
Factores influyentes en la decisión de voto: Una comparación entre votantes experimentados y nuevos votantes

Influencing factors in voting decisions: A comparison between experienced and new voters

Camila Balcazar, Camila Quiroga, Pablo Morón, Tatiana Torrez, Fabiana Chirino Ortiz

Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra

RESUMEN

El presente estudio explora los factores que inciden en la decisión de voto, realizando una comparación entre votantes experimentados y votantes primerizos dentro del ámbito universitario en Bolivia. Mediante un enfoque cualitativo y el uso de grupos focales, la investigación indaga en las percepciones, motivaciones y experiencias subjetivas que configuran el comportamiento electoral. Se identifican múltiples variables –desde influencias familiares y académicas hasta el impacto de las redes sociales y los medios digitales– que, si bien inciden en ambos grupos, lo hacen de manera diferenciada: los votantes primerizos muestran una mayor dependencia de su entorno emocional y familiar y una predisposición a la influencia de opiniones circuladas en medios digitales, mientras que los votantes con experiencia evidencian un análisis más crítico y fundamentado en antecedentes políticos y coyuntura socioeconómica. Los resultados aportan una visión integral de cómo factores contextuales, personales e informativos interactúan, subrayando la importancia de fortalecer la formación política y la participación democrática para contrarrestar la desinformación y fomentar votaciones más informadas.

Palabras clave: decisión de voto, influencia familiar, influencia social, comportamiento electoral

ABSTRACT

This study examines the factors influencing voting decisions by comparing experienced and first-time voters within the Bolivian university community. Adopting a qualitative framework through focus groups, the research investigates the subjective perceptions, motivations, and experiences that shape electoral behavior. Key variables were identified—ranging from familial and academic influences to the impact of social and digital media—which affect both cohorts in distinct ways. First-time voters exhibit a higher reliance on emotional and familial environments and are more susceptible to digital media trends. In contrast, experienced voters demonstrate a more critical analysis informed by political history and socioeconomic context. These findings offer a comprehensive view of how contextual, personal, and informational factors intersect, highlighting the need for robust political education to combat misinformation and foster informed democratic participation.

Keywords: voting decision, familial influence, social influence, electoral behaviour

5to. semestre. Metodología de la Investigación Cualitativa Docente Mgs. Fabiana Chirino Ortiz
Dirección de contacto: Camila Balcazar a2023112192@estudiantes.upsa.edu.bo

Comprender las motivaciones de voto es una cuestión central en la ciencia política, dado que el sufragio es la alternativa de participación ciudadana más extendida y fundamental para la democracia. Se ha identificado la decisión de voto como un fenómeno multifactorial, influenciado por variables sociodemográficas, educativas y personales (Mata-López, 2013; Fraile, 2007).

Sin embargo, en la era digital, la influencia de los medios de comunicación y plataformas digitales ha adquirido un papel preponderante como predictor del voto. Esta tendencia es relevante a nivel regional; por ejemplo, estudios en otros contextos latinoamericanos, como el de Bellia y Echeverría (2022) con encuestados mexicanos, destacan cómo la exposición a encuestas y redes sociales incide en la intención de voto. Esta relevancia mediática viene acompañada, además, del desafío de la desinformación en redes sociales, las cuales actúan como un vehículo de propagación de mensajes falsos sobre candidatos y procesos electorales (The Carter Center, 2021).

Esta relevancia mediática y desinformación en redes sociales se superponen al escenario político de Bolivia, caracterizado por la incertidumbre y la desconfianza institucional. Posterior a la crisis electoral de 2019, que culminó con la anulación de las elecciones y un vacío de poder, se ha generado un ambiente donde los factores influyentes en las decisiones electorales resultan particularmente complejos y volátiles (Romero, 2022).

Dada esta complejidad, y considerando que la participación electoral está condicionada por factores de coyuntura y experiencia previa (Mata-López, 2013), resulta crucial indagar en cómo se construyen las

preferencias políticas de los ciudadanos en función de su madurez electoral. Por lo tanto, el presente estudio se propone comparar, mediante un enfoque cualitativo y contextualizado en Bolivia, los factores que inciden en la decisión de voto entre estudiantes universitarios con experiencia electoral y quienes participan por primera vez, con el fin de aportar una visión integral del comportamiento electoral juvenil en el país.

El estudio tiene como objetivo comprender las motivaciones de voto entre estudiantes universitarios con experiencia electoral y quienes participan por primera vez, así como examinar el papel de la información política en la formación de sus criterios y analizar los factores sociales y personales que influyen en su decisión electoral. De manera específica, se propone indagar cómo las experiencias previas de participación inciden en las decisiones actuales de voto, identificar la influencia de la familia, los docentes y las redes sociales, y analizar las diferencias en el nivel de confianza en el sistema político entre votantes nuevos y experimentados.

Método

Diseño de la investigación

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo, dicho enfoque es esencial para explorar las distintas percepciones, motivaciones y experiencias subjetivas incidentes en el comportamiento electoral (Flick, 2014).

Recolección de datos

Para la recolección de datos, se realizaron cuatro grupos focales: dos formados por nuevos votantes y dos por votantes que ya habían participado de las elecciones presidenciales de 2020. Esta técnica de

separación de grupos facilitó un espacio de intercambio dinámico, donde cada participante expresó su propia opinión, además de que construían colectivamente ideas nuevas mediante la interacción con los otros miembros del grupo. Fue usado un diseño comparativo cualitativo, que permite analizar diferencias y similitudes entre los grupos desde sus propias voces, capturando los significados que cada segmento les brindaba a sus decisiones electorales (Creswell, 2007).

Justificación del uso de grupos focales

La formación de grupos focales dio lugar a la identificación de temas emergentes, la exploración de percepciones compartidas y el contraste de perspectivas en un contexto socializado (Oranga y Matere, 2023). De igual manera, hizo posible capturar emociones, influencia de redes sociales, confianza en instituciones y más factores que respectan al ámbito político coyuntural que afectan la decisión electoral (Kitzinger, 1995).

Enfoque analítico

Esta metodología cualitativa y comparativa busca una comprensión contextualizada de las motivaciones de voto en ambos tipos de grupo, aportando evidencia relevante para la investigación académica (Silverman, 2017), así como para el desarrollo de políticas públicas que tengan el fin de fortalecer la participación democrática ciudadana.

Participantes

Se tomó en cuenta a estudiantes universitarios, siendo estos divididos en cuatro grupos focales. El primer grupo estaba conformado por seis estudiantes de primer semestre de la carrera de psicología, quienes acababan de cumplir la mayoría de edad y participarán por primera vez en el

proceso electoral. Dentro del segundo grupo focal, se encontraban cuatro estudiantes de distintos semestres que cursan la carrera de marketing digital e ingeniería industrial, los cuales tenían 22 años y ya habían participado en las elecciones presidenciales de 2020. El grupo 3, formado por cinco estudiantes de distintos semestres de la carrera de psicología, do en las anteriores elecciones. Finalmente, el cuarto grupo tenía a personas de quinto semestre de la carrera de psicología y de ingeniería industrial y de sistemas que no habían ejercido previamente su derecho al voto y participarían por primera vez en el proceso electoral objeto de estudio.

Resultados

En el análisis de los grupos focales, se constató que la decisión de voto es un fenómeno influido por una multiplicidad de factores previamente anticipados teóricamente: sociales, emocionales, educativos y contextuales. Tal como planteamos en la introducción, la experiencia electoral previa, el nivel de acceso a la información y el entorno social son elementos determinantes en la forma en que los individuos construyen su intención de voto. Los hallazgos reflejan con claridad que los votantes primerizos tienden a estar más influenciados por su entorno familiar y emocional, expresando sentimientos de esperanza, incertidumbre o temor ante el proceso electoral. A su vez, presentan una menor seguridad respecto a sus conocimientos políticos y se apoyan principalmente en opiniones ajenas o en lo que circula en redes sociales, a pesar de manifestar desconfianza sobre su veracidad.

En contraste, los votantes experimentados demostraron un criterio más elaborado, donde prevalecen la revisión de antecedentes políticos, el escepticismo ante promesas de campaña y una postura

crítica frente a medios e influencers. Ambos grupos, sin embargo, comparten una lógica de voto estratégico, priorizando la efectividad del sufragio sobre la afinidad ideológica, lo que se refleja en frases como “reviso quién tiene más posibilidad de ganar”. Este patrón transversal refuerza la idea de que, más allá de la edad o la experiencia, el contexto electoral condiciona las estrategias de decisión. Esta diferenciación no solo confirma los marcos teóricos previos, sino que también visibiliza la evolución del criterio político conforme se acumula experiencia participativa. La reflexividad de nuestra investigación radica en el reconocimiento de estas diferencias sin establecer juicios de valor, comprendiendo que tanto los votantes nuevos como los experimentados construyen su decisión en función de sus vivencias, aprendizajes y percepciones del entorno político.

La categorización de las respuestas obtenidas en los cuatro grupos focales —dos conformados por votantes experimentados y dos por votantes primerizos— permitió identificar las principales variables que influyen en la decisión de voto. Las categorías emergentes se organizaron según los bloques temáticos de la guía de discusión, evidenciando similitudes y diferencias entre ambos grupos.

Percepción sobre los candidatos

Tanto los votantes experimentados (Grupo 3 y Grupo 2) como los votantes primerizos (Grupo 1 y Grupo 4) señalaron que la honestidad del candidato no es un factor decisivo, sino que prevalece una lógica de seleccionar al “menos malo”. En los grupos experimentados se enfatizó la relevancia de la trayectoria política y la ausencia de corrupción, destacando expresiones como: “me parece importante estudiar la trayectoria política o pública que tenga la

persona” (G3). En los grupos primerizos, en cambio, la percepción de la honestidad estuvo más ligada a un idealismo inicial, pero acompañada de escepticismo respecto a las promesas de campaña (G1, G4).

Influencia del entorno social y familiar

En los votantes primerizos (G1, G4), el entorno familiar emergió como la principal fuente de influencia política, manifestándose en frases como “mi familia... es la que más me concientiza” o “mi entorno influye porque escucho y repito lo que dicen”. Entre los votantes experimentados (G2, G3), la influencia social fue más relevante que la familiar, destacando la influencia de círculos de activismo social, como los entornos feministas o LGBT (G3), y una mayor autonomía frente a las opiniones familiares.

Influencia académica

La influencia de la educación formal mostró variabilidad. Los votantes experimentados (G2, G3) reportaron una influencia moderada a alta de ciertos docentes o asignaturas en su formación política, especialmente durante eventos políticos recientes (por ejemplo, “en 2019 explotó todo... hubo gran influencia de docentes y debates” en G3). Por su parte, los votantes primerizos (G1, G4) manifestaron menor impacto de la educación formal, señalando deficiencias en la enseñanza de historia y política en su formación escolar.

Redes sociales y medios digitales

Las redes sociales fueron percibidas como la principal fuente de información en todos los grupos, aunque con alta desconfianza sobre su fiabilidad. Los votantes experimentados (G2, G3) criticaron la simplificación de los mensajes políticos mediante memes (“simplificar todo en un meme reduce la seriedad”, G3). Los primerizos (G1, G4)

mostraron una postura más ambivalente, viéndolas tanto como herramienta informativa como espacio de manipulación.

En este mismo entorno, los influencers fueron considerados actores con influencia política. Ambos grupos los percibieron como potencialmente problemáticos. Los experimentados adoptaron una postura crítica (“tendrían que pagarme para apoyar públicamente a un partido”, G3), mientras que los primerizos señalaron su capacidad de influir en la opinión pública (“la gente que se ciega ante un influencer me parece ignorante”, G1).

Factores contextuales y económicos

La coyuntura económica y política fue un factor transversal en la toma de decisiones. En los votantes experimentados (G2, G3) prevaleció la percepción de votar por un candidato que garantice estabilidad económica y política, mientras que en los primerizos (G1, G4) se destacó la preocupación por problemas económicos inmediatos y la necesidad de propuestas viables de recuperación económica (“primero la economía, por eso me gusta Doria, porque ya tiene antecedente”, G1).

Estrategias de decisión de voto

En todos los grupos se observó la presencia de una lógica de voto estratégico, orientada a favorecer al candidato con mayor probabilidad de éxito electoral, expresada en frases como “reviso quién tiene más posibilidad de ganar” (G3) y “me voy a lo que es el voto popular... donde haya más votaciones” (G2). Esta tendencia sugiere que, más allá de afinidades ideológicas, los participantes priorizan la efectividad del voto frente al contexto electoral.

Esta categorización de variables refleja una interacción compleja entre factores

personales, contextuales y mediáticos que configuran la decisión de voto en ambos grupos. De igual manera, permite identificar que, aunque existen puntos de coincidencia entre votantes experimentados y primerizos, las fuentes de influencia y los criterios de valoración difieren en intensidad y tipo según la experiencia electoral previa.

Discusión

Los resultados indican que la experiencia electoral previa, el entorno social y la exposición a medios de comunicación influyen de manera diferenciada en la toma de decisiones políticas de votantes nuevos y experimentados. Esto coincide con Mata-López (2013), quien sostiene que los factores sociodemográficos y contextuales continúan siendo centrales para explicar el comportamiento electoral. No obstante, los hallazgos refuerzan la relevancia de variables contemporáneas, como la influencia de redes sociales y figuras mediáticas, en línea con lo señalado por Calderón y Echeverría (2022), especialmente en el contexto político actual de Bolivia.

Se observaron diferencias claras entre ambos grupos. Los votantes nuevos mostraron mayor susceptibilidad a la influencia del entorno familiar y digital, lo que se relaciona con la menor experiencia y conocimiento político descritos por Fraile (2007). En contraste, los votantes experimentados evidenciaron mayor escepticismo y una lógica de voto estratégico, priorizando la viabilidad electoral sobre la afinidad ideológica. Este patrón ha sido ampliamente documentado en la literatura sobre comportamiento electoral y resulta particularmente relevante en el escenario boliviano posterior a 2019.

El uso de grupos focales permitió identificar categorías como la percepción de honestidad de los candidatos, la confianza

institucional, la influencia del entorno y el papel de la economía. Estos resultados confirman el aporte del enfoque cualitativo para comprender cómo se construyen colectivamente los significados políticos en contextos específicos. En el caso boliviano, la polarización y la desconfianza institucional constituyen un marco clave para interpretar la racionalidad del voto y el papel central de la información en la formación de preferencias electorales.

Conclusiones

La presente investigación concluye en que la decisión de voto de los estudiantes universitarios está moldeada por una intrincada combinación de elementos personales, sociales, informativos y contextuales. Se observó que los votantes primerizos son más susceptibles a la influencia de su entorno familiar y emocional, lo que se traduce en una menor confianza en sus conocimientos políticos y una considerable, aunque a menudo escéptica, exposición a las redes sociales. En contraste, los votantes experimentados demostraron una actitud más crítica y analítica, fundamentada en su experiencia previa, un mayor conocimiento político y un saludable escepticismo ante las promesas electorales simplistas.

Es notable que, a pesar de sus diferencias, ambos grupos comparten una lógica de voto estratégico, priorizando la efectividad de su sufragio por encima de la afinidad ideológica. Esta tendencia sugiere una clara adaptación al actual contexto político boliviano, marcado por la polarización, la desconfianza institucional y las secuelas de la crisis post-electoral de 2019. Este fenómeno resalta cómo las circunstancias nacionales impactan directamente en la forma en que los jóvenes universitarios ejercen su derecho al voto.

Asimismo, se infiere que la formación política formal que ofrece la educación superior tiene un potencial transformador, aunque su impacto real varía según el nivel de participación y exposición activa de los estudiantes. La influencia de figuras mediáticas e influencers, si bien reconocida como un problema por ambos grupos, se erige como un desafío constante en la construcción de una ciudadanía más crítica y consciente.

Finalmente, este estudio subraya la importancia de las metodologías cualitativas para desentrañar las motivaciones y la racionalidad subjetiva detrás del voto, particularmente en contextos sociopolíticos complejos como el boliviano. Aquí, los antecedentes históricos, la información digital y las emociones colectivas desempeñan un papel crucial en la configuración del comportamiento electoral. Para futuras investigaciones, se sugiere ampliar la muestra y diversificar, así como integrar enfoques mixtos que permitan una comprensión aún más completa de estos fenómenos.

Referencias

- Bellia-Calderón, L., & Echeverría, M. (2022). Influencia autorreportada de las encuestas en la intención de voto y factores explicativos. *Cuadernos.Info* 53. 117-137. <https://doi.org/10.7764/cdi.53.48517>
- Centro Carter. (2021). *Informe final: Análisis de las elecciones generales bolivianas de 2020*. The Carter Center. <https://www.cartercenter.org/publication/analisis-de-las-elecciones-generales-bolivianas-de-2020/>
- Cresswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among*

five approaches (2nd ed.). SAGE Publications.

Flick, U. (2014). *An Introduction to Qualitative Research* (5th ed.). SAGE Publications.

Fraille, M. (2007). La influencia del conocimiento político en las decisiones de voto. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 120, 41-74. <http://www.jstor.org/stable/40184833>

Kitzinger, J. (1995). Qualitative research: Introducing focus groups. *BMJ* 311. 299-302. <https://doi.org/10.1136/bmj.311.7000.299>

Mata-López, T. (2013). Los factores de la ecuación del voto: un análisis empírico. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 143, 47-74. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.143.47>

Oranga, J., & Matere, A. (2023). Qualitative research: essence, types and advantages. *Open Access Library Journal*, 10, 1-9. <https://doi.org/10.4236/oalib.1111001>

Romero Ballivián, S. (2022). *El ciclo electoral boliviano 2020-2021: de la crisis de 2019 a los comicios de 2021*. Friedrich-Ebert-Stiftung.

Silverman, D. (2017). *Doing qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications.