

Segmentación Política y Modelos de Clases Latentes

por Jorge A. Barrera, Iván Castro y Ma. Alicia de la Machorra, BIMSA- IPSOS

Los procesos electorales del año 2000, fueron un parte aguas de la vida política mexicana, por lo que el conocer a los electores resulta fundamental en un contexto competitivo como el que vivimos actualmente en México. Los partidos emprenden sus campañas políticas con el fin de retener a sus simpatizantes, de ganar terreno entre los abstencionistas y de disuadir a los votantes que apoyan a la oposición. El escenario electoral en el país exige a los partidos políticos identificar a los votantes potenciales, con el objetivo de enfocar convincentemente su publicidad a estos segmentos y con esto coadyuvar en el triunfo electoral.

Por otra parte, tradicionalmente en México, ha existido un patrón de intercambio entre políticos y electores. Es decir, bajo el supuesto de que los partidos son adversos al riesgo, no dan por hecho el voto de quienes los han apoyado en el pasado, así sus acciones de campaña estarán marcadas por este supuesto. Desde este punto de vista se puede describir la eficacia de la publicidad política. Es decir una estrategia enfocada a un nicho específico de votantes debe de responder al perfil del individuo que cuente con las características de elector potencial, mientras que estrategias publicitarias generalizadas son mas eficientes en la promoción de políticas de bien común.

Por todo lo anterior, resulta necesario conocer claramente las bases de electores. El objetivo de este artículo consiste en describir a la población votante a través de la aplicación de los Modelos de Clases Latentes para la identificación de segmentos.

Procedimiento

Los datos que se usan en el análisis estadístico se recopilaron en una encuesta de salida realizada por Ipsos-Bimsa en las elecciones presidenciales del año 2000 en todo el país. El diseño estadístico de clases latentes nos permite construir una variable nominal no observada (latente) con k categorías, las cuales representan a cada uno de los segmentos identificados en la población bajo estudio.

Algunos aspectos que caracterizan a los Modelos de Clases Latentes orientados hacia la identificación de segmentos son:

- Clasificación de personas en distintos segmentos (categorías de la variable latente resultante). Se basa en probabilidades de pertenencia estimadas directamente a partir del modelo, mientras que en algunos algoritmos tradicionalmente utilizados la clasificación está basada en la proximidad de un individuo a otro, conforme a alguna medida de distancia específica y algún algoritmo de asociación entre los individuos.
- La escala de medición de las variables de entrada al modelo puede ser continua, dicotómica, nominal u ordinal, conteos o combinaciones de ellas, mientras que algunas de las herramientas estadísticas tradicionales no permiten el uso de variables dicotómicas y nominales, y algunas veces incluso ordinales.

Para realizar un análisis comparativo con otros resultados, consideremos que históricamente se ha relacionado a cada uno de los partidos políticos con segmentos específicos de electores con base en sus características sociodemográficas. Por ejemplo el PAN ha sido identificado como el partido que representa más fuertemente los intereses de electores con niveles de estudios superiores, o bien el del PRI que se caracteriza por electores con un nivel de educación básica o sin estudios, y el PRD que se identifica con estudiantes de escuelas públicas.

Las variables que se utilizan en este modelo son:

Voto de las elecciones del 2000

Rango de edad

Grado de escolaridad

Género

La descripción de las variables utilizadas en el modelo se puede ver en la Tabla 1:

Como resultado, el modelo de clases latentes nos permite identificar cuatro segmentos dentro de la población votante, las probabilidades estimadas a partir del modelo son las siguientes:

En la Tabla 2 se observa primeramente el tamaño de cada uno de los segmentos formados, así de cada 100 votantes 51 de ellos pertenecen al segmento 1, 26 al segmento 2, 13 al segmento 3 y 11 al segmento 4.

En los segmentos 1 y 4 la mayoría de los votantes se inclinaron por la Alianza PAN – PVEM, con 43% y 54% respectivamente, mientras que para los segmentos 2 y 3 la mayoría de los votos fue registrada para el PRI. Cabe mencionar que ninguno de los 4 segmentos presenta mayoría de votos para el PRD, sin embargo en el segmento 3 se observa la mayor probabilidad de voto para este partido con 22% de votos.

Con base en las probabilidades estimadas a partir del modelo de clases latentes observamos que el perfil de los segmentos identificados dentro la población votante en las elecciones presidenciales del año 2000 se comportaba de la siguiente manera:

- Segmento 1: mayoría panista, electores entre 26 y 40 años con fuerte presencia de jóvenes entre 18 y 25 años, sin distinción por género y con educación media superior.
- Segmento 2: mayoría priísta, electores mayores a 41 años con fuerte presencia de población entre 26 y 40 años, con mayoría de mujeres y educación básica predominantemente.
- Segmento 3: mayoría priísta aunque representa el segmento con la mayor presencia perredista, electores mayores a 41 años, con mayoría de hombres y educación básica.
- Segmento 4: mayoría panista, electores entre 26 y 40 años con fuerte presencia de mayores a 41 años, con mayoría de hombres y con educación media superior principalmente.

Un punto que resalta del perfilamiento de los segmentos identificados radica en que los segmentos más fuertemente asociados al PRI y al PRD presentan probabilidades muy altas de que sus electores cuenten con un nivel de educación básica, mientras los segmentos más asociados al PAN tienden a tener niveles educativos medio y superior principalmente.

Otro punto importante que vale la pena señalar está en que las mujeres que acudieron a votar están presentes en los segmentos más identificados con el PRI, así como los electores con edades por arriba de los 25 años.

CONCLUSIONES

De esta manera resulta una segmentación dinámica, que no presenta limitaciones en cuanto el tipo de variable. Por otro lado, se cuenta con una herramienta, que permite conocer

segmentos diferenciados, que para el caso de los partidos políticos resulta imprescindible en la identificación de sus bases electorales, que conlleve a la optimización de sus estrategias de campaña con el fin de retener sus simpatizantes y al mismo tiempo atraer electores que apoyan a la oposición.

Sin duda alguna los modelos de clases latentes representan entre algunas de sus principales aplicaciones una poderosa herramienta para la identificación y el perfilamiento de segmentos de mercado dentro de alguna población de interés, además de convertirse en una alternativa estadística diferente a las comúnmente utilizadas en el campo de la investigación de mercados.

Tabla 1.

Variable	Descripción	Escala	Categorías
Voto	Partido por el cual votó	Nominal	PAN-PVEM, PRI, PRD, OTRO
Rango de edad	Edad del votante	Ordinal	18 a 25, 26 a 40 y 41 ó más
Escolaridad	Nivel de estudios del votante	Ordinal	Primaria o menos, Secundaria o Preparatoria, Universidad o más
Género	Género del votante	Dicotómica	Hombre, Mujer

Proporciones (probabilidades) estimadas a partir del modelo

TABLA 2

	Segmento 1	Segmento 2	Segmento 3	Segmento 4
Tamaño del segmento	51%	26%	12%	11%
VOTO				
PAN – PVEM	43%	22%	23%	54%
PRI	28%	46%	39%	17%
PRD	15%	15%	22%	14%
OTRO	14%	17%	16%	16%
	100%	100%	100%	100%
EDAD				
18 A 25	35%	5%	1%	14%
26 A 40	48%	36%	21%	47%
41 O MAS	16%	59%	77%	39%
	100%	100%	100%	100%
SEXO				
HOMBRE	49%	26%	94%	69%
MUJER	52%	74%	6%	31%
	100%	100%	100%	100%
ESCOLAR				
PRIMARIA O MENOS	10%	93%	82%	1%
SECUNDARIA O PREPARATORIA	70%	7%	18%	31%
UNIVERSIDAD O MAS	20%	0%	0%	68%
	100%	100%	100%	100%