



Revista Administración & Cidadanía, EGAP
Vol. 16_núm. 2_2021 | pp. 281-298
Santiago de Compostela, 2021
<https://doi.org/10.36402/ac.v16i2.4853>
© Luís Barreiro Castro
ISSN-L: 1887-0279 | ISSN: 1887-5270
Recibido: 1/11/2021 | Aceptado: 21/12/2021

Editado bajo licencia Creative Commons Attribution 4.0 International License

A influencia electoral do poder local. O caso de Galicia (2000-2020)

La influencia electoral del poder local. El caso de Galicia (2000-2020)

The electoral influence of local power. The Galician case (2000-2020)



LUIS BARREIRO CASTRO¹

Universidad Nacional de Educación a Distancia
Funcionario del Cuerpo Superior de la Administración
Xunta de Galicia
<https://orcid.org/0000-0002-5659-5715>
lbarreiro5@alumno.uned.es

Resumo: Este traballo propón, en primeiro lugar, unha metodoloxía innovadora que permite estimar a prima electoral que obteñen os partidos que desempeñan o goberno dos pequenos municipios en eleccións non municipais. En segundo lugar, ofrece unha explicación desta prima electoral que coloca as redes clientelares no centro deste fenómeno.

Palabras clave: Clientelismo, comportamento electoral, Galicia, poboación dos municipios, poder local.

Resumen: Este traballo propone, en primer lugar, una metodología innovadora que permite estimar la prima electoral que obtienen los partidos que ostentan el goberno de los pequeños municipios en elecciones no municipales. En segundo lugar, ofrece una explicación de esta prima electoral que coloca las redes clientelares en el centro de este fenómeno.

Palabras clave: Clientelismo, comportamiento electoral, Galicia, población de los municipios, poder local.

Abstract: This work proposes, first, an innovative methodology that allows estimating the electoral premium obtained by the parties that hold the government of small municipalities in non-municipal elections. Second, an explanation of this electoral premium is offered, which places clientelist networks at the center of this phenomenon.

Key words: Patronage, electoral behavior, Galicia, population of the municipalities, local power.

SUMARIO: 1 Introducción. 2 Marco teórico. 3 Hipótesis y metodología. 4 Resultados y discusión de estos. 5 Conclusiones. 6 Bibliografía. 7 Anexo.

1 INTRODUCCIÓN

La literatura existente, tanto a nivel nacional como internacional, es abundante en lo referente al estudio del comportamiento electoral. Dentro de este cuerpo de investigación, diversos autores han centrado su interés en las diferencias observadas en función del hábitat. Así, diversos estudios refieren un mayor apoyo, en las entidades de menor población, a los partidos conservadores en el Reino Unido y en los Estados Unidos². En España, por su parte, desde los años 90 el PSOE presentaba una mayor implantación electoral en los municipios de mediano tamaño, mientras que el PP dominaba en las grandes ciudades y pequeños núcleos³. No obstante, esta visión de conjunto oculta grandes diferencias entre los diversos territorios de España. Por ejemplo, en Andalucía, tanto la afluencia a las urnas como el voto socialista se reducen conforme ascendemos en la escala urbana, desde los asentamientos rurales hasta los centros de las áreas metropolitanas⁴. Un volumen mucho menor de trabajos ha incidido en las posibles causas del comportamiento diferencial en función del tipo del hábitat. Un ejemplo de esto, en España, es la obra de TRUJILLO y ORTEGA⁵, que relaciona el voto al PSOE en Andalucía a la inestabilidad y precariedad económica de las localidades, en términos de desempleo y población agraria subsidiaria. También, referido a Andalucía, el estudio de CORZO⁶ relaciona el éxito socialista con el clientelismo. Este mismo fenómeno ha sido estudiado por JABLONSKI⁷ para el caso gallego.

El presente trabajo se encuadra en esta línea de investigación centrada en las causas del diferente comportamiento electoral entre hábitats y, más concretamente, en la influencia del poder local, el cual frecuentemente se ha asociado con la presencia de redes clientelares con especial implantación en el medio rural. En concreto, se pretende cuantificar y justificar la importancia electoral de ostentar los gobiernos municipales en las elecciones generales, autonómicas y europeas, celebradas durante el presente siglo en Galicia, teniendo en cuenta la población de los municipios. Para ello, en el siguiente apartado, se abordará el marco teórico en el que se circunscribe esta investigación, para a continuación detallar las hipótesis de trabajo y la metodología empleada, tras lo cual se mostrarán y discutirán los resultados obtenidos, finalizando el estudio con las principales conclusiones de este.

2 MARCO TEÓRICO

La influencia electoral del poder local en el hábitat rural se ha ligado habitualmente al clientelismo político, el cual en una primera aproximación puede considerarse como una relación de intercambio social, donde una persona utiliza sus influencias y recursos para beneficiar a otra persona a cambio de su apoyo. JABLONSKI⁸, siguiendo a CORZO⁹, distingue varios tipos de clientelismo político, diferenciando entre prácticas clientelares electorales, prácticas clientelares burocráticas y prácticas clientelares de partido. Las primeras son aquellas en las que el elector intercambia su voto por promesas electorales. Las segundas, por su parte, son aquellas en las que el cliente concede su apoyo al intermediario para relacionarse con el poder a cambio de ser tratado positiva y preferencialmente como grupo objetivo en sus actuaciones. Por último, en las prácticas clientelares de partido, el cliente da su apoyo a un líder, facción o corriente a cambio de obtener un beneficio en la distribución de los recursos y servicios públicos cuando esta facción, líder o corriente alcance el poder.

La visión clásica del clientelismo implica una relación de intercambio social jerarquizada, donde una persona de estatus superior (patrón) utiliza sus influencias y recursos para proteger a otra persona de estatus inferior (cliente), que le ofrece a su vez servicios y fidelidad. Por tanto, el núcleo de la relación se basa en el intercambio de bienes entre el patrón y el cliente. Cuando esta red se extiende, aparece la figura de los intermediarios (*brokers*)¹⁰ que median entre los extremos de la relación. Esta conceptualización del clientelismo inspirada, en parte, en las relaciones establecidas entre terratenientes y campesinos pobres, propias del siglo XIX y principios del siglo XX, tiene que hacer frente a la crítica, sustentada en la realidad de las democracias actuales, según la cual las relaciones pueden darse entre ciudadanos libres amparados por un Estado de derecho. CORZO¹¹ apunta a que la vinculación entre las partes en las sociedades democráticas es voluntaria, basada en la libertad de intercambios. Desde esta visión, en la que los intervinientes entran a formar parte de la relación clientelar libremente como medio para obtener provecho, el clientelismo puede visualizarse, alternativamente, como un grupo de personas (clientela) que coopera para alcanzar el poder y disfrutar de los beneficios de este. En consecuencia, la clientela puede conceptualizarse como un subgrupo, de un cuerpo electoral concreto, que favorece a un líder o facción con el fin de disfrutar de bienes públicos otorgados de modo individual. El voto de la clientela no es un voto ideológico, ni está basado en ofertas programáticas, sino en el disfrute individualizado de algún bien otorgado a título personal como recompensa por el apoyo dado. De esta manera, el patrón (cacique, alcalde, etc.) emerge como un medio instrumental que la clientela emplea para la obtención de bienes a los que, de otra manera, en la mayoría de los casos, no tendría acceso privilegiado, como pueden ser cargos públicos, puestos de funcionarios, contratos o licencias.

Llegados a este punto, es de obligada referencia la obra de OLSON *The logic of collective action*¹², en la que argumentó que, a diferencia de la creencia mantenida hasta

ese momento, puede existir un conflicto entre los intereses individuales y los intereses de grupo. Esto es lo que se llama la paradoja del *free rider* (el polizón, el que va por libre, el francotirador o gorrón), en la cual si la acción colectiva prospera el beneficio generado es público, es decir, tanto para los que han soportado la acción como para los que no han participado en ella, mientras que los costes de la acción solo son soportados por los que participan en ella. De esta manera, el autor sostiene la dificultad de la cooperación, siendo esta mayor a medida que el tamaño del grupo aumenta. Así, mientras que para grupos de tamaño pequeño esta cooperación sería viable, en grupos de mayor tamaño solo puede lograrse a través de coerción o de incentivos selectivos. La necesidad de controlar el cumplimiento individual de la acción colectiva, así como la necesidad de aplicar incentivos individualizados implica, en la mayoría de los casos, la aparición de un ente superior que en nuestro caso sería el patrón o cacique. Por tanto, el empleo de incentivos movilizaría a una parte del electorado (clientela) que, movida por su propio interés, colabora para que un líder o facción alcance el poder.

El análisis del clientelismo político tanto desde la visión clásica de una pluralidad de relaciones cliente-patrón como desde la perspectiva de la acción colectiva implica la disponibilidad de recursos que intercambiar. Puesto que estos son limitados, las redes clientelares encuentran su espacio más propicio en ámbitos reducidos, lo que, a su vez, conlleva que la influencia electoral del clientelismo debe menguar a medida que aumenta el tamaño del grupo. El aumento de una clientela implica no solo más recursos para intercambiar, sino que una parte cada vez mayor de estos tiene que invertirse en recompensar a los que vigilan el cumplimiento de los intercambios pactados. MÁIZ¹³ reconoce la importancia de los recursos en el fenómeno clientelar al caracterizarlo como un intercambio de votos por bienes, en el que no se distribuyen beneficios colectivos para un distrito o circunscripción entera, sino incentivos para individuos o grupos singularizados mediante el circuito y la red de intercambio. Por tanto, podemos diferenciar dentro de las ofertas que los partidos realizan a los electores entre las que podríamos llamar programáticas y las clientelares. Las primeras se caracterizan por ser bienes públicos que afectan a todos los ciudadanos, independientemente de su voto, como pueden ser bajadas de impuestos, aumentos en las cuantías de las pensiones, etc. Las ofertas clientelares, por el contrario, no ofrecen beneficios colectivos, sino una serie de beneficios particulares a aquellos que apoyan al partido o líder. Como señala ZAPATA¹⁴, la relación clientelar se da por medio del intercambio de bienes públicos, y una manera de garantizar que las partes perciban y reciban beneficios es explotando al Estado.

3 HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA

El estudio de la influencia del poder local y del clientelismo en los procesos electorales ha estado ligado en la mayoría de los casos a trabajos cualitativos. Pero existe una alternativa a este enfoque, y supone abordarlo desde un punto de vista cuantitativo.

Esta influencia, de existir, debe dejar huella en los resultados electorales. Esta es la línea innovadora que adopta este trabajo, en el que se pretende cuantificar la importancia del poder local en los procesos electorales celebrados en Galicia en el presente siglo. Hasta lo que se ha podido constatar en la bibliografía existente, el enfoque y la metodología desarrollada son novedosos tanto a nivel nacional como internacional. Llegados a este punto, pueden establecerse tres hipótesis que servirán de guía para establecer la importancia electoral de controlar los municipios y, por tanto, del poder local, así como de las causas subyacentes:

- H1. La titularidad del gobierno municipal puede dar lugar a una ventaja en elecciones no municipales.
- H2. Esta ventaja puede atribuirse a factores de liderazgo o a la presencia de redes clientelares.
- H3. El hecho de que la ventaja aumente a medida que se reduce el tamaño del hábitat sugiere que puede atribuirse a lo segundo.

Para contrastar estas hipótesis, se recurre a una metodología en la que, en primer lugar, se dividen los municipios teniendo en cuenta su población y, en segundo lugar, se establecen dos grupos distinguiendo aquellos en los que la alcaldía corresponde a una formación política de los que no. De esta manera, las diferencias de voto entre estos dos grupos pueden atribuirse al hecho de ostentar la alcaldía, minimizando al máximo la influencia del efecto composición, pues se parte de la base de que las diferencias entre municipios gobernados o no por una organización son mínimas en un hábitat dado. Para ello, se analizan los datos de todos los procesos electorales celebrados en Galicia a nivel estatal, autonómico y europeo, en el periodo 2000-2020, agrupando los municipios en cinco categorías: ≤ 2.000 hab., 2.001-10.000 hab., 10.001-50.000 hab., 50.001-100.000 hab., y > 100.000 hab. Los datos para las elecciones generales, municipales y al Parlamento Europeo provienen de la información suministrada por el Gobierno de España a través de la página web del Ministerio del Interior (MIR)¹⁵. Por su parte, los correspondientes a las elecciones autonómicas en Galicia se obtuvieron de la información facilitada para los diferentes procesos electorales por la Xunta de Galicia¹⁶. Los cálculos se realizan a partir del Censo de Residentes (CER), dejando fuera los datos del Censo de Residentes Ausentes (CERA), puesto que los votos correspondientes a este se computan a nivel provincial, no pudiendo asignarlos a ningún municipio.

A efectos de este trabajo, el estudio del hábitat se hará en función del tamaño de la población de los municipios, en línea con lo que ha sido el criterio predominante para clasificar los diferentes tipos de hábitats¹⁷. La razón de que se haya optado por la población de los municipios como elemento diferenciador del tipo de hábitat, dejando a un lado otro tipo de indicadores, como pueden ser la densidad de población, la situación socioeconómica del municipio o su grado de urbanización, se debe al hecho de que, como se ha justificado, la influencia electoral del poder local se relaciona con el tamaño del grupo sobre el que se asienta.

Los datos se presentarán solo para el Partido Popular (PP), el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y el Bloque Nacionalista Galego (BNG), por ser las únicas formaciones políticas que han tenido una presencia estable y significativa, en todo el periodo estudiado, en la política gallega.

4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE ESTOS

En la tabla 1 se muestran las diferencias en el porcentaje de voto obtenido por los partidos políticos, en función de si ostentan o no la alcaldía en los municipios, desglosados de acuerdo con la población de estos. Esta tabla se ha confeccionado a partir de los datos correspondientes a cada proceso electoral, los cuales aparecen reflejados en el anexo de este trabajo.

A la vista de los datos, se constata que el gobierno municipal supone una ventaja electoral en las elecciones celebradas en ámbitos territoriales mayores. Además, este plus electoral, derivado del control del poder local, disminuye sistemáticamente a medida que aumenta la población de los municipios. Este fenómeno puede considerarse estructural, al mantener un patrón similar a lo largo del periodo estudiado, como se comprueba al observar los datos correspondientes a las tres categorías de municipios con menor población. Los datos correspondientes a las categorías que engloban a los municipios más poblados deben examinarse, en el caso gallego, con cautela debido al reducido número de municipios que engloban. La tabla 2 muestra que en Galicia solo existen cuatro municipios cuya población esté comprendida entre los 50.001 y los 100.000 habitantes, y tres con más de 100.000 habitantes. Esto supone, en primer lugar, que solo en algunos casos puede establecerse la diferencia entre el porcentaje de voto obtenido por una formación política dependiendo de si ostenta la alcaldía o no. En segundo lugar, implica que cualquier variación en uno de ellos tenga mayor repercusión en el resultado global del hábitat. Realizada esta consideración, en líneas generales, puede verse que también en los hábitats más poblados disminuye la prima electoral por ostentar la alcaldía. Al haberse establecido esta basándose en la diferencia en el porcentaje de voto obtenido por las formaciones en los municipios en los que desempeñan la alcaldía y en los que no, teniendo en cuenta el hábitat, puede presuponerse que se ha minimizado el efecto composición, ya que no es de esperar que existan grandes diferencias demográficas, sociales, económicas, ideológicas o de otro tipo, en un hábitat dado, entre los municipios en los que una formación gobierna y en los que no. De esta manera, las variaciones observadas pueden atribuirse al hecho de ocupar la alcaldía, lo que, por tanto, nos permite validar la primera hipótesis planteada. Estos datos concuerdan con el trabajo de BARREIRO y GONZÁLEZ¹⁸, que, tras estudiar los procesos electorales celebrados en Andalucía y Galicia, en este siglo, presentan los resultados de un modelo de regresión multinomial que muestra cómo, una vez controlado el efecto de variables como la ideología, la edad o el género, el hábitat sigue teniendo un efecto neto que disminuye a medida que aumenta la población de los municipios.

El hecho de que este plus electoral, derivado del poder local, disminuya a medida que aumenta la población de los municipios estaría en línea con los presupuestos teóricos de partida, debido a la dificultad de extender las redes clientelares a grupos mayores por la necesidad de un volumen de recursos creciente. Como ya se ha mencionado, TRUJILLO y ORTEGA¹⁹, y CORZO²⁰ apuntaban la importancia del clientelismo a la hora de estudiar el comportamiento electoral en Andalucía.

Pese a lo expuesto, podría argumentarse que las diferencias observadas vienen causadas no tanto por la presencia de redes clientelares como por el carisma de los alcaldes que arrastran a una serie de electores a votar, en todo tipo de procesos, a los candidatos de su formación. No obstante, la afirmación sobre la naturaleza clientelar de una parte de este excedente de voto derivado del poder local, además de lo señalado, puede justificarse basándose en una serie de argumentos que a continuación se irán desgranando.

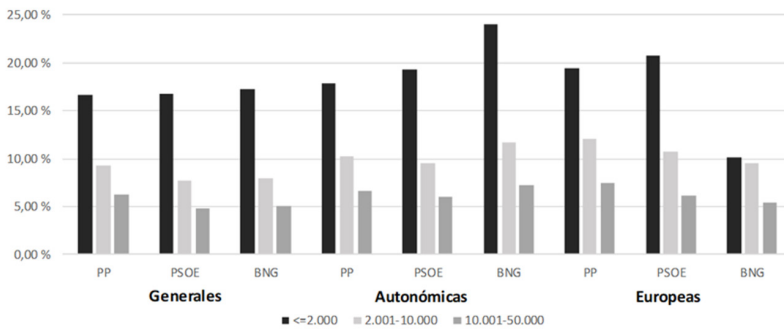
Tabla 1. Diferencias en el porcentaje de voto obtenido por los partidos políticos en función de si ostenta la alcaldía en los procesos electorales celebrados en Galicia (2000-2020).

Pob. municipio	2000	2004	2008	2011	2015	2016	2019A	2019N		
<=2.000	23,14 %	17,24 %	16,06 %	17,05 %	15,49 %	14,58 %	14,06 %	15,35 %	PP	Elecciones generales
2.001-10.000	12,08 %	12,41 %	9,55 %	8,32 %	8,08 %	7,63 %	8,91 %	7,46 %		
10.001-50.000	7,99 %	8,37 %	10,33 %	3,94 %	4,10 %	4,02 %	4,07 %	6,98 %		
50.001-100.000		0,49 %		0,09 %						
>100.000	-0,61 %	3,69 %		1,03 %	6,39 %	7,26 %	5,61 %			
<=2.000	24,34 %	19,97 %	17,94 %	18,26 %	15,13 %	13,27 %	13,30 %	12,04 %	PSOE	
2.001-10.000	11,20 %	12,51 %	8,29 %	8,44 %	6,03 %	5,01 %	5,40 %	5,11 %		
10.001-50.000	8,27 %	7,01 %	6,39 %	5,41 %	2,83 %	2,47 %	2,91 %	3,25 %		
50.001-100.000	-0,68 %	-0,29 %	-1,33 %	3,92 %	3,22 %	2,42 %	3,10 %	-0,93 %		
>100.000	6,34 %	5,01 %		2,22 %	1,33 %	1,08 %	2,42 %	-3,08 %		
<=2.000	30,24 %	33,44 %	22,13 %	18,13 %	9,97 %	5,99 %	9,08 %	8,68 %	BNG	
2.001-10.000	16,06 %	10,21 %	9,38 %	8,42 %	5,98 %	3,49 %	4,66 %	5,87 %		
10.001-50.000	13,73 %	5,71 %	4,36 %	5,12 %	3,39 %	2,17 %	2,64 %	3,32 %		
50.001-100.000	2,91 %	1,81 %	-0,21 %	5,38 %	2,50 %	2,29 %	0,65 %	-0,60 %		
>100.000	2,89 %									
Pob. municipio	2001	2005	2009	2012	2016	2020				
<=2.000	21,07 %	18,95 %	18,26 %	17,17 %	15,91 %	16,03 %	PP	Elecciones autonómicas		
2.001-10.000	12,66 %	13,09 %	11,47 %	7,99 %	8,74 %	7,53 %				
10.001-50.000	7,84 %	7,90 %	10,19 %	1,94 %	4,00 %	8,04 %				
50.001-100.000		0,35 %		0,82 %						
>100.000	3,94 %	3,00 %		4,38 %	4,41 %					
<=2.000	22,93 %	24,30 %	21,36 %	18,00 %	15,97 %	13,54 %	PSOE			
2.001-10.000	12,17 %	12,44 %	9,95 %	9,98 %	6,92 %	6,10 %				
10.001-50.000	8,35 %	7,29 %	7,27 %	5,85 %	3,09 %	4,12 %				
50.001-100.000	-1,59 %	-0,54 %	0,24 %	4,15 %	1,55 %	-2,35 %				
>100.000	6,31 %	1,94 %		4,98 %	4,83 %	4,53 %				
<=2.000	32,26 %	40,26 %	28,66 %	12,81 %	12,91 %	17,28 %	BNG			
2.001-10.000	15,55 %	14,73 %	11,84 %	10,43 %	8,06 %	9,79 %				
10.001-50.000	9,81 %	7,20 %	6,03 %	7,12 %	6,42 %	6,97 %				
50.001-100.000	3,22 %	1,49 %	2,08 %	10,54 %	7,13 %	2,48 %				
>100.000	0,79 %									
Pob. municipio	2004	2009	2014	2019						
<=2.000	20,38 %	18,54 %	18,85 %	19,94 %	PP	Elecciones europeas				
2.001-10.000	14,63 %	10,62 %	10,62 %	12,42 %						
10.001-50.000	8,74 %	11,20 %	3,60 %	6,30 %						
50.001-100.000	0,18 %		-0,95 %							
>100.000	1,82 %		-0,41 %	4,11 %						
<=2.000	22,96 %	19,88 %	21,32 %	18,64 %	PSOE					
2.001-10.000	13,63 %	8,69 %	11,04 %	9,71 %						
10.001-50.000	7,09 %	6,66 %	5,08 %	5,65 %						
50.001-100.000	-3,50 %	-2,22 %	3,43 %	1,68 %						
>100.000	1,90 %		0,99 %	7,51 %						
<=2.000	37,99 %	22,46 %	10,10 %	18,77 %	BNG					
2.001-10.000	12,89 %	8,36 %	9,59 %	11,50 %						
10.001-50.000	6,08 %	3,56 %	5,45 %	8,69 %						
50.001-100.000	1,55 %	1,60 %	4,78 %	1,68 %						
>100.000		-7,93 %								

Fuente: elaboración propia a partir de datos MIR y Xunta.

Los datos de la tabla 1 muestran la tendencia a disminuir la importancia del exceso de voto fruto del poder local a lo largo del periodo estudiado. Puesto que el clientelismo se ha caracterizado como un intercambio de votos por favores, es coherente que la crisis económica que supuso, entre otras cuestiones, políticas de ajuste en las administraciones públicas limitara el volumen de recursos disponibles para alimentar el voto clientelar derivado del control de los gobiernos municipales. En este caso el plus electoral, que los partidos obtienen basándose en el poder local que poseen, encuentra una difícil justificación si lo atribuimos únicamente al carisma de los alcaldes, ya que este no debería verse afectado por la crisis económica. Es más, sería de esperar que en tiempos difíciles cobrara mayor relevancia, al contribuir a amortiguar la incertidumbre de los electores.

Gráfico 1. Promedio de las diferencias en el porcentaje de voto obtenido por los partidos políticos en función de si ostenta la alcaldía para cada tipo de proceso electoral (Galicia 2000-2020).



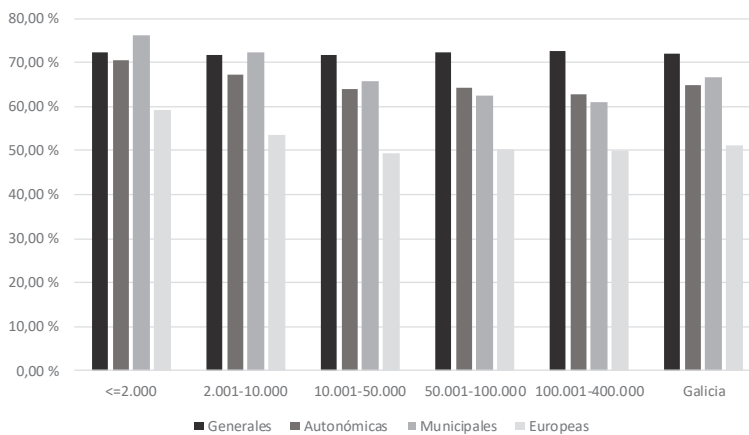
Fuente: elaboración propia a partir datos MIR y Xunta de Galicia.

Por otra parte, el gráfico 1, en el que se muestra el promedio de las diferencias obtenidas en porcentaje de voto por las formaciones políticas, en función de si desempeñan o no la alcaldía en el municipio, permite cuantificar la importancia electoral del poder local. Este gráfico solo se ha confeccionado para las tres categorías de municipios menos poblados, debido a que el reducido número de municipios que engloban las otras dos categorías imposibilita, en buena parte de los casos, poder establecer para las formaciones políticas un grupo de municipios en los que gobierna y otro en los que no, porque o bien gobierna en todos o en ninguno. Centrándonos en el caso del PP y del PSOE, ya que el del BNG se mencionará aparte, la prima de voto por ocupar la alcaldía en los municipios menos poblados se cifra entre 16 y 20 puntos porcentuales, disminuyendo paulatinamente en las dos categorías siguientes. En concreto, se produce una disminución del orden de entre 7 y 10 puntos entre los municipios de menos de 2.000 habitantes y los de la siguiente categoría (2.001-10.000 hab.). Esta disminución tan sensible de la prima electoral, derivada del control de los ayuntamientos, encaja

perfectamente en la hipótesis que atribuye la influencia del poder local en los procesos electorales al clientelismo, ya que al aumentar la población lo hace el volumen de recursos necesarios para que la eficacia de la red clientelar sea la misma. En este punto, también sería difícil justificar la prima electoral derivada del poder local solo basándose en el carisma de los alcaldes. Las diferencias entre los dos grupos de municipios menos poblados, en cuanto a población, no son obstáculo para que los alcaldes sigan teniendo una cercanía con los electores, por lo que no debería producirse una reducción de casi el 50% en la prima electoral derivada de los gobiernos municipales.

Mención aparte merecen los resultados electorales de las elecciones europeas, que, si bien siguen el patrón antes descrito, reflejan dos peculiaridades. En primer lugar, la prima en estas elecciones por ostentar la alcaldía, en el caso del PP y del PSOE, es mayor que en el resto de los procesos electorales. En segundo lugar, parece que la tendencia a la baja observada en esta prima, a lo largo del periodo estudiado, es menos acusada (tabla 1). Para entender estos resultados, es necesario recurrir a los datos de participación.

Gráfico 2. Participación electoral Galicia (hábitat/tipo de elección).



Fuente: elaboración propia a partir datos MIR y Xunta de Galicia.

Como se observa en el gráfico 2, la participación en las elecciones europeas es menor que en el resto de comicios, lo que fomenta que el voto clientelar adquiera mayor importancia. Este fenómeno puede atribuirse a que el cliente electoral no actúa en función de la importancia del proceso electoral, ni premia o castiga la labor de una formación en el gobierno o en la oposición, sino el favor recibido o prometido a título personal. El cliente, por tanto, se moviliza con independencia de consideraciones que afectan a otro tipo de electores.

El caso del BNG presenta una peculiaridad, que explica las amplias fluctuaciones de la prima que obtiene esta formación política por ostentar la alcaldía en los municipios

menos poblados. Existe una diferencia significativa en el número de alcaldías que el BNG gobierna, en el hábitat rural, en relación con el PP y PSOE. Como se comprueba en la tabla 4, el número de alcaldes del PP en los municipios de menos de 2.000 habitantes está muy cercano a los 70; por su parte, el PSOE ha pasado de 19 alcaldías en 2004 a 30 en 2019, mientras que el BNG gobierna en apenas unos 7 municipios. Este hecho tiene como consecuencia que pequeñas variaciones en el voto en algún municipio tengan una mayor repercusión sobre el porcentaje total en el hábitat correspondiente.

Una vez establecida la prima electoral de la que disfrutaban las formaciones políticas derivada de desempeñar el poder local, sobre todo en los municipios menos poblados, es necesario abordar la incidencia de esta en los resultados de los procesos electorales celebrados en Galicia. Al observar la tabla 2, se comprueba que el Partido Popular ha gobernado en gran parte de los municipios de hasta 2.000 habitantes y en los que tienen una población de entre 2.001 y 10.000 habitantes. Debido a que en estos municipios la prima por tener la alcaldía es superior, el hecho de gobernar en la amplia mayoría de ellos supone una ventaja electoral para el PP, constituyendo la base del predominio de esta formación en la comunidad.

Tabla 2. Número de alcaldías por formación política en función del tamaño de la población.

Pob. municipio	2004				2019			
	N.º municipios	Alcaldías			N.º municipios	Alcaldías		
		PP	PSOE	BNG		PP	PSOE	BNG
<=2.000	102	70	19	6	114	72	30	7
2.001-10.000	155	109	28	11	143	79	41	9
10.001-50.000	50	32	8	6	49	14	19	8
50.001-100.000	4	2	1	1	4	0	1	1
>100.000	3	1	2	0	3	1	1	0

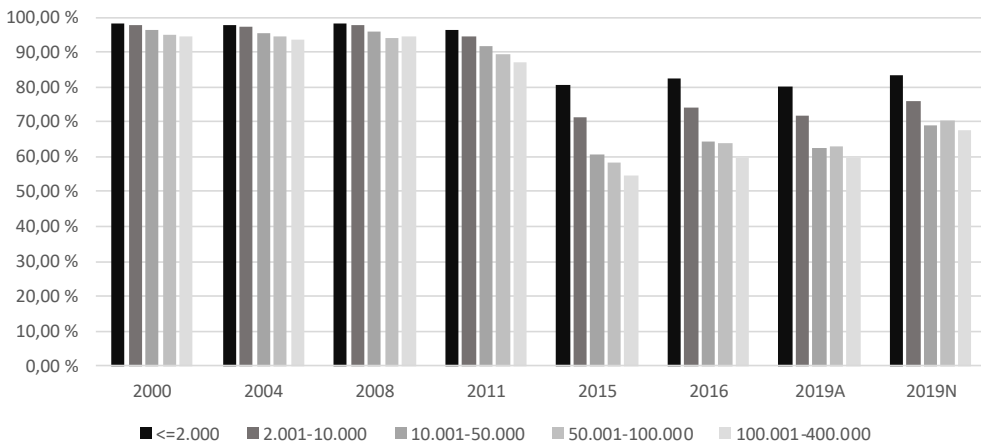
Fuente: elaboración propia.

Estos datos hacen aflorar una importante reflexión si nos situamos en la visión de las redes clientelares desde el punto de vista de unos electores libres que cooperan para satisfacer sus necesidades. El clientelismo podría concebirse como la adaptación necesaria que los partidos políticos deben realizar para adecuarse a las características de los municipios menos poblados. En este tipo de entorno, siguiendo la terminología de MÁIZ²¹, las ofertas clientelares serían mucho más efectivas que las programáticas. La asunción de este presupuesto supone configurar dos arenas de competición política, con diferentes reglas, que los partidos deben afrontar de forma distinta. En el medio rural, el éxito electoral dependería, en buena medida, de una oferta individualizada

de carácter clientelar, mientras que en el medio urbano tendrían una mayor preponderancia las ofertas programáticas. Esto supone un giro en el análisis del clientelismo en el medio rural, el cual podría configurarse como la adaptación de los partidos a unos electores que, conscientes de la importancia de su voto para los líderes locales, actúan de una manera más racional que sus homólogos de las ciudades. Una parte de los electores rurales actuaría en favor de aquel candidato que les reportara unos mayores beneficios a título individual. De esta manera, el clientelismo no dejaría de ser la consecuencia de una demanda de los electores que, conscientes de su influencia en espacios reducidos, fuerza a las formaciones políticas a cambiar su forma de actuar con el objetivo de obtener unos mejores resultados electorales.

Lo anterior permite apuntar al poder local de los viejos partidos, en los municipios menos poblados, como una de las causas, aunque no la única, de que las formaciones políticas de nuevo cuño, surgidas en la segunda década de este siglo, hayan tenido unos resultados electorales muy modestos en estos ámbitos. Estas formaciones se verían en la imposibilidad de realizar ofertas clientelares personalizadas en los municipios menos poblados, al carecer tanto de representantes como de recursos para incidir individualmente en la voluntad de los electores.

Gráfico 3. Porcentaje de voto obtenido por la suma de PP, PSOE y BNG en las elecciones generales (2000-2020) en función de la población de los municipios.



Fuente: elaboración propia a partir datos MIR.

El gráfico 3 muestra la suma del porcentaje de voto obtenido por PP, PSOE y BNG en las elecciones generales celebradas en España en las dos primeras décadas del siglo XXI. Los datos nos permiten establecer dos periodos. El primero, que abarca hasta las elecciones generales del año 2011, donde el porcentaje de voto de estas tres formaciones es ampliamente superior al 90%, en todos los hábitats, con la excepción de los municipios más poblados en el año 2011, en el que este porcentaje se sitúa ligeramente

por debajo de este valor. Puede observarse que, hasta esa fecha, la diferencia en el porcentaje de voto de estas formaciones entre los hábitats menos poblados y los más poblados apenas llega a los 5 puntos porcentuales. En las elecciones de 2011 esta diferencia aumenta, situándose cercana a los 10 puntos. El segundo periodo comprende los comicios celebrados a partir del año 2015, en el que la entrada con fuerza en la política española de los que se ha denominado nuevos partidos políticos ha supuesto una quiebra del bipartidismo existente²². En este nuevo contexto se comprueba que, si bien la caída del voto a las formaciones clásicas es acusada en las grandes ciudades, donde las tres formaciones estudiadas apenas logran un 55% de los votos en el año 2015, en los municipios menos poblados esta caída es mucho más limitada, situándose en cifras superiores al 80% a partir de 2015. De esta manera, el poder local de los partidos tradicionales en los hábitats menos poblados ha supuesto un obstáculo para las nuevas formaciones políticas, puesto que, como hemos visto, el voto clientelar es fiel y se basa en el intercambio de favores y no en la dinámica electoral de los partidos políticos. El gráfico 3 muestra, igualmente, cómo la disminución del apoyo electoral de las formaciones clásicas que se produjo a partir del año 2015 se produce de manera gradual a medida que aumenta la población de los municipios, lo que no deja de ser un indicio más de la existencia de redes clientelares, porque, como se ha argumentado, estas pierden importancia electoral al aumentar el tamaño de la circunscripción.

5 CONCLUSIONES

En el presente trabajo, en primer lugar, se ha confirmado que el hecho de ostentar las alcaldías supone una ventaja electoral en las elecciones generales, autonómicas y europeas que disminuye a medida que aumenta la población de los municipios. Para ello se han analizado los resultados electorales del PP, PSOE y BNG, empleando una metodología que minimiza al máximo el efecto composición. Este exceso de voto, ligado al poder local, al contrario de lo que podría pensarse, no es patrimonio de ninguna formación política, puesto que se comprueba que tanto el PP como el PSOE y el BNG se benefician de él, lo que no significa que lo hagan de la misma manera. Por ejemplo, en el caso gallego, el hecho de que el Partido Popular gobierne en la mayoría de los municipios menos poblados le permite obtener un mayor rendimiento del mismo. En segundo lugar, se ha justificado la afirmación de que una parte de este plus electoral, derivado del poder local, puede vincularse con la presencia de redes clientelares, especialmente en los municipios menos poblados. Puesto que estos se asientan mayoritariamente en el medio rural, la tan manida división entre lo rural y lo urbano, en lo político, supondría la confrontación entre el cliente y el elector. En los pequeños municipios, el elector tiene la posibilidad de convertirse en cliente, y el alcalde pasa a ser una especie de empresario dedicado a satisfacer las necesidades individualizadas de sus vecinos. Porque en un municipio pequeño cada voto cuenta, cada individuo, cada familia tiene importancia electoral, de manera que el alcalde, si quiere mantener

el poder, debe ser capaz de atender a una serie de demandas personalizadas de sus electores, que intercambian los beneficios recibidos por su lealtad en todo tipo de procesos electorales. Esto supone un giro en el análisis del clientelismo en el medio rural, el cual podría configurarse como la adaptación de los partidos a unos electores que, conscientes de la importancia de su voto para los líderes locales debido a la reducida población de los municipios, tienen la posibilidad de actuar de una manera más racional que sus homólogos de las ciudades.

En tercer lugar, estas redes clientelares, ligadas al poder local, emergen como uno de los factores explicativos de los discretos resultados electorales de las nuevas formaciones políticas en los municipios de menor población.

Por último, aunque el trabajo se circunscribe a los procesos electorales celebrados en Galicia en el periodo 2000-2020, abre la puerta al estudio de este fenómeno en otros espacios geográficos.

6 BIBLIOGRAFÍA

- Barreiro, L. y González J.J. 2021. «El tamaño importa. Estudio comparado del efecto del hábitat sobre el voto», ponencia presentada en *Curso de Verano Retos demográficos y políticas públicas para la España despoblada*. A Coruña (16-18 de septiembre): Universidad Internacional Menéndez Pelayo.
- Corzo, S. 2002a. *El clientelismo político. El Plan de Empleo Rural Andalucía: un estudio de caso*. Granada: Universidad de Granada.
- Corzo, S. 2002b. «El clientelismo político como intercambio», en *Institut de Ciències Politiques i Socials*, 206.
- Curtice, J. y Steed, M. 1982. «Electoral Choice and the Production of Government: the Changing Operation of the Electoral System in the United Kingdom since 1955», en *British Journal of Political Science*, 12: 249-298. <https://doi.org/10.1017/S0007123400002970>.
- Curtice, J. y Steed, M. 1986. «Proportionality and exaggeration in the British electoral system», en *Electoral Studies*, 5(3): 209-228. [https://doi.org/10.1016/0261-3794\(86\)90012-0](https://doi.org/10.1016/0261-3794(86)90012-0).
- Delgado, I. 1999. «Resultados electorales y orientación del voto en los comicios municipales de 1995», en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 86: 247-273. <https://doi.org/10.2307/40184152>.
- Delgado, I. 2010. «Elecciones municipales en España. Dimensiones analíticas y aspectos distintivos de ocho procesos electorales (1979-2007)», en *Política y Sociedad*, 47(3): 13-36.
- González, J.J. 2004. «Las bases sociales de la política española», en *Revista de Estudios Sociológicos*, 4: 119-142.

- González, J.J. 2009. «Voto estructural, racional y mediatizado en las elecciones generales españolas de 1996, 2000 y 2004», en *Revista Internacional de Sociología*, 67(2): 285-307. <https://doi.org/10.3989/ris.2007.01.01>.
- González, J.J. 2020. «Bases sociales de la vieja y de la nueva política», en *Cambio social en la España del siglo XXI*. Madrid: Alianza Editorial.
- Jablonski, P. 2005. «Clientelismo en democracia. Una propuesta para el análisis de las relaciones clientelares a nivel local», en *Revista de recerca i investigació en antropologia*, 2. <https://doi.org/10.5565/rev/periferia.143>
- Justel, M. 1990. «Panorámica de la abstención electoral en España», en *Revista de Estudios Políticos*, 62: 343-396.
- Justel, M. 1995. *La abstención electoral en España, 1977-1993*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Leguina, J. 1986. «La evolución del voto: 1982-1986: España y Madrid», en *Sistema: revista de ciencias sociales*, 75: 113-126.
- Máiz, R. 2003. «Jama, caleta y camello: la corrupción como mecanismo de autorrefuerzo del clientelismo político», en *Revista Mexicana de Sociología*, 65(1): 3-39.
- Olson, M. 1992. *La Lógica de la Acción de Colectiva*. México: Limusa, Grupo Noriega Editores.
- Sáez, J.L. 2002. «La decisión del elector: partidismo, racionalidad-economía y estructura social», en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 98: 139-169. <https://doi.org/10.2307/40184442>.
- Trujillo, J.M. y Ortega, C. 2015. «Tipo de hábitat y comportamiento electoral: Un estudio ecológico del voto socialista en el medio rural-urbano andaluz, 1999-2012», en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 152: 143-166.
- Valenzuela, A. 1977. *Political brokers in Chile: Local government in a centralized polity*. Durham, NC: Duke University Press.
- Zapata, E. 2016. «Clientelismo político. Un concepto difuso pero útil para el análisis de la política local», en *Estudios Políticos*, 49: 167-185.

NOTAS

- 1 Este trabajo se ha realizado bajo la dirección del catedrático J.J. González, al que agradezco su inestimable ayuda.
- 2 Curtice y Steed, 1982; Curtice y Steed, 1986.
- 3 González, 2004; González, 2009; Sáez, 2002.
- 4 Trujillo y Ortega, 2015.
- 5 Trujillo y Ortega, 2015.
- 6 Corzo, 2002a.
- 7 Jablonski, 2005.
- 8 Jablonski, 2005.
- 9 Corzo, 2002b.
- 10 Valenzuela, 1997.
- 11 Corzo, 2002b.
- 12 Olson, 1965
- 13 Máiz, 2003.
- 14 Zapata, 2016.
- 15 Disponible en: <http://www.infoelectoral.mires> (01-02-2021).
- 16 Disponible en: <https://eleccionesgalicia2020.gal> (01-02-2021).
- 17 Delgado, 1999; Delgado, 2010; Justel, 1990; Justel, 1995; Leguina, 1986.
- 18 Barreiro y González, 2021.
- 19 Trujillo y Ortega, 2015.
- 20 Corzo, 2002a.
- 21 Máiz, 2003.
- 22 González, 2020.

7 ANEXO

Tabla 3. Resultados en las elecciones generales (2000-2020) en función del tamaño de los municipios y de si la fuerza política ostenta la alcaldía.

Pob. municipio	TOTAL			VOTOS PP (Alcaldía?)		VOTOS PSOE (Alcaldía?)		VOTOS BNG (Alcaldía?)		AÑO
	PP	PSOE	BNG	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<=2.000	61,79%	22,60%	13,75%	67,29%	44,15%	42,74%	18,41%	42,55%	12,31%	2000
2.001-10.000	59,30%	21,81%	16,59%	62,85%	50,77%	30,57%	19,37%	32,13%	16,08%	
10.001-50.000	53,56%	22,84%	20,13%	57,23%	49,25%	28,77%	20,51%	33,21%	19,48%	
50.001-100.000	49,91%	24,20%	20,94%		49,91%	23,89%	24,57%	22,53%	19,61%	
>100.000	47,15%	26,26%	21,29%	46,64%	47,25%	30,16%	23,82%	22,91%	20,02%	
<=2.000	58,36%	29,63%	9,94%	62,74%	45,50%	46,46%	26,49%	42,57%	9,13%	2004
2.001-10.000	53,30%	33,18%	10,85%	56,94%	44,52%	43,21%	30,70%	20,65%	10,44%	
10.001-50.000	45,56%	36,90%	13,24%	50,51%	42,14%	41,61%	34,60%	17,94%	12,22%	
50.001-100.000	42,68%	40,28%	11,49%	43,06%	42,57%	40,15%	40,43%	12,88%	11,07%	
>100.000	39,20%	43,25%	11,43%	40,62%	36,93%	46,34%	41,33%		11,43%	
<=2.000	50,65%	35,85%	11,84%	57,64%	41,58%	48,79%	30,85%	31,76%	9,63%	2008
2.001-10.000	48,77%	36,29%	12,56%	53,21%	43,66%	41,96%	33,67%	21,08%	11,70%	
10.001-50.000	44,28%	38,68%	13,19%	52,21%	41,88%	42,37%	35,98%	16,48%	12,12%	
50.001-100.000	42,57%	41,08%	10,67%		42,57%	40,76%	42,09%	10,51%	10,72%	
>100.000	39,15%	44,52%	10,77%		39,15%	44,52%			10,77%	
<=2.000	61,13%	25,92%	9,30%	66,36%	49,31%	40,19%	21,93%	26,24%	8,11%	2011
2.001-10.000	58,66%	24,91%	11,26%	61,30%	52,98%	31,86%	23,42%	18,81%	10,39%	
10.001-50.000	52,87%	26,33%	12,44%	54,26%	50,32%	31,05%	25,64%	16,87%	11,75%	
50.001-100.000	48,56%	29,39%	11,31%	48,61%	48,52%	32,20%	28,28%	15,41%	10,04%	
>100.000	44,88%	32,63%	9,88%	45,52%	44,49%	33,47%	31,25%		9,88%	
<=2.000	51,21%	25,58%	4,00%	57,03%	41,54%	36,90%	21,77%	13,17%	3,20%	2015
2.001-10.000	43,96%	22,72%	4,85%	48,00%	39,92%	26,87%	20,84%	10,42%	4,44%	
10.001-50.000	35,63%	20,27%	4,95%	38,67%	34,57%	22,07%	19,24%	7,78%	4,40%	
50.001-100.000	34,08%	19,87%	4,59%		34,08%	22,20%	18,98%	6,48%	3,98%	
>100.000	30,55%	21,29%	2,81%	35,90%	29,51%	22,02%	20,69%		2,81%	
<=2.000	56,09%	24,02%	2,45%	61,48%	46,90%	33,95%	20,68%	7,98%	1,99%	2016
2.001-10.000	48,29%	22,50%	3,14%	52,01%	44,39%	26,04%	21,03%	6,36%	2,87%	
10.001-50.000	39,93%	21,06%	3,20%	42,83%	38,82%	22,65%	20,18%	5,04%	2,87%	
50.001-100.000	38,61%	21,91%	3,44%		38,61%	23,67%	21,25%	5,17%	2,88%	
>100.000	34,56%	23,40%	2,02%	40,65%	33,40%	23,99%	22,91%		2,02%	
<=2.000	43,73%	32,06%	4,40%	48,82%	34,76%	41,93%	28,62%	12,89%	3,82%	2019A
2.001-10.000	34,70%	30,89%	6,38%	39,20%	30,30%	34,65%	29,25%	10,70%	6,04%	
10.001-50.000	25,56%	30,93%	6,20%	28,37%	24,30%	32,86%	29,95%	8,47%	5,84%	
50.001-100.000	24,52%	32,05%	6,32%		24,52%	34,29%	31,19%	6,81%	6,16%	
>100.000	20,28%	35,10%	4,46%	24,99%	19,37%	36,41%	33,99%		4,46%	
<=2.000	46,47%	31,19%	5,85%	52,78%	37,43%	39,66%	27,62%	13,85%	5,17%	2019N
2.001-10.000	37,75%	29,69%	8,64%	42,02%	34,56%	32,90%	27,78%	14,04%	8,16%	
10.001-50.000	30,40%	29,97%	8,53%	35,82%	28,84%	31,82%	28,56%	11,34%	8,03%	
50.001-100.000	30,45%	30,84%	9,34%		30,45%	30,62%	31,54%	8,88%	9,48%	
>100.000	25,77%	34,88%	6,93%		25,77%	34,40%	37,48%		6,93%	

Fuente: elaboración propia a partir datos MIR.

Tabla 4. Resultados en las elecciones autonómicas (2000-2020) en función del tamaño de los municipios y de si la fuerza política ostenta la alcaldía.

Pob. municipio	TOTAL			VOTOS PP (Alcaldía?)		VOTOS PSOE (Alcaldía?)		VOTOS BNG (Alcaldía?)		AÑO
	PP	PSOE	BNG	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<=2.000	61,52%	19,25%	16,80%	66,22%	45,15%	37,99%	15,06%	48,23%	15,98%	2001
2.001-10.000	56,84%	19,87%	20,80%	60,35%	47,69%	29,74%	17,57%	35,82%	20,28%	
10.001-50.000	50,13%	21,11%	24,99%	53,74%	45,91%	27,09%	18,74%	34,33%	24,52%	
50.001-100.000	47,39%	24,20%	23,26%		47,39%	23,49%	25,08%	25,04%	21,82%	
>100.000	42,90%	25,12%	26,22%	46,12%	42,19%	28,99%	22,68%	26,67%	25,88%	
<=2.000	55,55%	28,74%	14,38%	60,20%	41,26%	49,37%	25,07%	53,68%	13,42%	2005
2.001-10.000	51,06%	29,67%	17,35%	54,99%	41,89%	39,39%	26,95%	31,52%	16,78%	
10.001-50.000	43,41%	31,47%	22,07%	47,73%	39,83%	36,62%	29,33%	28,06%	20,86%	
50.001-100.000	42,37%	34,87%	18,73%	42,65%	42,30%	34,63%	35,17%	19,87%	18,39%	
>100.000	37,44%	37,68%	21,03%	38,59%	35,59%	38,87%	36,93%		21,03%	
<=2.000	51,47%	29,66%	16,43%	59,49%	41,23%	44,53%	23,17%	42,72%	14,05%	2009
2.001-10.000	50,90%	28,48%	16,74%	56,02%	44,55%	35,36%	25,41%	27,48%	15,64%	
10.001-50.000	46,78%	28,66%	17,61%	54,41%	44,22%	32,96%	25,69%	22,17%	16,14%	
50.001-100.000	44,55%	31,15%	15,07%		44,55%	31,20%	30,96%	16,66%	14,58%	
>100.000	42,90%	33,13%	15,72%		42,90%	33,13%			15,72%	
<=2.000	56,35%	23,82%	8,20%	62,06%	44,89%	37,59%	19,59%	20,32%	7,51%	2012
2.001-10.000	53,00%	20,38%	10,35%	55,35%	47,36%	28,55%	18,57%	19,95%	9,52%	
10.001-50.000	45,46%	19,09%	11,31%	46,15%	44,21%	24,21%	18,35%	17,57%	10,45%	
50.001-100.000	42,19%	19,37%	10,59%	42,61%	41,78%	22,39%	18,23%	18,65%	8,11%	
>100.000	36,94%	22,61%	8,52%	39,67%	35,29%	24,48%	19,50%		8,52%	
<=2.000	59,87%	19,70%	6,29%	65,79%	49,87%	31,63%	15,66%	18,20%	5,29%	2016
2.001-10.000	54,35%	17,38%	8,81%	58,64%	49,90%	22,29%	15,37%	16,24%	8,18%	
10.001-50.000	46,63%	16,70%	9,42%	49,51%	45,52%	18,69%	15,60%	14,86%	8,44%	
50.001-100.000	44,98%	17,35%	9,49%		44,98%	18,48%	16,93%	14,93%	7,79%	
>100.000	39,32%	19,94%	6,25%	42,99%	38,58%	22,58%	17,75%		6,25%	
<=2.000	59,64%	19,20%	16,01%	65,95%	49,91%	28,82%	15,28%	32,10%	14,82%	2020
2.001-10.000	54,23%	17,22%	22,26%	58,57%	51,04%	21,04%	14,94%	31,31%	21,53%	
10.001-50.000	46,92%	18,04%	25,74%	53,16%	45,12%	20,38%	16,26%	31,62%	24,66%	
50.001-100.000	47,08%	17,40%	25,59%		47,08%	16,84%	19,19%	27,47%	25,00%	
>100.000	39,89%	24,94%	23,83%		39,89%	25,67%	21,14%		23,83%	

Fuente: elaboración propia a partir de datos Xunta de Galicia.

Tabla 5. Resultados en las elecciones europeas (2000-2020) en función del tamaño de los municipios y de si la fuerza política ostenta la alcaldía.

Pob. municipio	TOTAL			VOTOS PP (Alcaldía?)		VOTOS PSOE (Alcaldía?)		VOTOS BNG (Alcaldía?)		AÑO
	PP	PSOE	BNG	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<=2.000	59,42%	29,45%	9,25%	64,42%	44,04%	48,84%	25,88%	46,41%	8,42%	2004
2.001-10.000	54,13%	31,85%	11,52%	58,13%	43,50%	42,73%	29,10%	23,92%	11,03%	
10.001-50.000	46,67%	35,21%	14,48%	51,68%	42,93%	40,03%	32,93%	19,52%	13,44%	
50.001-100.000	44,72%	36,99%	13,54%	44,86%	44,68%	35,39%	38,89%	14,74%	13,19%	
>100.000	41,54%	40,60%	12,83%	42,25%	40,43%	41,76%	39,87%		12,83%	
<=2.000	57,93%	30,83%	8,61%	65,77%	47,23%	44,68%	24,80%	29,22%	6,77%	2009
2.001-10.000	55,66%	30,94%	9,88%	60,37%	49,75%	36,91%	28,22%	17,49%	9,14%	
10.001-50.000	50,74%	33,48%	10,36%	59,20%	48,00%	37,37%	30,71%	13,04%	9,48%	
50.001-100.000	47,01%	35,98%	9,01%		47,01%	35,45%	37,67%	10,23%	8,63%	
>100.000	44,18%	39,75%	7,93%		44,18%	39,75%			7,93%	
<=2.000	51,59%	24,52%	5,84%	57,51%	38,66%	41,83%	20,51%	15,25%	5,15%	2014
2.001-10.000	43,83%	22,33%	8,34%	46,98%	36,36%	31,42%	20,38%	17,22%	7,63%	
10.001-50.000	33,25%	20,51%	9,11%	34,50%	30,90%	24,94%	19,86%	13,97%	8,52%	
50.001-100.000	29,85%	20,87%	8,03%	29,36%	30,31%	23,37%	19,94%	11,65%	6,87%	
>100.000	27,15%	22,50%	6,21%	26,90%	27,31%	22,88%	21,90%		6,21%	
<=2.000	43,49%	33,41%	9,24%	50,76%	30,82%	47,04%	28,40%	26,90%	8,13%	2019
2.001-10.000	36,34%	32,62%	13,36%	42,32%	29,91%	39,43%	29,72%	24,09%	12,59%	
10.001-50.000	28,21%	34,04%	13,03%	32,70%	26,40%	37,71%	32,06%	20,39%	11,70%	
50.001-100.000	27,88%	34,05%	11,81%		27,88%	35,27%	33,59%	13,10%	11,42%	
>100.000	21,54%	40,57%	9,03%	24,96%	20,86%	44,68%	37,17%		9,03%	

Fuente: elaboración propia a partir de datos MIR.