollaron las elecciones para el Congreso y la Presidencia: un proceso de paz fallido del Presidente Pastrana, un aumento de la violencia por parte de los grupos insurgentes, indicadores socioeconómicos en notable declive, y la pérdida de confianza en las instituciones democráticas y la clase política entre los colombianos. A pesar de este contexto tan turbulento, los colombianos expresaron su confianza en las instituciones electorales para sacar al país de una situación tan delicada, eligiendo un nuevo Congreso y un nuevo Presidente.

Los estudios electorales han sido desarrollados principalmente en democracias con un alto grado de estabilidad política. Los análisis electorales de países que padecen tensiones o crisis generalmente estriban en las mismas tendencias teóricas y metodológicas que se han aplicado en dichos sistemas, sin examinar el impacto mismo de las crisis políticas en los resultados electorales o el comportamiento político. Este artículo se inscribe en un proyecto de mayor alcance que tiene como propósito fundamental examinar el impacto del contexto inestable sobre la decisión del voto de los colombianos. Su hipótesis básica consiste en que el contexto colombiano impacta la decisión del voto de una manera distinta a lo que ocurre en países con instituciones democráticas consolidadas. Sin embargo, un primer análisis publicado como artículo<sup>1</sup> y este mismo trabajo no corroboran tal hipótesis: la decisión de voto de los colombianos sigue las pautas de comportamiento establecidas en la literatura sobre el tema. Las variables sociodemográficas, las percepciones del contexto económico, la identificación partidista y la ideología de los votantes no son variables clave para explicar su decisión electoral. En contraste, la percepción que se tiene de los candidatos y la importancia de los temas de debate electoral (*issues*) son fundamentales. Son factores en que se

---

<sup>1</sup> Gary Hoskin, Rodolfo Masías, Miguel García, "La decisión de voto en las elecciones presidenciales de 2002", en Gary Hoskin, Rodolfo Masías, Miguel García, *Colombia 2002: Elecciones, comportamiento electoral y democracia*, Bogotá, Uniandes, Departamento de Ciencia Política, Cesó, Fundación Konrad Adenauer, Registraduría Nacional del Estado Civil, DNP, 2003, pp. 27-86.

refleja el papel de los medios de comunicación y las técnicas modernas utilizadas en las campañas. Esos hallazgos no implican que el contexto no sea importante, solamente que ahora éste parece mediarse principalmente a través de las percepciones que se desarrollan sobre los candidatos y las cuestiones relevantes en el debate sobre los problemas nacionales.

El análisis, seguimiento e interpretación de los procesos electorales, nos ayuda a entender las dinámicas y lógicas que los determinan y cómo se relacionan con otros aspectos de la vida democrática. Con el fin de analizarlos, se inició, durante el 2002, el proyecto de investigación “Elecciones, violencia y democracia,” con el apoyo financiero del “Programa de Estados en Crisis” del London School of Economics. Esta investigación tuvo como instrumento una encuesta postelectoral sobre las elecciones presidenciales del 26 de mayo de 2002, y fue aplicada en julio de 2002 por la firma de Napoleón Franco, con financiación del Departamento Nacional de Planeación (DNP), el London School of Economics (DESTIN), y la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Los Andes.<sup>2</sup>

La primera fase de la investigación, antes citada, aportó elementos para entender el triunfo de Álvaro Uribe, candidato que logró congregarse votantes de diversas características ideológicas, sociales y económicas; y supo aprovechar la crisis política construyendo una imagen de líder capaz de hacer frente a la coyuntura y responder a las peticiones de cambio de la población, capturando la ansiedad y las esperanzas del electorado. Aunque el análisis bivariado en que estribó mostró qué variables se relacionan con el voto, no podía indicar el impacto global o de conjunto entre las mismas<sup>3</sup>. Por ello, este artículo busca profundizar la comprensión de la decisión de voto y la interrelación de factores que en ella intervienen, utilizando el método estadístico de la regresión logística. Este método permite integradamente identificar las variables que impactaron más el voto.

---

<sup>2</sup> La encuesta se aplicó a una muestra de 1544 individuos que, ponderada, alcanzó un total de 1645 unidades de análisis. De este total 1038 encuestas fueron realizadas completamente al azar y 506 correspondieron a una muestra adicional de votantes únicamente. La ponderación permitió manejar mejores niveles de representatividad y en este caso fue efectuada de acuerdo con las variables región, nivel socioeconómico, edad, sexo y votantes / no votantes. Este ejercicio se basó en información oficial proveniente del DANE y de la Registraduría Nacional del Estado Civil, según el caso. La técnica usada para la aplicación del instrumento fue la entrevista personal con un cuestionario estructurado, dirigida a hombres y mujeres de 18 años o más, de estratos alto, medio, bajo y semirural, residentes en las 16 ciudades seleccionadas—correspondientes a seis regiones—que fueron votantes y no votantes en los comicios presidenciales del 26 de mayo de 2002. Para este artículo se analiza la muestra de votantes. Para una descripción más detallada de la muestra, ver *Ídem*. pp. 29-30.

<sup>3</sup> *Ídem*.

El artículo está dividido en cinco secciones. En su primera parte se presenta un breve resumen del marco teórico que le dio orientación. La siguiente sección trata de la metodología de la construcción de los indicadores y los modelos en los que se aplicó la regresión logística. En la que sigue se desarrolla la explicación de estos modelos, primero por conjuntos separados de variables y luego con un modelo integrado que mejor explica la decisión del voto. En la penúltima parte se construyen perfiles de votante con base en el análisis de las probabilidades más altas. Finalmente, la última sección es de conclusiones.

## **MARCO TEÓRICO**

El desarrollo de la literatura sobre comportamiento electoral durante el último medio siglo ha sido, tal vez, más rápido y dinámico que cualquier otro asunto en la literatura en ciencia política. Se ha construido mediante una impresionante acumulación de conocimiento, incorporando y adaptando los planteamientos de los primeros estudios clásicos en los últimos modelos. Esos avances se han producido principalmente sobre estudios micro, basados en encuestas, aplicando metodologías estadísticas bastante sofisticadas. Como resultado, el poder explicativo de los modelos de comportamiento electoral es bastante convincente.

El marco teórico construido para orientar este trabajo refleja el desarrollo de esta literatura en el sentido que utilizó elementos de varias tradiciones. El primer modelo que se desarrolló en la ciencia política de los Estados Unidos se llamó 'escuela sociológica'. Los estudios de esta escuela hicieron énfasis en el impacto del proceso de socialización de los ciudadanos desde la familia, el sitio de trabajo y el vecindario, acompañado por características básicas de los sujetos observados, como la edad, género, estatus<sup>4</sup>. Aunque los resultados empíricos generalmente demuestran que las variables asociadas con los primeros modelos de esta tradición han disminuido en términos de su poder explicativo, son vigentes las modificaciones de sus planteamientos. Estas modificaciones han superado la naturaleza estática de los análisis anteriores mediante un enfoque que subraya el papel de las redes sociales que

---

<sup>4</sup> Bernard Berelson, Paul Lazarsfeld y William McPhee, *Voting*, Chicago, University of Chicago Press, 1954. También ver Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson y Hazel Gaudet, *The people choice*, New York, Duell, Sloan y Pearce, 1944.

surgen como resultado de la interacción entre el contexto social externo y las preferencias individuales.<sup>5</sup>

La segunda tradición, la de Michigan, apareció a principios de los años 60 con la publicación del libro clásico *The American Voter*.<sup>6</sup> Este modelo utilizó el famoso *funnel* (embudo), que enfatizó la identificación partidista y los *issues* (temas de campaña) para explicar el voto. Con el debilitamiento de la identificación partidista y el aumento de votantes independientes en casi todas partes del mundo, esta tradición subsiguientemente dio más peso al impacto de los candidatos sobre el voto que al apego partidista, manteniendo la importancia de los *issues*.<sup>7</sup>

La tercera tradición teórica se ubica en la literatura fundamentada en la llamada elección racional (rational choice). La obra clásica de esta perspectiva sobre el comportamiento electoral de los ciudadanos y los partidos políticos se encuentra en el libro de Anthony Downs, *An Economic Theory of Democracy*.<sup>8</sup> Desde la publicación de este libro, la literatura sobre la elección racional se ha desarrollado al punto de convertirse en la forma más común de interpretar el comportamiento electoral en la actualidad. La producción que cae dentro de esta tradición ha experimentado transformaciones significativas. Especialmente relevante es la obra de Fiorina,<sup>9</sup> quien postuló un modelo teórico híbrido para explicar la decisión de voto. Más que una perspectiva económica (instrumental), Fiorina incorporó variables psicológicas.

Encontramos bastante útiles los planteamientos teóricos de un libro que profundizó la investigación electoral dentro de la tradición de la elección racional, el de Sinderman, Brody y Tetlock, *Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology*.<sup>10</sup> Ellos postulan que, a pesar de que una buena parte del electorado no está bien informado sobre los candidatos o *issues* de la campaña política, eso no significa que no depositen sus votos con base en un cálculo racional. Simplemente, los que no están bien

---

<sup>5</sup> Robert Huckfeldt, "Social Contexts, Social Networks, and Urban Neighbourhoods", en *American Journal of Sociology*, Vol. 89, 1983. Ver también Edward Carmines y Robert Huckfeldt, "Political Behavior: An Overview", en Robert Goodin y Hans-Dieter Klingemann (Eds.), *A New Handbook of Political Science*. New York, Oxford University Press, 1996.

<sup>6</sup> Angus Campbell, Phillip E. Converse, Warren E. Miller y Donald Stokes, *The American Voter*, New York, John Wiley, 1960.

<sup>7</sup> Phillip Converse y Gregory Markus, "A Dynamic Simultaneous Equation Model of Electoral Choice", en *The American Political Science Review*, Vol. 73, 1979.

<sup>8</sup> Anthony Downs, *An Economic Theory of Democracy*, New York, Harper and Row, 1957.

<sup>9</sup> Morris P. Fiorina, *Retrospective Voting in American Elections*, New Haven, Yale University Press, 1981.

<sup>10</sup> Paul Sinderman, Richard Brody, Philip Tetlock, *Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology*, New York, Cambridge University Press, 1991.

informados o interesados en una campaña usan cadenas de racionalidad ('heurísticas') diferentes que los votantes sofisticados. Por eso, ellos argumentan que no debe analizarse una sola muestra de votantes para describir qué factores impactaron el voto sino por lo menos dos, los votantes sofisticados y no sofisticados.

En resumen, el análisis que sigue sustrae elementos de las tres tradiciones teóricas discutidas arriba, sin dar prioridad sobresaliente a alguna en particular.

## **METODOLOGÍA**

Como ya se afirmó, la primera fase de la investigación indicó los factores asociados con el voto, pero no podía establecer los de mayor impacto, por las propias limitaciones metodológicas del análisis bivariable. En ese sentido, el propósito fundamental de este artículo es precisar la contribución específica de las variables elegidas, clasificadas en conjuntos de variables. Este propósito se lleva a cabo mediante la técnica estadística de regresión logística. Por otra parte, sólo se concentra en la explicación del voto para los dos candidatos principales, Álvaro Uribe y Horacio Serpa.

La regresión logística es una técnica resultado de la adaptación de la regresión lineal, con el fin de ser usada en la investigación en ciencias sociales, donde usualmente se trabaja con variables cualitativas. Este procedimiento supera a la simple asociación bivariable, permitiendo trabajar con un amplio número de variables independientes. Una regresión logística no sólo analiza asociaciones de variables una a una, sino que las pone a jugar simultáneamente por grupos, con el fin de determinar qué variables independientes impactan y en qué magnitud a la variable dependiente. La regresión logística tiene varias formas de aplicación. En este artículo se utiliza el "método hacia delante" o *stepwise* en todos los modelos, con excepción del 'ideológico', donde se utiliza el "método hacia atrás" (Cuadros 7 y 8). Dicha aplicación establece modelos explicativos luego de excluir entre las variables independientes las menos significativas.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Para la utilización de la técnica de regresión logística en el análisis de la elección presidencial de 1998, ver Miguel García y Jimena Holguín Castillo, *Factores Explicativos de la Intención de Voto en la Campaña Presidencial de 1998*, Bogotá, Centro de Estudios Socioculturales e Internacionales (CESO) y Departamento de Ciencia Política de la Universidad de Los Andes, 2002.

Los cuadros estadísticos que se presentan aquí muestran los resultados luego de la aplicación de este procedimiento, es decir, presentan las variables seleccionadas con sus medidas relativas a la regresión logística efectuada, las categorías de referencia ('ref.' en los cuadros) para el análisis de probabilidad y, además, contienen, en nota al pie, para facilitar su comprensión, las variables que originalmente fueron incluidas en los modelos explicativos.

El procedimiento desarrollado buscó responder dos preguntas: ¿qué factores influyeron en la decisión de voto por Uribe y cuáles por Serpa? La variable decisión de voto se define operativamente como:

- Voto / No voto por Álvaro Uribe
- Voto / No voto por Horacio Serpa

En cuanto a las variables independientes, fueron agrupadas según el marco teórico, a la manera de grupos de variables relativas, con el fin de construir 'modelos temáticos', los cuales se aplican para cada candidato. Los modelos van desde las cuestiones sociológicas, demográficas y económicas, pasando por las percepciones de los votantes, su ideología y adherencia partidista, hasta las cuestiones relativas al papel de los temas de campaña (Ver cuadro 1). Con los resultados de estos modelos temáticos se pasó a escoger las variables que resultaron con mayor peso explicativo para construir un 'modelo final integrado' que explique la decisión de voto por cada candidato.

**CUADRO 1**  
**Modelos temáticos aplicados y sus respectivas variables**

Modelos temáticos	Variables
Demográfico estructural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Región<sup>12</sup></li> <li>• Tipo de Municipio<sup>13</sup></li> <li>• Estrato<sup>14</sup></li> </ul>

12 Bogotá (región Bogotá), Barranquilla, Loricá, Los Palmitos, Sabanalarga (región Caribe), Medellín, Envigado, (región Central), Bucaramanga, Málaga (región Oriental), Cali, Cartago, Púlpiales (región Pacífica), Tunja, Ibagué, Villavicencio y Yaguará (región Sur Oriental). El estudio no incluyó los departamentos de Arauca, Casanare, Vichada, Guaviare, Guainía, Vaupés, Caquetá, Putumayo y Amazonas.

13 Artículo 6 de la Ley 136 de 1994. Los distritos y municipios se clasificaron atendiendo su población e ingresos así: Categoría especial (Bogotá, Barranquilla, Medellín, Cali) población mayor 500.001 habitantes e ingresos más de 400.000 salarios mínimos mensuales. Primera categoría: (Envigado, Bucaramanga, Ibagué) Población (100.001-500.000) habitantes. Ingresos (100.000-400.00) salarios mínimos. Segunda categoría: (Villavicencio) Población (50.001-100.000) habitantes. Ingresos (50.000-100.000) salarios mínimos. Tercera categoría: (Loricá, Tunja, Cartago) Población (30.001-50.000) habitantes. Ingresos (30.000-50.00) salarios mínimos. Cuarta categoría: (Ningún municipio) Población

Factores económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ingresos</li> <li>▪ Percepción del país</li> <li>▪ Consideración de los problemas económicos como los más graves</li> </ul>
Capacidad y Favorabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evaluación de capacidades<sup>15</sup></li> <li>▪ Favorabilidad del candidato<sup>16</sup></li> </ul>
Ideología	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Escala ideológica (autopercepción)<sup>17</sup></li> <li>▪ Índice de halcones y palomas</li> <li>▪ Índice izquierda derecha<sup>18</sup>.</li> </ul>
Filiación política	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Filiación política tradicional</li> <li>▪ Cercanía al Partido Conservador</li> <li>▪ Cercanía al Partido Liberal</li> </ul>
Filiación política no tradicional <sup>19</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Filiación política no tradicional</li> <li>▪ Cercanía al Partido Conservador</li> <li>▪ Cercanía al Partido Liberal</li> </ul>
Cercanía temática <sup>20</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cercanía temática a Uribe</li> <li>▪ Cercanía temática a Serpa</li> </ul>
Sofisticación política <sup>21</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Muy Sofisticados</li> <li>▪ Menos Sofisticados</li> </ul>

(20.001-30.000) habitantes. Ingresos (25.000-30.00) salarios mínimos. Quinta categoría: (Los palmitos, Málaga) Población (10.001-20.000) habitantes. Ingresos (15.000-25.00) salarios mínimos. Sexta categoría: (Pupiales, Yaguará) Población (menor de 10.000) habitantes. Ingresos (menores de 15.000) salarios mínimos.

14 Esta variable tiene la misma definición que la usada por las empresas encuestadoras. Es decir, para este estudio no se creó un índice específico que midiera estratificación social.

15 Este índice mide la calificación de capacidades a la manera de una variable continua, esto se debe a que se construyó a partir de una sumatoria de los puntajes que cada encuestado asignó sobre cada una de estas preguntas a cerca de cada candidato: Es un hombre honesto, es un hombre preparado para gobernar, es el mejor líder y es capaz de conducir el país hacia la paz.

16 Se preguntó a los encuestados: Su opinión sobre Uribe/Serpa es: Muy favorable, favorable, desfavorable, muy desfavorable.

17 La escala ideológica fue construida a base de las autopercepciones de los encuestados en una escala de 1 a 9, donde 1 representaba la extrema izquierda y 9 la extrema derecha.

18 La construcción del índice izquierda-derecha y el índice halcones y palomas se basó en una serie afirmaciones calificadas por los encuestados (se trabajó con una escala de Lickert). Se usó un Análisis de Componentes Principales (factores no rotados) para las 16 afirmaciones con el propósito de identificar los factores esenciales. Dos factores surgieron con valores superiores a 1, los cuales explican el 60,5% de la varianza. Posteriormente usamos una rotación varimax para las afirmaciones "cargadas" en los dos factores principales. Luego de la rotación, las seis afirmaciones en la escala izquierda-derecha se redujeron a cuatro –a la guerrilla no le interesa la paz negociada; el próximo gobierno debe aplicar mano dura a los violentos; el gobierno, los políticos y los empresarios nunca han buscado el beneficio del país, y la participación de la clase alta en los asuntos políticos debería ser menor. En el caso del factor halcones-palomas, *el Análisis de Componentes Principales y la rotación varimax con normalización de Kaiser de las tres afirmaciones aisladas en el factor condujo a una escala de dos ítems: es conveniente aumentar los impuestos para financiar la guerra y la manera de terminar la guerra es por medio de las negociaciones.* Debido a la insuficiencia de tiempo para preevaluar las afirmaciones, los resultados del proceso de construcción de las escalas estuvo por debajo de lo ideal. En el análisis de la encuesta se encontró una alta asociación (.503) entre la escala de autopercepción izquierda-derecha (1-9) y el índice izquierda-derecha (4-20), lo que ofrece más evidencia de la validez de los dos índices de ideología.

19 Esta variable se construyó bajo el supuesto de que existen filiaciones partidistas vergonzantes o no declaradas. Para crear esta variable se sumó a los filiaciones partidistas declaradas, las cercanías partidistas de los encuestados que se auto calificaron como independientes o los sin partido.

20 Para el análisis del voto temático se pidió a los encuestados ubicarse y ubicar a los candidatos en relación con una serie de propuestas. A los encuestados se les presentaron cinco opciones de políticas públicas: a) resolución del conflicto vía diálogo vs. vía salida armada, b) aumento vs. disminución del gasto militar, c) reducción vs. mantenimiento del tamaño del Congreso, d) la seguridad como una responsabilidad del gobierno vs. la seguridad como una responsabilidad de todos los ciudadanos, y e) privatizaciones vs. no privatizaciones. Estas opciones representaban extremos de una escala de 1 a 5. Después se identificó la cercanía o lejanía entre la ubicación de los encuestados y la que ellos le asignaban a los candidatos.

21 El índice de sofisticación se construyó con base en cuatro variables: el nivel educativo formal; recordación de los lemas de las campañas de los candidatos; y identificación de los temas de campaña de los candidatos; y uso de información de los medios de comunicación para tomar la decisión de voto (la última variable incluyó radio, periódicos y revistas, pero no televisión, debido a que prácticamente todos los encuestados expresaron que la televisión impactó su decisión de voto.

## **MODELOS LOGISTICOS DE DECISIÓN ELECTORAL**

La literatura reciente sobre el comportamiento electoral sugiere que los atributos personales y características básicas de los votantes son predictores menos potentes del voto que anteriormente, como resultado de las transformaciones en las culturas políticas, resquebrajaduras de la sociedad y nuevas y más persuasivas técnicas de campaña<sup>22</sup>. Los cuadros 2 y 3 muestran el modelo logístico que resultó para este tipo de variables, el que inicialmente incluyó género, estatus socioeconómico, nivel de educación, ocupación, región y tipo de municipio<sup>23</sup>.

En este resultado, sin embargo, solamente dos variables resultaron significativas para los que votaron para Uribe: región y tipo de municipio. Para los votantes que prefirieron a Serpa, fue seleccionada solamente la variable región. Aunque Serpa no obtuvo un caudal sobresaliente de votos en ninguna de las dos regiones, obtuvo una proporción mayor de votos en la Costa Atlántica, la región Sur Oriental y Oriental del país. Por su parte, Uribe recibió proporciones altas de votos en las regiones del Centro y el Pacífico. En los municipios de alta población e ingresos, Uribe aventajó a Serpa en todos los tipos de municipio menos en la categoría cuarta<sup>24</sup>.

Los modelos resultantes también permiten conocer las propensiones electorales por Uribe o Serpa, cuando se consideran los valores de probabilidad, conocidos como 'razón de probabilidad' ('Exp (B)') de las categorías de las variables seleccionadas. Esta es una medida en función de la categoría de referencia, que significa las veces en que la categoría analizada es mayor o menor en probabilidad que aquella. Así, para el caso de Uribe, y respecto de ser bogotano, los votantes de las regiones Atlántica y Oriental son menos propensos a votar por éste, como que, respecto de pertenecer a la categoría de referencia o 'sexta categoría' en la variable tipo de municipio, se es menos propenso a votar por Uribe que un sujeto de la 'quinta categoría'. En cuanto a Serpa, teniendo en cuenta la única variable que resultó significativa en su modelo, se

---

<sup>22</sup> Russell Dalton y Martin Wattenberg, "The Not So Simple Act of Voting," en Ada Finifter, *Political Science: The State of the Discipline*, Washington, American Political Science Association, 1983, pp. 193-218.

<sup>23</sup> Sea este el lugar para definir, aunque sea brevemente, los componentes estadísticos de los cuadros de regresión logística presentados en este artículo. En general se trata de cuadros después del ajuste o selección de variables. Contienen, los coeficientes de regresión ('B') en la segunda columna; seguidos de la desviación estándar de cada variable ('ET'); y el análisis de significación. En la última columna aparecen la razón de probabilidad ('Exp. (B)').

<sup>24</sup> Estos resultados deben ser tomados con cuidado, debido a que pueden expresar algún sesgo de la muestra en que se basan.

puede ver que, respecto de ser bogotano, los individuos de las regiones Atlántica Sur y Oriental son más propensos a elegirlo.

**CUADRO 2**  
**MODELO DEMOGRÁFICO: VOTO POR URIBE<sup>25</sup>**

Variables	B	E.T	Sig.	Exp (B)
<b>Región</b>			.000	
Atlántica	-.852	.435	.050	.426
Sur oriental	-.640	.452	.156	.527
Central	.384	.432	.374	1.468
Oriental	-.833	.410	.042	.435
Pacífica	.282	.406	.487	1.326
Bogotá (ref.)				
<b>Tipo de municipio</b>			.004	
Especial	.686	.390	.079	1.985
Primera	.652	.402	.105	1.919
Segunda	.905	.758	.233	2.472
Tercera	.564	.412	.171	1.758
Cuarta	-.514	.528	.330	.598
Quinta	1.234	.448	.006	3.435
Sexta (ref.)	.100	.362	.782	1.105

N: 767 / Chi-cuadrado: 41.026 / Sig. .000 / -2 log de la verosimilitud: -993.677 /  
R cuadrado de Cox y Snell: .052 / R cuadrado de Nagelkerke: .070 /  
Porcentaje global: 61.2

**CUADRO 3**  
**MODELO DEMOGRÁFICO: VOTO POR SERPA**

Variables	B	E.T	Sig.	Exp (B)
<b>Región</b>			.000	
Atlántica	1.280	.413	.002	3.598
Sur oriental	.415	.423	.326	1.515
Central	-1.113	.501	.026	.328
Oriental	.749	.408	.066	2.114
Pacífica	-.468	.482	.332	.627
Bogotá (ref.)	-1.726	.369	.000	.178

N: 767 / Chi-cuadrado: 66.721 / Sig: .000 / -2 log de la verosimilitud: 698.073  
R cuadrado de Cox y Snell .083 / R cuadrado de Nagelkerke: .132  
Porcentaje global: 80.2

Como se vio, en la literatura reciente se ha incorporado las percepciones que tienen los votantes de la economía nacional y personal como variables importantes en la proyección electoral. Por contraposición, estas variables, integradas en el modelo de regresión logística, no resultaron significativas ni para Serpa ni Uribe. Debido a ello no fueron incluidas en este análisis.

<sup>25</sup> En este modelo se incluyeron las siguientes variables Región, Tipo de Municipio y Estrato.

El siguiente modelo establece el impacto de la identificación partidista y la simpatía hacia los partidos. Estas variables partidistas tradicionalmente han sido importantes en la determinación del voto, no solamente en Colombia sino en casi todo el mundo. No obstante, se ha desarrollado una tendencia, en muchos sistemas políticos, de debilitamiento de las identificaciones partidistas disminuyendo su influencia. Tal tendencia está presente en Colombia donde las identificaciones partidistas han disminuido su poder durante la última década.<sup>26</sup> Los cuadros 4 y 5 sostienen la afirmación anterior, aunque hay que tener en cuenta que la elección presidencial de 2002 fue anómala, en el sentido que los dos principales candidatos, Uribe y Serpa, estuvieron asociados por un tiempo largo con el Partido Liberal: con Uribe utilizando el lema de un nuevo partido y Serpa llevando la bandera Liberal. Por eso, ellos compartieron el voto liberal (49.2% por Uribe y 42.4% por Serpa). También, el Partido Conservador no postuló un candidato propio y apoyó la candidatura de Uribe.

**CUADRO 4**  
**MÓDELO FILIACIÓN POLÍTICA TRADICIONAL: VOTO POR URIBE<sup>27</sup>**

Variables	B	E.T	Sig.	Exp (B)
<b>Cercanía Partido Conservador</b>			.046	
Muy lejano	-.278	.590	.637	.757
Lejano	-.497	.613	.418	.608
Ni lejano ni cercano	.215	.582	.711	1.240
Cercano	.594	.691	.390	1.811
Muy cercano (ref.)	.574	.558	.304	1.775

N: 398 / Chi-cuadrado: 9.950 / Sig: .041 / -2 log de la verosimilitud: 514.266  
R cuadrado de Cox y Snell: .025 / R cuadrado de Nagelkerke: .034  
Porcentaje global: 63.3

**CUADRO 5**  
**MÓDELO FILIACIÓN POLÍTICA TRADICIONAL: VOTO POR SERPA**

Variables	B	E.T	Sig.	Exp (B)
<b>Cercanía Partido Conservador</b>			.106	
Muy lejano	6.522	16.205	.687	679.701
Lejano	6.652	16.207	.681	774.063
Ni lejano ni cercano	5.809	16.206	.720	333.324
Cercano	4.628	16.238	.776	102.338
Muy cercano (ref.)	-8.202	16.203	.613	.000

N: 398 / Chi-cuadrado: 12.423 / Sig: .014 / -2 log de la verosimilitud: 266.172  
R cuadrado de Cox y Snell: .031 / R cuadrado de Nagelkerke: .061  
Porcentaje global: 88.9

<sup>26</sup> Para un resumen de como ha bajado la identificación partidista entre el electorado colombiano durante los últimos diez años, ver Hoskin, Masías y García, *Ob. cit.*, Cuadro 2.17, p. 54.

<sup>27</sup> En este modelo se incluyeron las siguientes variables: Filiación política tradicional, Cercanía al Partido Conservador, Cercanía al Partido Liberal.

Solamente dos variables resultaron ser significativas en estos modelos: cercanía al Partido Conservador, para los que votaron por Uribe y Serpa, y los que tuvieron una identificación partidista no tradicional y votaron por Serpa. Considerando que Uribe recibió 81.1% del voto conservador y Serpa 4.2%, no es ninguna sorpresa que la cercanía al Partido Conservador sea un potente pronosticador del voto.

En torno a los individuos con una identificación no tradicional, el debilitamiento de la identificación con el Partido Liberal tiende a disfrazar los votantes que se declararon independientes o sin partido, pero retienen sus simpatías por el Partido Liberal (*closet Liberals*): muchos de ellos votaron por Serpa. La identificación partidista no tradicional no estuvo relacionada con el voto por Uribe (Ver Cuadro 6).

**CUADRO 6**  
**MÓDELO FILIACIÓN NO TRADICIONAL: VOTO POR SERPA<sup>28</sup>**

Variables	B	E.T	Sig.	Exp (B)
<b>Filiación política no tradicional</b>			.019	
Liberal	.799	.358	.025	2.224
Conservador	-1.644	1.077	.127	.193
Otros (ref.)	-2.117	.181	.000	.120

N: 420 / Chi-cuadrado: 9.737 / Sig: .008 / -2 log de la verosimilitud: 289.955

R cuadrado de Cox y Snell: .023 / R cuadrado de Nagelkerke: .045

Porcentaje global: 88.5

Un nuevo modelo evaluó el impacto de la ideología sobre el voto. Esta variable fue medida de dos maneras distintas: 1) la autopercepción ideológica de los encuestados (ellos se ubicaron en una escala de 1 a 9, con 1 representando la extrema izquierda y 9 la extrema derecha); y 2) dos escalas construidas con base en preguntas en el cuestionario: una de 'izquierda-derecha' y la otra de identificación de 'halcones-palomas'.<sup>29</sup> Los cuadros 7 y 8 muestran los resultados para ambas maneras de aproximación al impacto de la variable ideología. Así, se puede ver que la escala de autopercepción ideológica jugó un papel importante para los votantes de los dos candidatos, aunque solamente la escala de halcones y palomas fue significativa en la proyección del voto para Serpa. En el cuadro 8 se puede ver además que la

28 En este modelo se incluyeron las siguientes variables: Filiación política no tradicional, Cercanía al Partido Conservador, Cercanía al Partido Liberal. Ver la nota 18 para una explicación de cómo construimos la variable: identificación partidista no tradicional.

29 Ver las notas 17 y 18 para la construcción de estas escalas.

probabilidad de votar por Serpa aumenta 1.226 veces conforme se pasa de una posición de 'halcón' a una de 'paloma'.

**CUADRO 7**  
**MÓDELO IDEOLOGÍA: VOTO POR URIBE<sup>30</sup>**

Variables	B	E.T	Sig.	Exp (B)
Escala ideológica	.061	.035	.086	1.063
(ref.)	.070	.209	.736	1.073

N: 606 / Chi-cuadrado: 2.970 / Sig: .085 / -2 log de la verosimilitud: 812.901  
R cuadrado de Cox y Snell: .005 / R cuadrado de Nagelkerke: .007  
Porcentaje global: 59.9

**CUADRO 8**  
**MÓDELO IDEOLOGÍA: VOTO POR SERPA**

Variables	B	E.T	Sig.	Exp (B)
Escala ideológica	.072	.042	.085	1.075
Halcones y Palomas	.204	.103	.047	1.226
(ref.)	-2.258	.393	.000	.105

N: 605 / Chi-cuadrado: 6.992 / Sig: .030 / -2 log de la verosimilitud: 628.953  
R cuadrado de Cox y Snell: .011 / R cuadrado de Nagelkerke: .018  
Porcentaje global: 78.2

La forma en que el electorado percibe a los candidatos representa una contribución mayor en la decisión del voto, como una consecuencia del papel decisivo que juegan los medios y las técnicas modernas de las campañas políticas, junto con las predisposiciones de los votantes. La literatura sobre el comportamiento electoral muestra la importancia creciente que desempeña la imagen de los candidatos en las elecciones<sup>31</sup>. Dos escalas fueron construidas para medir la percepción de los candidatos: 1) una escala de favorabilidad hacia los candidatos y 2) una escala de sus capacidades de liderazgo.<sup>32</sup> Los cuadros 9 y 10 resumen los resultados de la regresión logística que incluye los índices de favorabilidad y capacidades de liderazgo de los dos candidatos. Obviamente, como puede constatar, las percepciones de los candidatos por parte de los votantes colombianos representaron factores clave en sus pautas de votación. El cuadro 9 muestra que todas las variables seleccionadas son significativas para el caso de Uribe, pero además permite observar su papel predictivo particular. Es de notar que las probabilidades más altas de votar por éste se hallan en consonancia con la opinión desfavorable que los votantes desarrollan por Serpa. Puede

30 En este modelo se incluyeron las siguientes variables: Escala ideológica autopercepción, Halcones y palomas, y Escala izquierda derecha.

31 Steven Finkel, "Rexamining the 'Minimal Effects' Model in Recent Presidential Campaigns", en *The Journal of Politics*, Vol. 55, No. 1, 1993.

32 Ver notas 15 y 16 para averiguar como construimos este índice.

corroborarse, por ejemplo, que a una imagen muy desfavorable por Serpa le corresponde una probabilidad 22.825 veces más alta de votar por Uribe.

**Cuadro 9**  
**MODELO CAPACIDAD Y FAVORABILIDAD: VOTO POR URIBE<sup>33</sup>**

Variables	B	E.T	Sig.	Exp (B)
<b>Capacidades de Uribe</b>	1.024	.177	.000	2.785
<b>Favorabilidad de Uribe</b>			.000	
Muy desfavorable	-2.634	.626	.000	.072
Desfavorable	-2.699	.463	.000	.067
Favorable	-1.331	.245	.000	.264
<b>Favorabilidad de Serpa</b>			.000	
Muy desfavorable	3.128	.422	.000	22.825
Desfavorable	3.316	.369	.000	27.556
Favorable	2.423	.352	.000	11.283
Muy favorable (ref.)	-4.013	.637	.000	.018

N: 741 / Chi-cuadrado: 423.943 / Sig: .000 / -2 log de la verosimilitud: 568.112  
R cuadrado de Cox y Snell: .436 / R cuadrado de Nagelkerke: .591  
Porcentaje global: 82.8

El análisis de probabilidades para Serpa también arroja resultados muy sugerentes. En el cuadro 10 se puede ver resultados semejantes a Uribe respecto a que todas las variables seleccionadas son significativas. Entre las probabilidades llama la atención, especialmente, el comportamiento de la variable favorabilidad hacia Uribe, pues respecto de tener una imagen desfavorable por éste, la probabilidad de que un elector vote por Serpa teniendo una imagen muy desfavorable es 5.495 veces superior y favorable de 3.310 veces.

**Cuadro 10**  
**MODELO CAPACIDAD Y FAVORABILIDAD: VOTO POR SERPA**

Variables	B	E.T	Sig.	Exp (B)
<b>Capacidades de Uribe</b>	-.837	.245	.001	.433
<b>Capacidad de Serpa</b>	1.371	.229	.000	3.939
<b>Favorabilidad Uribe</b>			.001	
Muy desfavorable	1.704	.739	.021	5.495
Desfavorable	2.061	.567	.000	7.857
Favorable	1.197	.378	.002	3.310
<b>Favorabilidad Serpa</b>			.000	
Muy desfavorable	-4.565	1.141	.000	.010
Desfavorable	-3.907	.590	.000	.020
Favorable	-2.172	.340	.000	.114
Muy favorable (ref.)	-1.831	.975	.060	.160

N: 750 / Chi-cuadrado: 443.746 / Sig: .000 / -2 log de la verosimilitud: 289.634  
R cuadrado de Cox y Snell: .451 / R cuadrado de Nagelkerke: .717  
Porcentaje global: 91.6

<sup>33</sup> Las siguientes variables fueron incluidas en el modelo: Capacidades de Uribe, Favorabilidad de Uribe, Favorabilidad de Serpa, y Capacidades de Serpa.

Con el declive de la importancia de las afinidades partidistas, de las características personales de los votantes y los factores demográficos, ligado a la creciente sofisticación de los votantes, no solamente las percepciones de los candidatos sino los temas de la campaña han aumentado su importancia. Para establecer el impacto de los temas de campaña se pidió a los electores posicionarse en relación con cinco temas del debate político del momento y también a dar su opinión sobre la ubicación de los candidatos en esos temas.<sup>34</sup> La hipótesis detrás es que cuanto más cercano un votante se perciba a la posición de un candidato, es más probable que vote por este candidato. Los cuadros 11 y 12 muestran los resultados de este modelo. La posición de los candidatos en los temas de campaña incidió en cómo los votantes llegaron a una decisión. Tanto para Uribe como para Serpa las dos variables que conforman cada modelo son significativas. El cuadro 11 permite ver, en particular, el comportamiento de las probabilidades de votar por Uribe dependiendo de la cercanía que haya a sus planteamientos y a los de Serpa. Cuanto menos cercano se siente un votante por Uribe es muy poco probable que vote por él; por el contrario, cuando se aleja más de Serpa es 2.155 veces más probable que vote por Uribe. El cuadro 12 presenta este mismo patrón de resultados para Serpa.

**CUADRO 11**  
**MODELO CERCANÍA TEMÁTICA: VOTO POR URIBE<sup>35</sup>**

Variables	B	E.T	Sig.	Exp (B)
<b>Cercanía a Uribe</b>	-1.242	.137	.000	.289
<b>Cercanía a Serpa</b>	.768	.132	.000	2.155
(ref.)	.697	.154	.000	2.008

N: 761 / Chi-cuadrado: 112.680 / Sig: .000 / -2 log de la verosimilitud: 910.822  
R cuadrado de Cox y Snell: .138 / R cuadrado de Nagelkerke: .186  
Porcentaje global: 67.3

**CUADRO 12**  
**MODELO CERCANÍA TEMÁTICA: VOTO POR SERPA**

Variables	B	E.T	Sig.	Exp (B)
<b>Cercanía a Uribe</b>	1.135	.151	.000	3.113
<b>Cercanía a Serpa</b>	-1.193	.179	.000	.303
(ref.)	-1.296	.184	.000	.274

N: 761 / Chi-cuadrado: 88.352 / Sig: .000 / -2 log de la verosimilitud: 673.585  
R cuadrado de Cox y Snell: .110 / R cuadrado de Nagelkerke: .173  
Porcentaje global: 81.8

<sup>34</sup> Ver la nota 20 para la construcción de este índice

<sup>35</sup> Las siguientes variables se incluyeron en el modelo: Cercanía a Uribe, Cercanía a Serpa

El marco teórico utilizado para orientar este estudio se sitúa básicamente dentro de la tradición de la literatura de elección racional. Sinderman, Brody y Tetlock mantienen que, a pesar de que la mayoría de votantes no acumulan un alto grado de información o no están altamente involucrados en la política, tienden a votar de una manera que maximiza sus intereses personales, utilizando heurísticas más sencillas que los votantes bien informados. Por eso, arguyen que no es correcto utilizar una sola muestra de votantes para analizar el comportamiento electoral. Debe distinguirse entre los que son políticamente sofisticados y los que no lo son. La expectativa es que los votantes sofisticados empleen cadenas de razonamiento más elaboradas que los menos sofisticados. Siguiendo esta línea de argumentación, se analizó el papel de una serie de variables relativas al punto.<sup>36</sup>

Los Cuadros 13 y 14 muestran las variables independientes que fueron incluidas en el modelo logístico, que esta vez se aplicó por separado a dos grupos de votantes: sofisticados y no sofisticados, que apoyaron Uribe. Los resultados son más bien mixtos en términos de la hipótesis. Dos variables fueron significativas para ambos grupos, capacidades de Uribe y favorabilidad hacia Serpa. Aunque no fue una variable significativa (.325), el tipo de municipio al que adscribe un votante impacta la decisión del voto entre los menos sofisticados. Apoyando la hipótesis principal, el votante sofisticado se percibió a sí mismo cercano a la posición de Uribe en los temas de campaña, pero no fue una heurística utilizada por los menos sofisticados. Por eso, la hipótesis de que los votantes que son sofisticados políticamente utilizan heurísticas distintas a los menos sofisticados está confirmada, pero no de manera rotunda. Las dos variables comunes a los dos grupos, capacidad de Uribe y favorabilidad hacia Serpa, explican bastante más de la decisión de voto que el posicionamiento en los temas de campaña.

Respecto del análisis de probabilidad, en el cuadro 13 puede verse, además, que la probabilidad de votar por Uribe aumenta en la escala 6.12 veces conforme aumenta la calificación de sus capacidades. En cuanto al peso de la variable favorabilidad de Serpa en la decisión por Uribe, se perciben probabilidades aún más altas, lo que expresa su gran peso explicativo. Así, la probabilidad de votar por Uribe cuando la calificación por Serpa es muy desfavorable aumenta 22.475 veces.

---

<sup>36</sup> Ver la nota 21 para averiguar como fue construido el índice de sofisticación política.

**Cuadro 13**  
**MODELO SOFISTICACIÓN POLÍTICA, NO SOFISTICADOS:**  
**VOTO POR URIBE<sup>37</sup>**

<b>Variables</b>	<b>B</b>	<b>E.T</b>	<b>Sig.</b>	<b>Exp (B)</b>
<b>Tipo de municipio</b>			.325	
Especial	-.536	.976	.583	.585
Primera	-.737	1.095	.501	.479
Segunda	.212	2.198	.923	1.236
Tercera	.185	1.135	.871	1.203
Cuarta	-9.399	24.357	.700	.000
Quinta	1.234	.448	.006	3.435
Sexta (ref.)	.100	.362	.782	1.105
<b>Capacidades de Uribe</b>	1.811	.346	.000	6.120
<b>Favorabilidad de Serpa</b>			.000	
Muy desfavorable	3.112	.826	.000	22.475
Desfavorable	3.370	.807	.000	29.086
Favorable	1.775	.735	.016	5.902
Muy favorable (ref.)	-6.725	1.548	.000	.001

Chi-cuadrado: 102.407 / Sig: .000 / -2 log de la verosimilitud: 152.070  
R cuadrado de Cox y Snell: .409 / R cuadrado de Nagelkerke: .561  
Porcentaje global: 81.7

**CUADRO 14**  
**MODELO SOFISTICACIÓN POLÍTICA, SOFISTICADOS:**  
**VOTO POR URIBE**

<b>Variables</b>	<b>B</b>	<b>E.T</b>	<b>Sig.</b>	<b>Exp (B)</b>
<b>Capacidades de Uribe</b>	1.811	.346	.000	6.120
<b>Favorabilidad de Serpa</b>			.000	
Muy desfavorable	3.112	.826	.000	22.475
Desfavorable	3.370	.807	.000	29.086
Favorable	1.775	.735	.016	5.902
<b>Cercanía Temática a Uribe</b>	-6.725	1.548	.000	.001
(ref.)	-5.141	1.532	.001	.006

Chi-cuadrado: 53.473 / Sig: .000 / -2 log de la verosimilitud: 115.403  
R cuadrado de Cox y Snell: .336 / R cuadrado de Nagelkerke: .463  
Porcentaje global: 82.8

Los modelos para los votantes de Serpa incorporaron inicialmente las mismas variables que para los modelos de Uribe, mostrados en los cuadros 13 y 14. De estas tres variables resultaron significativas para este candidato capacidades de Serpa, capacidades de Uribe y favorabilidad hacia Serpa. Asimismo, los resultados fueron semejantes para los sofisticados y los menos sofisticados, o sea, en los dos grupos de votantes se utilizaron las mismas heurísticas para llegar a una decisión de voto. De ello que haya que rechazar la hipótesis que los individuos de las dos muestras llegaron a una decisión de voto en forma distinta.

---

<sup>37</sup> Las siguientes variables fueron incluidas en el modelo: Región, Tipo de municipio, Capacidades de Serpa, Capacidades de Uribe, Favorabilidad de Serpa, Favorabilidad de Uribe, Halcones y Palomas, Escala izquierda-derecha, Cercanía con el Partido Conservador, Filiación no tradicional, Cercanía temática a Uribe, Cercanía temática a Serpa.

Para terminar esta sección del artículo, construimos un modelo final integrado utilizando todas las variables seleccionadas de los modelos temáticos anteriores. Los Cuadros 15 y 16 muestran los resultados de este ejercicio.

**CUADRO 15**  
**MODELO INTEGRAL: VOTO POR URIBE<sup>38</sup>**

Variables	B	E.T	Sig.	Exp (B)
<b>Favorabilidad Uribe</b>			.046	
Muy desfavorable	-1.953	1.025	.057	.142
Desfavorable	-1.506	.727	.038	.222
Favorable	-.757	.345	.028	.469
<b>Favorabilidad Serpa</b>			.000	
Muy desfavorable	3.006	.660	.000	20.209
Desfavorable	2.943	.608	.000	18.969
Favorable	2.292	.597	.000	9.898
<b>Capacidad de Uribe</b>	.943	.280	.001	2.569
<b>Escala de Cercanía a Uribe</b>	-.573	.221	.010	.564
(ref.)	-3.554	1.070	.001	.029

N: 502 / Chi-cuadrado: 142.080 / Sig: .000 / -2 log de la verosimilitud: 281.312  
R cuadrado de Cox y Snell: .354 / R cuadrado de Nagelkerke: .486  
Porcentaje global: 82.1

**CUADRO 16**  
**MODELO INTEGRAL: VOTO POR SERPA**

Variables	B	E.T	Sig.	Exp (B)
<b>Favorabilidad Uribe</b>			.008	
Muy desfavorable	-1.130	1.280	.337	.323
Desfavorable	1.974	.993	.047	7.201
Favorable	2.034	.743	.006	7.648
<b>Favorabilidad Serpa</b>			.000	
Muy desfavorable	-3.663	1.305	.005	.026
Desfavorable	-4.645	1.005	.000	.010
Favorable	-2.804	.702	.000	.061
<b>Capacidad de Uribe</b>	-1.224	.475	.010	.294
<b>Capacidad de Serpa</b>	1.404	.394	.000	4.070
<b>Cercanía al Partido Conservador</b>			.223	
Muy lejano	10.037	35.798	.779	22846.242
Lejano	9.272	35.798	.796	10633.247
Ni lejano ni cercano	8.546	35.794	.811	5146.656
Cercano	.467	46.261	.992	1.595
Muy cercano (ref.)	-9.929	35.817	.782	.000

N: 502 / Chi-cuadrado: 146.475 / Sig: .000 / -2 log de la verosimilitud: 102.584 /  
R cuadrado de Cox y Snell: .363 / R cuadrado de Nagelkerke: .678  
Porcentaje global: 95.9

38 Las siguientes variables fueron incluidas en el modelo: Región, Tipo de municipio, Capacidades de Serpa, Capacidades de Uribe, Favorabilidad de Serpa, Favorabilidad de Uribe, Halcones y Palomas, Escala izquierda derecha, Cercanía con el Partido Conservador, Filiación no Tradicional, Cercanía Temática a Uribe, Cercanía Temática a Serpa.

De todas las variables incorporadas originalmente en estos modelos, los modelos finales integrados claramente muestran que las percepciones de los candidatos por parte de los votantes predominan en la explicación de sus votos. Si un votante muestra una favorabilidad hacia un candidato y contra otros, hay una alta probabilidad que vote por su candidato favorito. La percepción de los rasgos de liderazgo representa también otra variable relevante en la decisión de voto, más para los que votaron por Serpa que por Uribe. El modelo revela que el posicionamiento de Uribe en los temas de campaña fue un factor importante para los que le apoyaron, pero no para los que votaron por Serpa. Finalmente, la variable cercanía al Partido Conservador no fue significativa en el modelo de Serpa, pudiéndose inferir que los que estaban cerca del Partido Conservador casi nunca votaron por Serpa.

### **EL VOTANTE POR URIBE Y SERPA: UNA APROXIMACION CASUISTICA**

Una de las virtudes de la regresión logística, aplicada al análisis electoral, consiste en poder establecer perfiles individuales del votante, tomando en cuenta aquellas combinaciones de variables que resultan en probabilidades más cercanas a 0 o 1 (alta o ninguna probabilidad de votar por un candidato en particular), todo esto en el contexto de los modelos más robustos obtenidos. Este ejercicio es otra manera de aprovechar la técnica estadística en la predicción de resultados.

Así, esta sección se propone cualificar, de modo concreto, algunos rasgos de la 'identidad' del votante por Uribe y Serpa, tomando como base una selección de casos con medidas de probabilidad altas o bajas. Es un medio que permite también una aproximación a la claridad y solidez de decisión de estos sujetos al momento de votar. El examen permite reconocer cómo, por individuo, se dan las combinaciones de variables más determinantes, cuyo resultado es la mayor o menor probabilidad de apuesta por uno u otro candidato. Se trata, en realidad, de un ejercicio complementario al de las secciones precedentes que permite, sin embargo, visualizar en otra perspectiva, de naturaleza casuística, los resultados obtenidos.

El primer modelo que servirá para estos fines es el que integra aquellas variables que expresan percepciones y opiniones sobre las cualidades personales del candidato. Se

trata de las variables capacidad de Álvaro Uribe, favorabilidad del Álvaro Uribe y favorabilidad de Horacio Serpa. Como se recordará, de todos los modelos que se probaron éste resultó, para el caso de Uribe, con los mejores niveles de ajuste y por ende de capacidad explicativa de la decisión por el actual Presidente.

El cuadro 17 permite ver que, cuando en un mismo individuo confluyen como rasgos una alta calificación de las capacidades de Uribe (4.0), una alta favorabilidad sobre su imagen (Muy favorable) y una marcada desfavorabilidad por Serpa (Desfavorable), la probabilidad de que ese mismo individuo vote por Uribe es de .96772.

**CUADRO 17  
MODELO DE CAPACIDAD Y FAVORABILIDAD,  
PROBABILIDADES DE VOTO POR URIBE**

Capacidades de Uribe	Favorabilidad Uribe	Favorabilidad de Serpa	Probabilidad voto Uribe
4.00	Muy favorable	Desfavorable	.96772
3.20	Favorable	Favorable	.58827
3.00	Favorable	Favorable	.53791
2.80	Favorable	Favorable	.48678
4.00	Favorable	Muy favorable	.22320
3.00	Favorable	Muy favorable	.09352

Existen, asimismo, los votantes que evalúan muy bien las capacidades de Uribe (4.0), que están a favor de su imagen (Favorable), pero que tienen una alta favorabilidad por Serpa (Muy favorable). En estos casos, la probabilidad que voten por Uribe es de .22320.

Hay también los individuos que calificaron medianamente las capacidades de Uribe (3.0), que lo perciben favorablemente (Favorable) y que por Serpa expresan una alta favorabilidad sobre su imagen (Muy favorable). Aquí la probabilidad de que voten por Uribe es de .09352.

Otros casos de votante permiten afinar el análisis del peso de la buena calificación de las capacidades, la imagen de Uribe y la de Serpa como predictores de la decisión. Así, cuando las capacidades de Uribe son evaluadas como regulares, la imagen sólo es favorable y la de Serpa también, la probabilidad de que este perfil de votante vote por Uribe se reduce a .58827.

Respecto de Serpa, el modelo que mejor proyecta las más altas probabilidades de votar por él, comprende las variables capacidad de Álvaro Uribe, capacidades de Horacio Serpa, favorabilidad de Álvaro Uribe y favorabilidad de Horacio Serpa. Es decir, respecto del mejor modelo de predicción para Uribe, visto en el cuadro 17, se agregan unas nuevas variables. La fuente de este análisis puede verse en el cuadro 18. Esta 'necesidad' de más variables significa que la explicación de la votación por Uribe puede ser más parsimoniosa que la de Serpa o que, en cuanto a éste último, las mayores probabilidades se alcanzan reuniendo un mayor número de variables. Una constatación de este tipo abona en la discusión de las cadenas de razonamiento que los votantes arreglan al momento de efectuar una decisión. Es decir, podría presumirse que, en cuanto a Serpa, la decisión es más difícil de tomar o que, por competir con un candidato de reconocidas capacidades personales, los sujetos inclinados por éste incorporaron más elementos de juicio al tomar la decisión.

**CUADRO 18**  
**MODELO DE CAPACIDAD Y FAVORABILIDAD**  
**PROBABILIDADES DEVOTO POR SERPA**

Capacidad es de Uribe	Capacidades de Serpa	Favorabilidad de Uribe	Favorabilidad de Serpa	Probabilidad voto Serpa
2.20	4.00	Favorable	Muy favorable	.95291
3.00	4.00	Favorable	Muy favorable	.91194
4.00	3.20	Favorable	Muy Favorable	.59955
3.40	3.20	Muy favorable	Muy favorable	.42775
2.80	2.80	Favorable	Favorable	.21207
1.80	2.00	Desfavorable	Muy desfavorable	.04311
2.40	1.60	Favorable	Muy desfavorable	.00659
3.40	1.00	Muy favorable	Muy desfavorable	.00038

En efecto, las mayores probabilidades de que un individuo vote por Serpa están asociadas por lo general a perfiles que congregan una baja calificación de las capacidades personales de Uribe, aunque no necesariamente desfavorabilidad respecto de su imagen personal. En cambio, manifiestan alta favorabilidad por Serpa. Para ilustrar, están los individuos que califican muy bajo al Presidente en sus capacidades (2.20), califican las de Serpa altamente (4.00) y atestiguan favorabilidad por Uribe (Favorable) y mucha favorabilidad por Serpa (Muy favorable). Cuando se reúnen estas características la probabilidad de votar por Serpa es de .95291.

Aún cuando en unos individuos se califique mejor a Uribe en sus capacidades (3.00) y todas las demás características se mantengan constantes, la probabilidad de votar por

Serpa no es mucho menor al caso anterior: .91194, probabilidad que también es muy alta. Por oposición, este patrón se ve afectado sensiblemente cuando la característica que cambia es la favorabilidad por Serpa. Cuando disminuye, también disminuye la probabilidad de votar por éste. La probabilidad es de voto es de .21207.

El cuadro 19 presenta el papel que juega la variable filiación tradicional. Es la variable que hace referencia a la predilección partidista de los votantes más no así a la militancia o el sentido de pertenencia a uno de los partidos colombianos. Como se sabe, este tipo de filiación fue medida con la escala cercanía al Partido Conservador. En la explicación de la decisión por Uribe, el que los votantes se afirmen cercanos al Partido Conservador es una condición relevante al momento de escogerlo, sin embargo, la lejanía o neutralidad a ese partido no excluye un importante fenómeno de probabilidad de voto por Uribe. En la perspectiva de análisis que corresponde a esta sección, se puede decir que también en los individuos con perfiles ideológicos neutrales o distantes al Partido Conservador la probabilidad de que voten por una persona como el actual Presidente es importante.

**CUADRO 19**  
**MODELO FILIACIÓN POLÍTICA**  
**PROBABILIDADES DE VOTO POR URIBE**

Cercanía al Partido Conservador	Probabilidad voto Uribe
Ni lejano ni cercano	.68760
Muy cercano	.63963
Muy lejano	.57341

En la situación de escogencia por Serpa, el perfil de los votantes es diferente al anterior. El cuadro 20 muestra información en ese sentido. La probabilidad de votar por Serpa por parte de un individuo que se afirme lejano o muy lejano al Partido Conservador es muy alta: .82503 y .84301, respectivamente. Entre los votantes por Serpa están aquellos perfiles de votante en que su distanciamiento ideológico al Partido Conservador constituye la base de una alta probabilidad de no escogencia por Uribe. Es decir, entre los sujetos con una clara posición respecto de este partido, la probabilidad que voten por candidatos tipo Serpa es más alta.

**CUADRO 20**  
**MODELO FILIACIÓN POLÍTICA**  
**PROBABILIDADES DE VOTO POR SERPA**

Cercanía al partido Conservador	Probabilidad voto Serpa
Lejano	.82503
Muy lejano	.84301
Muy cercano	.00027

Los cuadros 21 y 22 contienen casos de alta y baja probabilidad de voto respectivos al modelo de cercanía temática, para Uribe y Serpa, respectivamente. La variable cercanía temática es una escala con valores entre 0 y 4, donde 0 es más cercanía o menor distancia. Las más altas probabilidades de voto por Uribe se alcanzan con la combinación de altos valores de cercanía temática por Uribe y bajos o medianos, en general, por Serpa. Hay una suerte de relación inversa que sentencia muy bien y reafirma el papel de estas variables en la conformación de la decisión electoral. Cuando se detiene en los casos de baja probabilidad correspondientes a Serpa, se observa un mismo patrón.

**CUADRO 21**  
**MODELO CERCANÍA TEMÁTICA**  
**PROBABILIDADES DE VOTO POR URIBE**

Escala de Cercanía a Uribe	Escala de Cercanía a Serpa	Probabilidad voto Uribe
.00	2.40	.92685
.40	2.80	.91291
.00	1.60	.87272
3.00	2.80	.29340

**CUADRO 22**  
**MODELO CERCANÍA TEMÁTICA**  
**PROBABILIDADES DE VOTO POR SERPA**

Escala de Cercanía a Uribe	Escala de Cercanía a Serpa	Probabilidad voto Serpa
.40	2.60	.01900
.40	2.80	.01503
.80	3.20	.01469
.00	3.40	.00471

Finalmente, el cuadro 23 permite analizar lo ocurrido solamente con Uribe respecto del modelo final integrado, debido a que resulta más pertinente proseguir con el esclarecimiento de lo sucedido con el actual mandatario y en la identificación del perfil

de ciudadanos que hacen triunfador a un candidato, que es una de las mayores preocupaciones teóricas de este artículo. Como se recordará, el modelo final integrado es el que congrega las variables favorabilidad de Álvaro Uribe, favorabilidad de Horacio Serpa, capacidades de Álvaro Uribe y cercanía temática a Álvaro Uribe.

Tal como se vio y correspondientemente con el modelo que reúne como significativas las variables capacidad de Álvaro Uribe, favorabilidad del Álvaro Uribe y favorabilidad de Horacio Serpa, el modelo final integrado proyecta unos sujetos con una alta probabilidad de votar por este candidato cuando en éstos convergen una alta favorabilidad por Uribe, desfavorabilidad marcada por Serpa, una buena calificación de las capacidades de Uribe y una importante cercanía temática con el mismo. Individuos con este perfil tienen una probabilidad de voto por Uribe que están entre .95940 y .91080. Sin embargo, analizando la composición de variables que resultan en eso datos, se infiere además que no sólo es más importante en las más altas probabilidades el tema de la favorabilidad por un candidato, sino que éstas, al parecer, pesan más que la coincidencia en la postura sobre los temas de campaña. Ciertamente, se observa en el cuadro, que individuos en que su perfil contenga además una alta cercanía temática, la probabilidad de voto por Uribe es más alta.

**CUADRO 23**  
**MODELO INTEGRADO**  
**PROBILIDADES DE VOTO POR URIBE**

Favorabilidad Uribe	Favorabilidad Serpa	Capacidad Uribe	Escala Cercanía Uribe	Probabilidad voto Uribe
Muy favorable	Desfavorable	4.00	.00	.95940
Muy favorable	Muy desfavorable	3.80	.40	.94311
Muy favorable	Desfavorable	4.00	.80	.93728
Muy favorable	Desfavorable	3.40	.00	.93063
Muy favorable	Muy desfavorable	3.40	.40	.91914
Muy favorable	Desfavorable	3.20	.00	.91742
Muy favorable	Favorable	3.80	.00	.91080

Todo el análisis practicado en esta sección induce a varias conclusiones sugerentes. En las últimas elecciones las condiciones de una alta probabilidad de elección por un candidato, lo que equivale a una inclinación clara y rotunda, una decisión no dilemática, se halla en aquellos individuos que desarrollan percepciones muy favorables de los atributos personales de los candidatos, al menos parece haber sido así para Uribe y Serpa. Ciertamente, otro asunto es el relativo al cómo estos votantes construyen sus valoraciones, si lo hacen de fuentes directas o si a través de los medios; si evalúan a

los candidatos mediante las imágenes que las estrategias de campaña emiten o si logran más independientemente hacerlo. Sin embargo, el fenómeno de la imagen y su calificación es central entre los votantes colombianos.

Llama la atención en estos resultados el que la decisión electoral comprenda la comparación entre los candidatos más opcionados. En los casos analizados de más alta probabilidad, ésta se halla estrechamente asociada a la valoración del candidato opositor, pero en una relación indirecta: cuando la percepción de la imagen de un candidato es positiva y la del que está en comparación negativa, es que la probabilidad se acrecienta.

En esta explicación de la decisión electoral se revela más importante el papel de las percepciones que se desarrolla sobre los candidatos que la más racional coincidencia temática, sin que ello signifique que no tenga peso alguno. La poca coincidencia temática no resulta ser un criterio dirimente al momento de elegir un candidato. De ser correcta tal apreciación, se refrendaría la idea que plantea un predominio de los factores 'subjetivos' frente a los 'racionales' en las pasadas elecciones. Lo subjetivo apuntaría a un elemento de calificación de las virtudes personales como buenas o malas y que excluye las consideraciones 'racionales' relativas a posiciones respecto de los planes de gobierno.

Tal vez, razonar en el lenguaje del mercadeo político pueda ayudar a explicar qué hace que un candidato tenga mayores posibilidades de triunfo en el ámbito colombiano. Sobre esto, el análisis precedente deja varias lecciones. El tema de la imagen y por ende de las consideraciones subjetivas de los ciudadanos se ha hecho determinante. Estas consideraciones comprenden valoraciones y sentimientos originados menos en la ideología y la política, en desmedro de elementos 'objetivos' como las ideas plasmadas en las propuestas de gobierno, el estrato social o las condiciones laborales. Se ganaría más, en este sentido, con campañas, ya premunidas de estas circunstancias, que muestren candidatos virtuosos por honestos, capaces personalmente, decididos y convergentes políticamente. Al menos, en las últimas elecciones, este parece haber sido el arreglo de las consideraciones de los votantes que hace a la fórmula del triunfo.

## REFLEXIONES FINALES

La aplicación de la regresión logística supuso para esta investigación un salto cualitativo crucial en el abordaje del problema general de la decisión electoral y en la comprensión particular del caso colombiano, en el contexto de las elecciones presidenciales pasadas. Sobre esta consideración, tal vez la principal conclusión de este trabajo se sitúa en el plano de la teoría. Los resultados obtenidos abonan a la idea de una complejización de la teoría sobre el comportamiento electoral, en el sentido de hacerla multidimensional y que incorpore con mayor protagonismo los factores que en la actualidad parecen incidir con fortaleza la decisión de los votantes. El artículo brinda elementos suficientes para fundamentar la idea de una comprensión diferente y renovada, desde el punto de vista teórico, del asunto en cuestión.

En cuanto a la propia situación colombiana, el artículo sugiere también la búsqueda de una comprensión distinta, en que nuevas variables y nuevas combinaciones entre las variables 'tradicionales' den con la explicación de lo ocurrido. En efecto, de manera semejante a lo que está pasando en otros países, ni los atributos personales ni los factores demográficos de los votantes parecen explicar bien cómo los colombianos votan. Lo interesante es que el género, el estatus socioeconómico, el nivel de educación o la ocupación, entre otras de las variables tradicionales, no figuran como factores determinantes en los modelos de decisión a los que llega este trabajo. Eso significa, a diferencia de una visión estructuralista, que los votantes no son prisioneros de factores que ellos no pueden controlar bien, sino que deciden sobre consideraciones que dependen de ellos. No obstante, el caso colombiano expresa sus particularidades. A diferencia de los estudios sobre el comportamiento electoral en otras partes del mundo, las percepciones de los colombianos sobre el comportamiento de la economía nacional y personal, así como la perspectiva de la situación futura en cuanto a la economía no parecen impactar su decisión de voto.

En la línea de un nuevo marco de comprensión de la decisión electoral en Colombia, es oportuno subrayar aquel hallazgo de este trabajo respecto al papel que juega la identificación partidista: según los modelos generados, el apego y la simpatía hacia los partidos tuvieron un impacto bastante restringido. Quedó claro, también, el mediano papel jugado por la variable filiación tradicional, que hace referencia a la predilección

partidista, no así a la militancia o el sentido de pertenencia a uno de los partidos colombianos. La misma generalización se aplica al impacto de la ideología en la decisión de voto, es decir, es una variable importante pero con menor poder explicativo.

Una de las hipótesis principales de esta investigación postulaba que los votantes políticamente sofisticados aplican heurísticas y cadenas de razonamiento diferentes a los menos sofisticados, para llegar a una decisión de voto. Los resultados respectivos no apoyan plenamente la hipótesis, pues, por un lado, las mismas variables explican la decisión de voto para los votantes sofisticados y no sofisticados, tanto para Uribe como para Serpa; pero, por otro lado, los votantes sofisticados de Uribe combinan su posicionamiento temático y el que perciben en Uribe para llegar a una decisión de voto; los menos sofisticados no obran con este mecanismo.

Varias conclusiones más, que en sí mismas son relevantes, reafirman el replanteamiento conceptual que sostiene esta investigación en cuanto a cómo se vota en Colombia. En esta nueva elaboración de la decisión electoral debe repararse en que se hace más contundente el papel de las percepciones que se tiene de los políticos en competencia, que la más “sofisticada” coincidencia temática entre éstos y los votantes; aunque dicha coincidencia resulta a la vez trascendental en la explicación. En efecto, los modelos relativos, para Uribe y Serpa, muestran claramente el impacto sobresaliente en la decisión del voto de las variables relacionadas con las percepciones de los candidatos. Los modelos implican una explicación parsimoniosa, es decir, con pocas variables se logra una buena aproximación a lo ocurrido en 2002. Ciertamente, todo esto deja oscuro el asunto relativo al cómo estos votantes construyen sus percepciones, si lo hacen de fuentes directas o si a través de los medios de comunicación; si evalúan a los candidatos mediante las imágenes que las estrategias de campaña emiten o si logran más independientemente hacerlo. Así como la explicación se simplifica en cuanto a número de variables eficientes, la explicación se vuelve compleja en cuanto al extenso significado del concepto de percepción.

El que la decisión electoral comprenda la comparación entre los candidatos más opcionados es nuevamente un hallazgo importante de este trabajo. Parece ser que entre los votantes con mayor claridad de elección se da que, a la alta valoración que

desarrollan por su candidato de preferencia, le sigue, comparativamente, una muy baja valoración del otro candidato que creen es el más competitivo. Cuando la percepción de la imagen de un candidato es positiva y la del que está en comparación negativa, es que la probabilidad de voto por el favorito se acrecienta. Esto permite inferir que hay una suerte de voto estratégico, donde votar a favor de un candidato es votar en contra del contrincante.

Con menos evidencias para comprobar, la información del artículo permite dar pie a un argumento en que los resultados de las elecciones se asocian con un claro patrón de decisión: se tiende a elegir más en términos de personas que de equipos y más en términos de virtudes y capacidades personales que en propuestas de gobierno o ideologías. Este argumento abre una pista importante de investigación, relativa al carácter pragmático y a la perspectiva de tiempo corto que envuelve la decisión electoral entre los colombianos. Junto a ello se hace importante seguir investigando cuánto la elección estriba en las opciones que representan un cambio de la situación social y política dada en el momento de la elección.

Para terminar, todos estos hallazgos y conclusiones, aunque si bien este no fue el propósito del proyecto, matizan aquellas afirmaciones que buscan explicar la elección de Uribe en la derechización del país y la solución de mano dura del candidato en torno a la guerra. Según el reporte expuesto, los ciudadanos votaron por un candidato que fue visto en su momento como un líder representante del cambio y que ofrecía una respuesta diferente al conflicto. No obstante, las últimas elecciones dejan notar cambios sustantivos en el comportamiento electoral más de tipo 'estructural' que específicos de las circunstancias de cada proceso electoral. Hay suficientes evidencias para pensar que los antiguos moldes y patrones de acción electoral, los tradicionales cálculos y razonamientos valorativos aplicados a partidos y candidatos están sufriendo profundas modificaciones.

## **Modelos de decisión electoral y perfiles de votante en Colombia: Elecciones presidenciales 2002**

Gary Hoskin, Rodolfo Masías, Marcela Galvis

### **RESUMEN**

Este artículo es un análisis de la decisión de voto en las elecciones presidenciales 2002 en Colombia. Si bien toma prestado elementos de varios enfoques teóricos sobre comportamiento electoral, se orienta básicamente en la literatura relativa a la teoría de la elección racional. Los datos que analiza provienen de una encuesta poselectoral a nivel nacional y utiliza la técnica de regresión logística como herramienta para crear modelos explicativos. La hipótesis de que parte, en el sentido que el comportamiento electoral en democracias frágiles como la Colombiana manifiesta distintas características que en las democracias más institucionalizadas, no se ve plenamente confirmada: la decisión de voto es independiente de las aquí llamadas variables contextuales y, en cambio, resultan tener mucha incidencia las referentes a la percepción de los candidatos y la identificación de los votantes con los temas de campaña. Aparte de la presentación de los modelos logísticos que dan cuenta de estos resultados, hace un análisis casuístico de los perfiles de votante que resultan en mayores probabilidades de voto para los candidatos principales (Uribe y Serpa) en las pasadas elecciones.

### **ABSTRACT**

This article is an analysis of the vote decision in the 2002 presidential election in Colombia. The theoretical framework is eclectic, with an emphasis upon the rational choice literature. The data are drawn from a national survey, and the methodology utilizes logistical regression techniques. We hypothesized that electoral behavior in “fragile” democracies, like Colombia’s, manifests distinct characteristics from those in more institutionalized democracies, but the analysis failed to confirm this hypothesis. Contextual variables were not related to the vote, except as manifested through candidate characteristics and campaign issues. Similar to results elsewhere, the variables that most impacted the vote for Álvaro Uribe or Horacio Serpa were related to candidate traits, leadership capacity and favorability, along with campaign issues. The data analysis consisted of the presentation of several logistical regression models, and a series of voter profiles that reveals the probability that a voter with certain characteristics will cast a ballot for either Serpa or Uribe.