COMPORTAMIENTO ELECTORAL EN EL PERÚ

Ciencia Latina Internacional
CID editorial
REDALAC
INDEXA
AGENCIA ISBN
Crossref

Julio 2023 – CID - Centro de Investigación y Desarrollo

Copyright © CID - Centro de Investigación y Desarrollo

Copyright del texto © 2023 de Autores

biblioteca.ciencialatina.org

editorial@ciencialatina.org

Atención por WhatsApp al +52 22 2690 3834

Datos Técnicos de Publicación Internacional
Título: Comportamiento Electoral en el Perú **Autor:** Lorena Lucila Olivares Espinoza, Renato de Jesús Granados Rodríguez, Daniel Edgar Alvarado León, Susana Angela Venegas Larrea, Luis Antonio Granados Rodríguez **Editor:** CID - Centro de Investigación y Desarrollo **Diseño de tapa:** CID - Centro de Investigación y Desarrollo **Corrección de Estilo:** CID - Centro de Investigación y Desarrollo **Formato:** PDF **Páginas**: 89 pág. **Tamaño:** A4 **Requisitos de sistema:** Adobe Acrobat Reader **Modo de acceso:** World Wide Web **ISBN:** 978-99989-64-40-2 **DOI:**_ _https://doi.org/10.37811/cli_w923

1ª. Edición. Año 2023. Editorial CID - Centro de Investigación y Desarrollo.

El contenido del libro y sus datos en su forma, corrección y fiabilidad son responsabilidad exclusiva de los autores. Permite la descarga de la obra y compartir siempre que los créditos se atribuyan a los autores, pero sin la posibilidad de cambiarlo de cualquier forma o utilizarlo con fines comerciales

.

Prohibida su reproducción por cualquier medio.
Distribución gratuita

INDICE

RESUMEN 7
ABSTRACT 8
INTRODUCCIÓN 9
Planteamiento del problema 10
Formulación del problema. 12
Justificación e importancia del estudio. 12
Objetivos. 13
Hipótesis. 13
Variables. 13
Variable Independiente 13
Tipo de investigación 14
Población 14
Muestra 14
Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos 14
DESARROLLO 15
Antecedentes y bases teóricas 15
Bases teóricas 22
Representación política, organizaciones políticas y candidatos locales 30
Crisis de partidos y transformaciones en las organizaciones políticas a nivel local. 33
Participación política 36
Clivajes políticos 38
El modelo psicológico de la Universidad de Michigan. 39
Teoría del modelo de la elección racional o económica. 46
Definiciones doctrinarias. 53
RESULTADOS 55

Índice de Tablas

Tabla 1. Distribución por sexo 56
Tabla 2. Distribución por edades 57
Tabla 3. Distribución por ocupación 58
Tabla 4. ¿Cree Ud. que es importante el nivel de instrucción de los electores al momento de emitir su voto? 59
Tabla 5. ¿Considera importante que el candidato de su preferencia tenga estudios superiores y especializados al momento de emitir su voto? 60
Tabla 6. ¿Participa en las elecciones distritales celebradas en su localidad? 61
Tabla 7. ¿Considera Ud. que el elector de su distrito decide su voto en época de campaña electoral? 62
Tabla 8. ¿Considera Ud. que el elector de su distrito decide su voto un día antes de la elección? ... 63
Tabla 9. ¿Considera Ud. que es influyente la ideología política de un partido al momento de sufragar? 64
Tabla 10. ¿Considera que los votantes tuvieron un grado de identificación partidaria hacia alguna agrupación política durante las elecciones distritales de Puerto Eten 2018? 65
Tabla 11. ¿Considera que hubo influencia del mensaje electoral de algún candidato sobre su voto? 66
Tabla 12. ¿Considera que el mensaje de contra campaña por parte de algunos candidatos influyo de manera determinante para evitar votar por alguno de ellos? 67
Tabla 13. ¿Cree Ud. que la publicidad electoral en el distrito es un factor determinante en la decisión electoral? 68
Tabla 14. ¿Considera que el manejo de redes sociales de los candidatos captó su voto? 69
Tabla 15. ¿Considera Ud. que el Facebook, WhatsApp y Twitter influyeron en gran medida para la decisión de su voto? 70
Tabla 16. ¿Acudió a las urnas solo por no recibir una multa electoral? 71
Tabla 17. ¿Considera Ud. que los electores de su distrito emiten su voto a favor de un candidato solo porque a cambio este le otorga una dádiva electoral? 72
Tabla 18. ¿Cree Ud. que los candidatos que se postularon en las elecciones municipales 2018 ofrecieron un puesto laboral u otros beneficios a los electores a cambio de su respaldo? 73
Tabla 19. Estrategia de Comportamiento Electoral 75

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Distribución por Sexo. 56
Ilustración 2. Distribución por edades 57
Ilustración 3. Distribución por ocupación 58
Ilustración 4. Nivel de instrucción de los electores al momento de emitir su voto. 59
Ilustración 5. Importancia de estudios superiores y especializados del candidato al momento de votar. 60
Ilustración 6. Participación de los electores en las elecciones de su localidad. 61
Ilustración 7. Decisión de voto en época de campaña electoral. 62
Ilustración 8. Decisión de voto un día antes de la elección. 63
Ilustración 9. Influencia de la ideología política. 64
Ilustración 10. Identificación partidaria. 65
Ilustración 11. Influencia del mensaje electoral de algún candidato sobre su voto 66
Ilustración 12. Influencia del mensaje contracampaña 67
Ilustración 13. Publicidad Electoral. 68
Ilustración 14. Manejo de redes sociales de los candidatos. 69
Ilustración 15.Influencia del Facebook, WhatsApp y Twitter. 70
Ilustración 16. Incidencia de la multa electoral en el voto. 71
Ilustración 17. Dadiva Electoral. 72
Ilustración 18. Beneficios laborales a cambio del voto 73

COMPORTAMIENTO ELECTORAL EN EL PERÚ.

Elecciones municipales en el distrito de Puerto Eten 2018.

Lic. Lorena Lucila Olivares Espinoza

Especialista en Ciencias Políticas. Asesora en políticas públicas.
lorenaolivaresespinoza06@gmail.con

Mgtr. Granados Rodríguez, Renato de Jesús

Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo. Docente. rgranados@unprg.edu.pe

Dr. Alvarado León, Daniel Edgar

Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo. Docente. dalvaradole@unprg.edu.pe

Lic. Venegas Larrea, Susana Angela

Especialista en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa. susanavenegas4@gmail.com

Mgtr. Granados Rodríguez, Luis Antonio

Magíster en Administración de empresas. luisgranados096@gmail.com

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general analizar los factores que definieron el comportamiento electoral para los resultados de las elecciones municipales en el distrito de Puerto Eten 2018, su desarrollo partió del análisis social, psicológico y económico, cuyo resultado servirá de herramienta táctica tanto a los futuros candidatos como electores para las próximas contiendas electorales de alcance local, proporcionando posibles estrategias para captar al votante de este distrito, así como recomendaciones a los electores para mejorar su comportamiento electoral.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, siendo el tipo de investigación básica y presenta un diseño no experimental, se utilizó como instrumento el cuestionario, el cual tuvo como objetivo recopilar información por medio de la escala Likert, aplicándose a una muestra de 325 electores del distrito de Puerto Eten.

A partir un análisis profundo de las bases teóricas que sustentan el comportamiento electoral se demostró que los factores sociales, psicológicos y económicos definieron significativamente el comportamiento electoral de los ciudadanos para los resultados de las elecciones municipales en el distrito de Puerto Eten 2018, confirmando la hipótesis planteada en la investigación inicialmente.

Palabras clave: *comportamiento electoral, candidatos, estrategias, electores, factor social, factor psicológico y factor económico.*

ABSTRACT

The present research has the general objective of analyzing the factors that defined the electoral behavior for the results of the municipal elections in the district of Puerto Eten 2018, where the development of this will start from a social, psychological and economic analysis, in whose result the result It will serve as a tactical tool for future candidates as voters for the next electoral contests of local scope, both possible strategies to attract the voter in this district, as well as recommendations to voters to improve their electoral behavior.

The research has a quantitative approach, being the type of basic research and presents a non-experimental design, the questionnaire was used as an instrument, which will have the objective of collecting the information through the Likert scale, being applied a sample of 325 voters from the Puerto Eten district.

It was possible to determine from the deep analysis of the theoretical bases that support the electoral behavior, it was shown that the social, psychological and economic factors significantly defined the electoral behavior of the citizens for the results of the municipal elections in the district of Puerto Eten 2018 , confirming the hypothesis raised in the initial investigation.

Keywords*: electoral behavior, candidates, strategies, voters, social factor, psychological factor and economic factor.*

INTRODUCCIÓN

La génesis de la presente investigación surge ante la necesidad de explicar que es lo que motivo al elector porteño a votar por un determinado candidato en las elecciones municipales del 2018, dando cuenta así la realidad sociopolítica del distrito desde una mirada académica. Es necesario precisar que la indagadora ha sido testigo de la realidad social y problemática que se ha venido desarrollando a lo largo del tiempo en el distrito, específicamente la realidad política, así como sus principales actores, analizando dichos sucesos como ciudadano.

La información teórica que se ha recopilado estuvo relacionada con autores que aportaron grandes cambios en la política contemporánea internacional en la ciencia política, lo cual implico un análisis exhaustivo. Mediante conceptos y múltiples clasificaciones y categorías se estableció una adecuada guía para explicar el comportamiento electoral de los votantes, conociendo sus intereses, anhelos y necesidades; para con ello lograr describir los discursos o mensajes que los orientan a tener mayor aprobación hacia una propuesta política, explicando así los factores que motivaron a los electores para respaldar a los candidatos en las elecciones municipales del distrito de Puerto Eten 2018.

En el Perú, es muy precaria la información sobre el comportamiento electoral debido al escaso interés en su investigación. Los estudios de los que se disponen hasta el día de hoy son de carácter nacional y en menor medida se hacen investigaciones a nivel comparativo regional. Así mismo, lo encontrado hasta la actualidad viene a ser el resultado de la respuesta a una campaña electoral en especial y con mayor regularidad, suele mostrarse solamente como una hipótesis que debería ser contrastada.

A nivel local, se desconoce aún más, puesto que existen escasos estudios y son muy limitadas las publicaciones sobre el tema, por este motivo es fundamental e indispensable contribuir con nuevas investigaciones sobre procesos electorales ya sea a nivel regional o local y no solo en el ámbito nacional, ya que así se podrá conocer cada una de las particularidades que tiene el elector al emitir el voto, logrando obtener un conocimiento más completo a nivel nacional y lograr descubrir si hay influencia entre uno y otro nivel.

La investigación del comportamiento electoral a nivel local logrará contribuir con una mejor comprensión de los procesos electorales y sus mecanismos, los cuales cumplen un papel indispensable en la definición de la calidad del gobierno. De esta manera, los votantes a nivel local, de acuerdo a sus gustos, necesidades y anhelos, eligen respaldar o sancionar a los candidatos en contienda. De este modo, las elecciones se transforman en mecanismos de control, pues a través de

estos, el voto los electores emitirá el poder de escoger a quienes a la larga los representaran en el gobierno, y es por medio de los procesos electorales y el voto que los candidatos rinden cuentas y son sancionados o premiados de acuerdo con el desempeño que demuestran.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta investigación tuvo como objetivo analizar los factores que definieron el comportamiento electoral para los resultados de las elecciones municipales en el distrito de Puerto Eten 2018. El propósito es que la investigación sirva tanto a los próximos candidatos como electores para las futuras contiendas electorales, proporcionando posibles estrategias para captar al votante de este distrito, así como recomendaciones a los electores para mejorar su comportamiento electoral. De esta forma, se espera contribuir a una profunda comprensión del comportamiento electoral, y analizar la manera en la que influyen en el voto los factores sociales, psicológicos y económicos; y las intervenciones en la participación de los ciudadanos con el Estado.

Planteamiento del problema

A nivel internacional, el estudio del comportamiento electoral ha sido un campo de la Ciencia Política que se ha profundizado con mayor fuerza a mediados del siglo XX.

Estados Unidos es uno de los países en donde ha surgido la mayoría de las teorías y modelos, con el fin de entender el comportamiento político. Tanto las investigaciones y publicaciones estadounidenses han tenido un alto impacto en el campo del comportamiento electoral y proporcionaron diversos aportes para lograr una mayor comprensión del proceso electoral en el que se ven involucrados los votantes.

Así mismo se dio origen a las dos más importantes escuelas tradicionales: La Escuela de Columbia; la cual se centra en estudiar la influencia que tienen los medios de comunicación específicamente la prensa y radio, en la toma de decisión del votante; y La Escuela de Michigan, la cual se centró en estudiar la identificación partidista e identificación ideológica, para proporcionar una gama de factores que el elector americano tomaba en cuenta al momento de emitir su voto.

Ambas escuelas fueron las primeras en ofrecer teorías para el estudio del comportamiento electoral del votante, sin embargo con el pasar el tiempo, específicamente en los años cincuenta, se comienzan a observar cambios dentro de la sociedad, los cuales ya no estaban completamente acorde a lo que estas escuelas propugnaban, ya que dichos cambios traían consigo nuevos factores y percepciones en el comportamiento del elector, en donde ya no solo se podía considerar la preferencia partidaria o ideológica y diferencias sociales como elementos influyentes en la decisión del votante ,sino que se daba un nuevo giro a la investigación del comportamiento electoral.

En el contexto Latinoamericano, el estudio del comportamiento electoral se desarrolló aproximadamente a mediados de la década de los sesenta, teniendo como principales referentes las escuelas de Columbia, Michigan y Chicago.

La principal fuente de investigación que se dio a mediados de los sesenta se denominó "quasi voting studies", la cual solo se centraba en explicar los resultados de determinados procesos electorales y describían el contexto político en un nivel más amplio, es a finales de los sesenta que se empiezan a realizar investigaciones teóricamente orientadas sobre la materia.

Sin embargo, existieron estudios "quasi-voting" en países como: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Perú y Venezuela. El producto de dicho estudio fue esencialmente descriptivo, no obstante, no deben ser desestimados al momento de realizar nuevas investigaciones.

La escuela de Michigan también se considera influyente ya que existen algunas investigaciones de participación política que se centran en el estudio de elementos psicológicos.

Por otra parte, también han ido surgiendo novedosos estudios sobre el comportamiento electoral en múltiples dimensiones, ya sea el análisis de votantes potenciales, preferencias electorales y el personalismo político.

A nivel nacional, varios autores especialmente de las ciencias sociales han tomado interés respecto a la investigación del comportamiento electoral en el Perú, haciendo diversos estudios acerca de las campañas electorales nacionales de la última década, sin embargo, los conocimientos de los que tenemos alcance hasta la actualidad giran solamente en torno al país y, en determinados casos, a las diferencias que se dan entre importantes zonas como Lima Metropolitana, el norte y sur del país.

Lazo (2013) afirma que el comportamiento electoral es un tema de estudio con bastante complejidad dentro de la rama de las ciencias sociales, específicamente dentro de la ciencia política, puesto que no solo se consideran factores políticos sino también sociales, económicos y psicológicos.

Asimismo, lo demostrado hasta la actualidad suele ser fruto del análisis de una campaña electoral en específico a nivel nacional, con mucha regularidad, tiende a tener la idea de una posible respuesta que debería ser analizada a mayor profundidad por la comunidad de Ciencia Política del país.

A nivel local, se desconoce aún más, puesto que existen escasos estudios y son muy limitadas las publicaciones sobre estos temas, por este motivo es fundamental, necesario e indispensable contribuir con nuevas investigaciones sobre procesos electorales ya sea a nivel regional o local y no solo nacional, ya que así se podrá conocer cada una de las particularidades que tiene el elector al emitir el

voto, para así obtener un conocimiento más completo a nivel nacional y lograr descubrir si hay influencia entre uno y otro nivel.

La investigación del comportamiento electoral a nivel local logrará contribuir con una mejor comprensión de los procesos electorales y sus mecanismos, los cuales cumplen un papel indispensable en la definición de la calidad del gobierno. De esta manera, los votantes a nivel local, de acuerdo con sus gustos, necesidades y anhelos, eligen respaldar o sancionar a los candidatos en contienda. De este modo, las elecciones se transforman en mecanismos de control, pues a través de estos, el voto los electores emitirá el poder de escoger a quienes a la larga los representaran en el gobierno, y es por medio de los procesos electorales y el voto que los candidatos rinden cuentas y son sancionados o premiados de acuerdo al desempeño que demuestran.

En el distrito de Puerto Eten, cada contienda electoral se caracteriza por una población electoral que se involucra de manera activa en apoyo a un determinado candidato, generalmente su participación gira entorno a algún conocido o allegado, pero también se observa que su preferencia es con el fin de asegurarse un futuro puesto de trabajo a cambio.

El modo de operación siempre ha sido el mismo, ya que cada vez que un candidato resulta electo, no cumple las promesas de campaña, esto se ha venido reflejando tradicionalmente, sin embargo, el votante porteño continúa apostando por lo mismo y a lo largo de las diferentes campañas políticas no se refleja un cambio en su conducta electoral.

Teniendo en cuenta lo mencionado en las anteriores líneas, esta investigación presenta como problema la siguiente interrogante:

Formulación del problema.

¿Qué factores definieron el comportamiento electoral para los resultados de la Elecciones Distritales 2018 en Puerto Eten?

Justificación e importancia del estudio.

La presente investigación se realizó para ofrecer un aporte metodológico del comportamiento electoral a nivel distrital, ya que es nula la investigación sobre esta materia, desarrollándose únicamente estudios de comportamiento electoral nivel nacional, siendo de vital interés para futuros estudios académicos en la comunidad de Ciencia Política peruana.

La importancia del estudio surgió con el objetivo de definir los factores que incidieron en el comportamiento electoral del ciudadano para emitir su voto en los resultados de las elecciones

municipales en el distrito de Puerto Eten 2018, comprobando si el aspecto social, económico y psicológico tiene gran determinación en el tema a investigar.

Así mismo la investigación se visiona que la indagación realizada servirá a los próximos candidatos y electores para futuras contiendas electorales; proporcionando posibles estrategias a considerar para captar al votante del distrito, así como recomendaciones a los electores para mejorar su comportamiento electoral.

Objetivos.

Objetivo General.

Analizar los factores que definieron el comportamiento electoral para los resultados de las elecciones municipales en el distrito de Puerto Eten 2018.

Objetivos Específicos.

a) Determinar los factores sociológicos que definieron el Comportamiento Electoral para los resultados de las elecciones municipales en el distrito de Puerto Eten 2018.

b) Determinar los factores psicológicos que definieron el Comportamiento Electoral para los resultados de las elecciones municipales en el distrito de Puerto Eten 2018.

c) Determinar los factores económicos que definieron el Comportamiento Electoral para los resultados de las elecciones municipales en el distrito de Puerto Eten 2018.

d) Proponer estrategias para mejorar el comportamiento electoral en el distrito de Puerto Eten.

Hipótesis.

Los factores económicos definieron significativamente el comportamiento electoral del ciudadano durante las elecciones distritales de Puerto Eten 2018.

Variables.

Variable Independiente

El Comportamiento Electoral: se desarrolló como variable independiente, considerándose como la expresión de preferencias, con respecto a las alternativas políticas, que cada ciudadano llamado a votar hace en el lugar y momento determinados.

Tipo de investigación

De acuerdo con el fin que persigue la presente investigación fue: Básica.

De acuerdo con el diseño de investigación La investigación fue de carácter descriptiva, ya que se buscó especificar propiedades, características y rasgos importantes de los factores que incidieron en el comportamiento electoral de los ciudadanos de Puerto Eten.

Población

El sujeto de estudio (Población total) estuvo determinado por los ciudadanos mayores de 18 años del distrito de Puerto Eten, el cual equivale a 2112 pobladores según INEI.

Muestra

La muestra siguiente ha sido aplicada bajo una formula estadística la cual es la siguiente:

n:

N: 2112

Z: 1.96 $n= N.Z^{2}.P.Q / (N-1).E^{2} + Z^{2}. P.Q$

P: 0.5 n = 325

Q: 0.5

E: 0.0 5

Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Métodos generales.

- El Método Inductivo, ya que buscó analizar de manera particular el comportamiento electoral de cada ciudadano, para así llegar a generar una conclusión general de cómo es el comportamiento electoral en masa. Por ejemplo: Vemos que un votante vota por obtener un beneficio laboral y otro a cambio de un beneficio monetario, estas son las premisas. Luego la conclusión general es que todos los votantes se dirigen sus preferencias acordes al factor económico o utilitarista.

Métodos específicos.

- El Método de la observación, el cual se encargó de describir y explicar el comportamiento de los electores del distrito, al analizar las conductas, actitudes, eventos o situaciones que involucren al electorado.

- El Método estadístico, el cual se encargó de manejar, recolectar y analizar los datos cualitativos y cuantitativos que haya arrojado la encuesta.

- El investigador va a utilizar como técnica investigación: La encuesta, la cual se aplicó con el objetivo de analizar los factores que definieron el comportamiento electoral para los resultados de las elecciones municipales en el distrito de Puerto Eten 2018.

Instrumentos.

El instrumento que se utilizó es: El Cuestionario, quien tuvo como objetivo recopilar la información por medio de la escala Likert.

DESARROLLO

Antecedentes y bases teóricas

Antecedentes internacionales

Ana Hurtado (2014) en su tesis titulada "Comportamiento Electoral y Evaluación Gubernamental en el Municipio de Otzolotepec, estado de México" (tesis de pregrado). Universidad Autónoma de México. Toluca, México. El objetivo general del presente estudio fue analizar la interrelación entre la evaluación del desempeño gubernamental por parte de los ciudadanos y la conducta electoral en el municipio de Otzolotepec, Estado de México. El tipo de investigación es "básica", por su profundidad es "explicativa". La herramienta metodológica se centró en la aplicación de un cuestionario de encuesta con preguntas previamente analizadas, la cual fue aplicada a 381 votantes del municipio de Otzolotepec, distribuido en ocho comunidades de los cuales 187 eran del género masculino y 194 del femenino. La conclusión de la investigación fue que el elector de este estado se centra en evaluar el desempeño del gobierno y dicha evaluación influye de manera significativa en la decisión de las preferencias electorales. Dicho proceso se genera mediante de la identificación de necesidades básicas y demandas inmediatas hacia el gobernante de turno, la empatía y confianza con un partido político u otro, así como una evaluación constante de las gestiones municipales anteriores y los alcaldes que las dirigían.

Esta investigación aporta a la presente tesis corroborando que el comportamiento electoral en los votantes distritales es altamente volátil, lo que demuestra diversas actitudes, las cuales reflejan que, a menor aprobación de la gestión del gobierno municipal anterior, aumenta la posibilidad de que el elector emita un voto a favor de un partido que se distancie al de gobierno.

Es decir, que la población tiene la percepción de que la situación de su distrito no mejoro con respecto a lo que se reflejaba antes de la última contienda electoral, esto genera que los electores voten en contra de candidatos que se relacionen al partido de gobierno. Dicha premisa fundamental de cualquier tipología de voto retrospectivo es una idea básica y comprensible respecto a las decisiones que los electores toman en cuenta al momento de votar en una elección local. Además, esta investigación demuestra que respecto a la premisa antes mencionada existen sólidas bases teóricas que la sustentan, las cuales han sido corroboradas en diversos contextos electorales de múltiples países.

Carlos Pérez (2016) en su aporte de investigación titulado "Aproximación al Comportamiento Electoral de los colombianos: Estudio desde los factores individuales del ciudadano para entender la participación y la abstención" (tesis de doctorado), Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España. El objetivo general de la investigación fue determinar los elementos que inciden en el comportamiento electoral de los ciudadanos colombianos. El tipo de investigación es "básica", por su profundidad es "explicativa". La evidencia cuantitativa se origina de cuatro encuestas, las cuales fueron realizadas por Invamer-Gallup, en el último mes de campaña electoral distrital del año 2011 en Colombia, específicamente en las ciudades más importantes del país: Cali, Bogotá, Barranquilla y Medellín. Siendo aplicadas a votantes que fluctúan desde los 18 y 55 años de edad. Así mismo se aplicó el cuestionario de Likert, a través del cual se llegó a conocer la aprobación y valoración de los candidatos.

El resultado de este estudio demostró que, existen características similares en las ciudades antes mencionadas, que podrían marcar una tendencia continua lo largo del tiempo en el comportamiento electoral de los colombianos, demostrando que el electorado tiene poca intención acudir a votar, al igual que el electorado que no tiene simpatía con determinados partidos políticos. Sin embargo, hay muestras que dan evidencia de singularidades conductuales de cada una de las ciudades en estudio que, de manera muy importante, reconstruyen una historia única y se tendría que estudiar elementos específicos para fortalecer la participación ciudadana como política pública.

Esta investigación aporta a la presente tesis un análisis del comportamiento electoral destacado, ya que la elección de un candidato u otro, de diversas políticas de gobierno y en sí de la participación

política, está influenciada tremendamente por factores externos que pueden parecer no tan importantes, pero que realmente cobran gran valor al momento de emitir el voto, tales como factores socioeconómicos, educativos, psicológicos, culturales e ideológicos. Lo cual afirma la importancia y necesidad urgente de llevar a cabo un estudio analítico y cuantitativo del comportamiento electoral, para que con ello se pueda otorgar información más profunda y objetiva tanto a asesores de campaña como a los propios candidatos o dirigentes políticos para así conllevar a reforzar estrategias de acercamiento con su mercado objetivo. Además, se podría lograr una mejor relación entre las instituciones ya sean partidos o entidades públicas con la ciudadanía.

Ángelica Abad (2015) en su tesis titulada "Estrategia Política y Comportamiento Electoral. El voto a candidatos populistas en la región andina" (tesis doctoral). Universidad de Salamanca. Salamanca, España. El objetivo general de la presente investigación fue analizar las características sociales, económicas y la conducta de los electores, que votaron por líderes del populismo, con el fin de construir el perfil del elector en la región andina, específicamente en: Ecuador, Colombia y Perú; y así lograr determinar que les diferencia de otros grupos de electores. El tipo de investigación es "básica", por su profundidad es "explicativa". El método que se hizo en esta investigación parte del análisis del contenido textual de la prensa de cada uno de los países en sus respectivas contiendas electorales, y encuestas elaboradas por el Barómetro de las Américas del Proyecto de Opinión Publica de América Latina (LAPOP).

Los resultados de esta investigación se centran en que ,si bien la preferencia de los votantes cambia respecto al contexto, existen características similares y estructurales en los países mencionados, las cuales han predominado a lo largo del tiempo , tal como los altos niveles de pobreza, bajo nivel educativo, posición ideológica, mala relación con el Estado; y comportamientos se demostraban como la mínima participación política y escaso interés de información, dichos comportamientos conllevan hacia la emisión de un voto en preferencia de candidatos populistas.

Además, también se consideran una serie de actitudes y comportamientos, los cuales están más relacionadas al panorama de cada país, como lo son el apoyo a la democracia y la confianza institucional.

Esta investigación aporta a la presente tesis un grupo de elementos sociales, económicos, actitudinales y conductuales de los electores de la región de los andes, contribuyendo así al conocimiento del perfil del elector peruano, proporcionando valiosa información acerca de la importancia de los rasgos sociodemográficos con respecto a la conformación de las preferencias

electorales individuales. Esto nos permite conocer los factores que inciden en la decisión del elector peruano con respecto a una elección nacional, desde la perspectiva populista.

Ángel Cazorla (2014) en su aporte de investigación titulada "Los componentes del voto en Andalucía: Un Análisis del Voto Económico en el periodo 2008-2013" (tesis doctoral). Universidad de Granada. Granada, España. El objetivo general de investigación fue determinar un instrumento de análisis que tenga en cuenta la diversidad de factores que influyen en el comportamiento electoral de los andaluces, centrando su interés a los factores económicos. El tipo de investigación "básica", por su profundidad es "descriptiva". La muestra fue elegida mediante el muestreo probabilístico, en el cual, se han seleccionado alternadamente los hogares teniendo en cuenta criterios de dimensión de la provincia y tamaño de población para, posteriormente, llevar a cabo un muestreo por cantidades según los criterios de proporcionalidad de acuerdo con el sexo y edad, la cual fluctuaba entre 18 y 65 años. Así mismo se utilizó la base de datos del Estudio General de Opinión pública de Andalucía del periodo 2008 y 2013. La conclusión de esta investigación demuestra que, si bien la crisis económica no ha influido de manera directa respecto a los factores del voto de los andaluces, si afecto de cierta manera el espacio en que se configura el sistema de partidos de Andalucía.

Esta investigación aporta a la presente tesis, presentando un modelo de análisis que describe los diversos factores explicativos, los cuales provienen de las principales teorías del estudio del comportamiento político y electoral, además nos proporciona saber cómo es que los contextos económicos y políticos, en donde se atravesaba la principal crisis económica de la etapa democrática de Andalucía; y el desgaste político de uno de los principales partidos (PSOE) de ese tiempo , conllevaron a grandes cambios en la conducta electoral de los andaluces, producto de un mal manejo de las bases políticas ,dejando de lado la lealtad partidista y debilitando la participación política en Andalucía, la cual tradicionalmente se caracterizaba por una fuerte participación política dentro de los partidos y un voto netamente psicológico, el que hasta entonces era considerado el factor que daba respuesta a la conducta electoral de los andaluces hasta antes de la crisis. .

Dicha información nos permitirá realizar un estudio de la incidencia de los factores económicos, ideológicos y de identificación partidista, en referencia a la medición de la influencia que tienen dichos factores en relación al comportamiento político y electoral.

Antecedentes Nacionales.

Orlando Orejon (2019) en su aporte de investigación titulado "Representación política y candidatos: Comportamiento electoral y actitudes de los candidatos en el proceso electoral del distrito de Paucará 2013-2014" (tesis de pregrado). Universidad Nacional del Centro del Perú. Huancayo. La

investigación tenía como objetivo general analizar el comportamiento electoral de votantes y candidatos en las elecciones municipales del distrito de Paucará. El tipo de investigación es "básica", por su profundidad es "exploratorio y descriptivo ". La muestra para la entrevista fue integrada por ocho ciudadanos teniendo en cuenta el siguiente criterio: Cantidad de candidatos que postularon (3), principales dirigentes de las organizaciones políticas (1), alcalde del distrito(1), gobernador de Paucará (1) y electores influyentes (2), los cuales formaron parte del proceso electoral del 2013 y 2014 ;quienes fluctúan entre los 25 y 50 años. Así mismo se aplicó la observación como método con el fin de conocer los intereses y actitudes de los candidatos respecto a los deseos de los votantes.

Dicha investigación llego a la conclusión que la conducta y las actitudes que reflejaron los candidatos del distrito de Paucará, se caracterizó por no considerar una ideología en particular puesto que solo actuaron rigiéndose bajo marco normativo electoral, así mismo expresaron la idea de lograr el bienestar individual de cada ciudadano del distrito desde el gobierno local.

Esta investigación aporta a la presente tesis, una serie de factores que condicionaron el comportamiento electoral de los electores de Pucará, los cuales participaron en la contienda electoral impulsados por el deseo de superación económica y un ascenso social, básicamente se trató de una relación clientelar donde la ciudadanía proponía a los candidatos en contienda, ciertos intereses y aspiraciones a cambio del ofrecimiento de su voto, es decir que dicha elección no se movió por intereses políticos o preferencias ideológicas. A demás se demostró que los votantes de dicho distrito tuvieron preferencia por el candidato, del cual esperaban que al salir victorioso en la contienda electoral y una vez electo, les genere oportunidades de progreso socioeconómico y beneficios personales, ya sea un puesto laboral o beneficios como exoneración de impuestos a los negocios de sus simpatizantes.

María Gonzáles (2018) en su aporte de investigación titulado "Democracia, Elecciones y Comportamiento Electoral en Ayacucho: Un Análisis de los Resultados de las Elecciones Presidenciales realizadas en el periodo de 1990 a 2016" (tesis de maestría) Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Este estudio tiene como objetivo analizar los resultados de las elecciones presidenciales en la región de Ayacucho a escala nacional en el periodo de 1990 y 2016.El tipo de investigación es "básica", por su profundidad es "explicativa". En la investigación se hizo uso como herramienta metodológica la información bibliográfica, el recojo de datos de los resultados de las elecciones presidenciales de esos años por parte de la ONPE, así como el estudio de los factores sociodemográficos que se presentaron en la región de Ayacucho; así mismo, se llevó a cabo un

exhaustivo análisis de los resultados electorales para encontrar similitudes y diferencias de los diversos factores que caracterizaron el voto ayacuchano.

Los resultados de la investigación manifestó que el departamento de Ayacucho representa en un sentido electoral una demanda de transformación y reforma lo cual es fruto de una gran insatisfacción hacia los diversos gobiernos que han tenido, ya que estos al culminar sus mandatos no lograron grandes cambios respecto a las políticas económicas y sociales que necesitaba el departamento, y aún menos lograron satisfacer las demandas regionales; en este sentido, la ciudadanía ayacuchana percibe un estancamiento de su ciudad y está insatisfecha con el trabajo de sus gobernantes, es por ello, que el voto actúa como un mecanismo que castiga a aquellos candidatos con alguna relación al Estado o gobierno de turno y de la política nacional en completo. Es por este motivo que las preferencias electorales de los electores de esta región se inclinan en preferencia a candidatos que se muestran al margen del gobierno de turno y se perciben como opositores a la clase política tradicional del país, es decir, suelen ser de izquierda o centro.

Esta investigación ofrece una serie de condiciones o factores que inciden en el comportamiento electoral del votante sureño, en este caso Ayacucho, el cual se ha venido caracterizando permanentemente por el rechazo a los partidos tradicionales del país. Dentro de los factores de los que se habla se encuentran: factores sociales, económicos e históricos de Ayacucho; los cuales influyen de manera significativa en el voto de los electores. Es por ello que esta investigación nos abre las puertas para investigar cómo es que esta población expresa su protesta, rechazo y oposición a las ofertas políticas, así mismo expresa su insatisfacción y descontento, demostrando claramente una pérdida de credibilidad hacia los políticos e instituciones del Estado.

David Sulmont (2017) en su tesis titulada “El elector latinoamericano del S.XXI: Estudio comparado del comportamiento electoral en Brasil, Chile, México y Perú” (tesis de doctorado) Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. El objetivo general de la presente investigación es explicar el comportamiento electoral de los ciudadanos de América Latina, analizando el contexto de cuatro países resaltantes desde la política comparada: Brasil, Chile, México y Perú. El tipo de investigación es “básica”, por su profundidad es “descriptiva”. La herramienta metodológica se basó en la recopilación de datos de este estudio está compuesta por quince encuestas elaboradas y aplicadas a más de veinticuatro mil votantes, posterior a las elecciones parlamentarias que se realización en los pauses mencionados entre los años de 1997-2011.

Dicha investigación llego a concluir que la identidad partidaria es un factor fundamental dentro de la decisión del votante, no obstante, esta es débil en la mayoría de los países latinoamericanos, y

es no está asociada como un problema social, los cuales tradicionalmente se basan en problemas de carácter socioeconómico. A demás se demuestra que el desempeño del gobierno adquiere gran importancia en el voto a favor o en contra de ciertos candidatos, sin embargo, esto se encuentra un tanto restringido por las normas electorales que presenta cada país (prohibición de reelección) y por el nivel de fortalecimiento del sistema de partidos, el cual es aún débil en los países de este estudio.

Esta investigación ha explicado la importancia y necesidad de tener un sólido sistema de partidos, puesto que existe un precario interés de información por parte del electorado sobre temas políticos, un porcentaje de estos maneja una cantidad importante de información como para para llegar a emitir un "voto racional "es decir, evalúan con la información previa si realmente la oferta política de determinado candidato les ofrece la satisfacción de demandas y bienestar de lo que están buscando. El voto como ya he mencionado recompensa o sanciona a aquellos que se acercan o se distancian de dichas necesidades. Es así como, cuando los partidos políticos se diferencian con características particulares de otros, o cuando el sistema electoral nos ofrece la posibilidad de sancionar o castigar a candidatos o partidos que no se rigen bajo los reglamentos establecidos y lo transgreden, los factores que podemos relacionar a las características racionales del comportamiento electoral (factores económicos, sociales, ideológicos) adquieren mayor importancia en la decisión electoral, en este caso del votante peruano.

Taza Piñas (2006) en su proyecto de investigación denominado "Estrategia de Comunicación Directa e Intención de Voto de los Electores de la Urbanización Gonzáles del distrito de El Tambo – Huancayo" (tesis de pregrado), Universidad Nacional del Centro Del Perú. Huancayo. El objetivo general de la presente investigación es analizar los mecanismos de la estrategia de comunicación directa y su incidencia en la intención de voto de los ciudadanos de la Urbanización Gonzáles del Distrito de El Tambo – Huancayo. El tipo de investigación es "aplicada", por su profundidad "cuasi experimental". La base de datos de este estudio está integrada por un total de 227 muestras, donde se consideran a votantes mayores de 18 años del distrito, además se utilizaron otros instrumentos de recolección como entrevistas y la observación. El resultado de estudio demostró que la estrategia de comunicación directa tiende a ser significativamente influyente en la decisión electoral de los votantes de la Urbanización Gonzáles del distrito de El Tambo-Huancayo.

La investigación otorga un gran valor a la tesis en desarrollo, especialmente dentro del marco teórico, respecto a la importancia de la comunicación electoral directa en la construcción del comportamiento electoral, debido que demuestra que es necesario saber, sentir, interpretar y comprender la problemática central que afecta directamente a la población o mercado electoral, con

ello se podrá establecer las estrategias de comunicación y marketing político dentro de una campaña con el objetivo de captar votantes. Dichos elementos influyen respecto que el elector tiende a sentirse identificado con un candidato que lo represente, mediante mensajes en donde se oferten propuestas que calen en las emociones del elector, construyendo así la preferencia electoral hacia determinado candidato, es decir, diseñando su comportamiento electoral.

Así mismo, nos brinda el nivel de influencia del factor psicológico en la comunicación directa con el electorado, debido a que se relaciona en gran medida con los miedos, emociones y esperanza que tienen los ciudadanos, en pro de lograr una transformación o de ir en contra de alguien o algo. Esta investigación afirma que la estrategia de comunicación directa no es completamente fiable, debido que el uso de ella por si sola no asegura que se pueda tener una victoria electoral, sin embargo, su ejecución es de carácter indispensable porque el candidato logra a dar a conocer sus propuestas y compromisos formalmente, logrando proyectar una imagen sólida, fresca y confiable; lo cual influirá dentro de la decisión del elector. Antecedentes Locales.

No se encontró registro de investigaciones sobre Comportamiento Electoral a nivel local, es por ello que la presente investigación pretende ser la primera en la región Lambayeque, con la finalidad de otorgar un valioso aporte científico a la comunidad de Ciencia Política del departamento.

Bases teóricas

Teoría de la democracia representativa

Conocemos que esta teoría, tal como lo señala Sartori (2003) en su libro ¿Qué es la Democracia?, básicamente se fundamenta en dos tipos: las prescriptivas (lo que debería ser) y las descriptivas (lo que realmente son en la práctica), las cuales al ser comparadas se entrecruzan, puesto que distan mucho una de la otra, ya que una democracia prescriptiva es un tanto utópica, mientras la descriptiva dista mucho de representar el espíritu de la democracia en un sentido estricto. Es por ello que para Sartori es un tanto complejo determinar un concepto exacto de lo que es la democracia.

En este sentido, si nos enfocamos en la democracia representativa para Sartori es el poder popular, es decir el poder que emana del pueblo, para elegir a sus representantes, teniendo sistemas y regímenes políticos en donde el pueblo es el que manda. Sin embargo, en la realidad no se refleja lo mismo ya que las decisiones son únicamente tomadas por el gobierno, muchas veces ignorando lo que el pueblo demanda.

En palabras de Sartori (2003), la democracia es el poder el pueblo sobre el pueblo, gobierno del pueblo sobre sí mismo". Sin embargo, esta frase adopta otra connotación, puesto que tiene mucho

más valor la vuelta del beneficio que esperamos al momento de elegir a una autoridad, que el momento en que tomamos la decisión de elegir a nuestros representantes, el acto de votar. Puesto que, si en el camino entre lo que esperábamos y lo que nos ofrecen, no se observa beneficio alguno, y más aún si dejamos de fiscalizar y ejercer control sobre nuestras autoridades, el objetivo que se tenía de mantener una relación del gobierno sobre el pueblo con el gobierno del pueblo tendería a mantenerse distante generando discrepancias entre estos.

Así mismo Cebrián (2013)afirma que, en la representación democrática se puede hablar de la autonomía o independencia total del representante , esto se debe a que está sometido a una serie de controles, uno de ellos son las elecciones periódicas y la fiscalización de las actividades de los representantes, dichos controles se originan teniendo en cuenta los deseos de reelección de los representantes o su aspiración de obtener otros cargos ,además de sacar provecho de cierta forma en el momento que sea gobernante o cuando se retire de la política.

Es por ello que se generan diversos tipos de controles a los que se someten a las autoridades como a quienes aspiran serlo, con el objetivo de que su representación se someta a lo que el electorado espera en vías del bien común.

Por otra parte, Touraine (2000) señala que la idea democrática se centra en la multiplicidad de candidaturas estando regido bajo la libertad de elegir y al respeto de determinadas reglas del juego político, puesto que el actor social contemporáneo pretende incrementar su independencia y manejar el tiempo, condiciones laborales y el espacio de trabajo o de existencia en los que se desarrolla.

Esto quiere decir que, en la actualidad, la realidad de los procedimientos electorales se caracteriza por una contienda entre múltiples organizaciones políticas, muchas de las cuales ya no se fundamentan en su ideología sino por identidades individuales (personalismo político), teniendo como único objetivo captar el voto del elector dejando de lado la angustia por los problemas de manera automática.

Además, los electores viven más pendientes en sus asuntos personales, llevando a la política de ser considerada una acción plural con el fin de disminuir los problemas de desigualdad social a convertirse en una acción que busca respaldar los intereses personales, dejando de lado el bien social.

El sistema democrático representativo en el Perú generalmente se basa en la competencia en una campaña electoral entre organizaciones políticas que se encuentran legalmente registradas en el sistema electoral del país, según la legalidad impuesta por el Estado.

Actualmente en el Perú, la manera de hacer política se caracteriza por una arraigada existencia de movimientos u organizaciones políticas independientes, esto debido a la crisis de partidos que se vive. Estas agrupaciones políticas tienen como objetivo central ganar las elecciones, para poder así llevar a cabo los pactos, compromisos y las ofertas hechas a quienes votaron por ellos.

Estos movimientos y organizaciones políticas no presentan una postura frente al contexto que se vive desde una mirada ideológica, solamente se rigen bajo los reglamentos exigidos por marco normativo electoral, además carecen de arraigo en la población, puesto que se solo aparecen en época electoral (los conocidos como partidos catch-all party o atrápalo todo, es por ello que la representación de las demandas del electorado se hace débiles e inseguras de cumplirse.

Teoría del coaching político

En palabras de Morón(2014), el coaching para políticos se origina como respuesta a los requerimientos que tienen los líderes políticos, candidatos o gobernantes, parar lograr representar y generar una adecuada comunicación con el electorado o gobernados, expresando una identidad y valores sociales a los ciudadanos que han de elegirlos o que ya los hayan elegido como sus representantes. (Bayón, 2014)

El origen de esta teoría es reciente y no tan conocido, sin embargo las elecciones presidenciales a nivel internacional y nacional, han tenido la necesidad de emplear este servicio, debido a los cambios constantes en el comportamiento electoral y político de las personas, el cual se mueve actualmente por factores psicológicos, es así que los políticos tienen como objetivo ganarse la confianza del electorado intentado representar su esencia ,tocando sus emociones y sentimientos, produciendo una interrelación de representación e identificación entre ellos. Pero para lograr esto es necesaria una preparación profunda del candidato como si mismo, esto es lo que diferencia al coaching político de las asesorías en campañas electorales, las cuales trabajan el personaje exterior que el candidato en su personaje político pretende reflejar, sin embargo el coaching trabaja el interior del candidato, es decir su comportamiento real como persona y no como personaje, con el propósito de saber su pensar, lo que quiere y puede lograr, siendo a través de esta preparación y dialogo entre el coach y candidato ,en donde este último toma consciencia y empieza a actuar consecuentemente de acuerdo a lo que dice y hace, es así que genera la capacidad de convertirse en una máquina de atracción del electorado. Esto generara un dialogo de igual a igual entre el electorado y el político, en donde podrá expresarse tal cual es, sin el temor de que pueda ser juzgado más adelante.

Un ejemplo de esta teoría en el contexto nacional es el excandidato Julio Guzmán, quien en las elecciones del 2016, capto en gran cantidad el voto juvenil, posicionándolo en un segundo lugar en

las preferencias electorales, debido a que su mensaje generaba una gran confianza entre este y los jóvenes, donde representaba los deseos, anhelos y demandas que estos exigían, demostrando ser un político diferente a lo que estamos acostumbrados, reflejando liderazgo, confianza en sí mismo ,buena autoestima, realmente ético y con coherencia personal. Todo esto permitía que tuviera una óptima comunicación que reflejaba de forma coherente sus valores como persona auténtica y también como personaje político.

Principio de derecho al voto

El derecho al voto está regulado en el Artº31 Participación ciudadana en los asuntos públicos de la Constitución Política del Perú, en donde se señala: "Tienen derecho al voto los ciudadanos en goce de su capacidad civil [...] El voto es personal, igual, libre, secreto y obligatorio hasta los setenta años. Es facultativo después de esa edad". (Constitución Política del Perú, 1993)

En el Perú, la primera elección presidencial se realizó en 1845, donde salió electo Ramón Castilla. Estos procesos se caracterizaron por tener resultados fraudulentos durante el inicio de la época de la república, sobre todo en la república aristocrática, específicamente en los gobiernos de Augusto B.Leguia, Prado y Alberto Fujimori, considerados como gobiernos de autocracias civiles; tanto como en las autocracias militares de Benavides y Odría. (Paniagua 2003)

Esto se debió a que la realidad de la sociedad peruana estaba compuesta por un gran número de indígenas que se encontraban en condición de sirvientes, carecían de instrucción y eran analfabetos, por lo cual eran excluidos de participar en las elecciones. Es por esto que los procesos electorales no reflejaban la voluntad popular de la nación.

Los procesos electorales se veían vulnerados por actos reprobables como: suplantación, adulteración de votos, intimidación a los electores, corrupción de los organismos electorales, discriminación y exclusión por clase social. Es por este conjunto de actos, que ya se habían vuelto una tradición que (Belaunde, 1963) afirma que en el Perú nunca había existido una verdad electoral, mucho menos el sufragio libre y que todos los procesos electorales que se habían realizado solo eran la expresión de una comedia y la imposición de lo que quería el gobierno y la mayoría del parlamento.

Es en 1963 donde el nivel de analfabetismo desciende en gran medida, logrando que la mitad de la población mayor de 21 años sufrague. Con el pasar de los años, en la Carta de 1979, se logra consagrar el sufragio universal, en el cual se incluía a los analfabetos ,lo cual significaba un gran avance para la democracia de la sociedad peruana, este cambio si bien trajo consigo incomodidad y disgusto por parte de la clase aristocrática ,no provoco conflictos o debates de gran relevancia, ya que

las consecuencias de que se incorporara la participación de los analfabetos en los procesos electorales, no afecto en nada las preferencias electorales hacia las fuerzas políticas del contexto electoral de esos años.

Respecto a las elecciones municipales, estás se instauran recién en la Constitución Política de 1963, bajo el gobierno de Fernando Belaunde, es en este documento en donde también se incluye el derecho a voto de las mujeres, pero solo en las elecciones municipales, en donde podían votar las mujeres alfabetos, mayores de edad, casadas o madres de familia, aunque no hubiesen llegado a la mayoría de edad (art. 86). (Constitución Política del Perú, 1993)

Hasta fines del S.XX, existieron leyes electorales estructuradas y diseñadas para ir por encima de la voluntad popular o instaurar el mandato de los gobiernos, que solo reflejan el beneficio propio. Todos estos actos reprochables se vivieron hasta el inicio del S.XXI en donde se le da caída del régimen autocrático de Alberto Fujimori y se abren las puertas a la verdadera democracia en la vida política del Perú.

Es a raíz de estas experiencias, que se considera que a pesar de tener un sistema democrático con tantas carencias e imperfecciones, este siempre va ser mejor que una autocracia, ya que nos otorga libertad y autonomía, a pesar de que esta no dure mucho tiempo, siempre ha de prevalecer por encima de otros sistemas. Principio de la libertad de decidir

El derecho de la libertad de decidir o elegir a nuestros representantes está regulado en el Artº31 Participación ciudadana en los asuntos públicos de la Constitución Política del Perú, en donde se señala: “Tienen también el derecho de ser elegidos y elegir libremente a sus representantes, de acuerdo con las condiciones y procedimientos determinados por ley orgánica”. (Constitución Política del Perú, 1993)

Asociando la libertad de decidir con la variable de estudio, tendríamos que hablar del clientelaje político, ya que a lo largo de las últimas décadas se ha venido ha observado que el electorado está dispuesto a apoyar a un determinado candidato o candidata a raíz de que produce un intercambio de favores en beneficio propio o de su familia.

En relación a esto (Meléndez, 2010) señala que: “Para lograr controlar el cumplimiento de los tratos clientelares se necesitan dos condiciones: tener una maquinaria política que pueda vigilar el cumplimiento del acuerdo y la percepción de que es posible vulnerar el derecho ciudadano al voto secreto”.

Es por esto que muchos de los candidatos y partidos políticos sacan provecho de esto y ofrecen múltiples beneficios a los electores a cambio de su voto, así es como vulneran y corrompen la libertad de decidir del elector, pero con consentimiento de este.

En el distrito de análisis de esta investigación, Puerto Eten, las campañas electorales se han venido caracterizando por el clientelaje político, a través de dadivas, ofrecimientos de puestos laborales, ventas de terrenos, exoneración de pagos, entre otros. Esta manera de incidir en el comportamiento electoral genera una gran insatisfacción cuando el candidato que sale electo entra a gobernar, ya que muchas veces olvida las promesas y ofrecimientos de campaña.

Es por esto que es necesario promover e incentivar que el electorado se informe acerca de la vida política y propuestas de los candidatos, incrementando el tiempo e interés que se tiene para decidir nuestro voto, siendo más activos, participativos e interesados en la vida política y en los procesos electorales, ya que de esto va depender el futuro de la sociedad peruana; pero esto solo se lograra adquiriendo una mayor estabilidad en nuestra identificación partidaria y no siendo tan volátiles en nuestras preferencias, además debemos rechazar y reprochar cualquier práctica clientelar, variar nuestras influencias en la decisión electoral, confiar más en las promesas electorales siempre que estas tengan un lógico sustento, apoyar más a las instituciones del Estado que son indispensables para la democracia y tener siempre presente que el voto es un acto cívico y de responsabilidad en que debemos participar siempre.

Los factores sociológicos en el comportamiento electoral

Analizar la conducta o el comportamiento electoral de un ciudadano o una sociedad, desde la concepción de (Arnoletto, 2007) se considera un proceso de construcción y manifestación de las preferencias o inclinaciones independientes o colectivas respecto a las alternativas políticas en una contienda electoral, expresadas mediante el voto. Este último aparece como un elemento ambicioso y complicado, inclusive hasta arriesgado debido a que la consideración central debe de enfocarse en las razones , algunas un tanto irracionales, que generan el acto de votar y la elección respecto a una determinada alternativa electoral; es decir , cómo vota el ciudadano y porqué vota en la manera que lo hace.

Los factores que incentivan la participación política y diseñan las preferencias electorales pueden verse afectadas desde acatar órdenes de un superior(ya sea el jefe del trabajo o del partido, de los padres, etc.) o producto de la influencia social (grupo de amigos, redes sociales o colegas del trabajo), al margen de si se está acorde o no con la opción a elegir, partiendo por la atracción e identificación individual con la campaña de un determinado candidato ,ya sea por sus colores, spots ,actividades o

personalidad; hasta llegar a conocer y aprobar o reprobar su perfil académico y profesional, las propuestas de su plan de gobierno, entre otros elementos.

Algunos de estos factores son resultado de un análisis elaborado por el votante en el que tiene en cuenta, se cuestiona o prevé los posibles beneficios que podrá tener a nivel individual o colectivo de participar activamente o con su voto hacia alguna alternativa política; mientras que otros de estos son producto de la incidencia o imposición de parte de los grupos sociales en los que los ciudadanos se desenvuelven en su vida diaria, a falta de un análisis sobre su bienestar o tranquilidad. Esto es, que algunos factores son de carácter racional, mientras que otros son netamente emocionales, resultado de la influencia social.

El modelo o enfoque sociológico: Universidad de Columbia

La teoría del modelo sociológico nace en la Universidad de Columbia en los años cuarenta, Lazarsfeld, Berelson & Gaudet (1968) en su libro The People's Choice, sostienen que el comportamiento electoral es un comportamiento de grupo, respecto al contexto social en el cual se desarrollan los ciudadanos, los procesos comunicacionales y técnicas de las campañas electorales.

Esto supone que el elector es un ser social, cuyas preferencias e inclinaciones políticas se forman a raíz de las conversaciones e interacciones interpersonales, con los miembros de los grupos sociales a la que está afiliado de manera perenne. De esta manera los partidos son apoyados por grupos sociales determinados y estos fidelizan al electorado al incorporarlos para darles identidad partidaria, ejerciendo una influencia profunda en las preferencias electorales de los ciudadanos. Desde este punto de vista se afirma que la principal influencia en los electores se origina de las opiniones de aquellos individuos de confianza como la familia, compañeros de trabajo, amigos, parejas o miembros de grupos de organizaciones civiles, con quienes se relacionan.

Esto refleja el conformismo de las personas por las normas impuestas por la sociedad que se propugnan dentro de los grupos a los que pertenecen, afectando directamente su comportamiento electoral.

El modelo sociológico, se fundamenta en los estudios realizados por Paul Lazarsfeld en el denominado Bureau of Applied Social Research. Así mismo se establece la gran influencia que tenían los grupos sociales en la toma de decisiones políticas, esto a partir de las investigaciones de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet en el condado norteamericano de Erie, Ohio (The people's choice, 1944) y Berelson, Lazarsfeld y McPhee en la ciudad de Elmira, New York (Voting, 1954).

Este modelo o enfoque es denominado como sociológico, debido a que su contenido favorece a las particularidades o atributos sociales de las personas como los elementos centrales que determinan la participación política y el comportamiento electoral, ya sea a nivel colectivo o individual.

Esto quiere decir que, los motivos que condicionan la participación política del individuo o del grupo social, así como su comportamiento electoral, se encuentran estrechamente ligadas a su nivel económico, social, cultural, religioso, racial, genero, lugar de procedencia, edad, entre otros. Es así que, por ejemplo, en el Perú, los electores del norte tienen una tendencia de voto opuesta a la de los electores sureños o las diferencias de tendencias del voto rural con el urbano. Teniendo en cuenta estos escenarios es que el postulado básico del modelo sociológico se fundamenta en que el voto está estrictamente ligado por lo que uno es y lo que uno cree que es. (Dalton & Wattenberg, 2000)

En tal sentido, Montecinos (2007), señala que:

Las características sociales tienen una influencia muy fuerte en los individuos, sin embargo, esto no genera se establezcan preferencias o intereses particulares, por el contrario, ello se logra ubicar a los individuos dentro de una organización social, permitiendo que se afecte sus preferencias por la información política y como consecuencia se empieza un proceso de estructuración de preferencias, por lo cual un individuo pensara políticamente acorde a como se manifieste socialmente.

En la misma línea de ideas, Montecinos (2007) establece que, en el contenido del enfoque sociológico, se establecen tres aspectos que explican diversos comportamientos electorales, dentro de ellos se encuentran: el contexto social, el modelo de la cohesión social y la teoría de las redes sociales.

a. El contexto social: El cual hace referencia a los elementos sociales de un lugar determinado en donde las características que posea determinaran la decisión del elector en votar o no por un candidato en específico. Esto explica que, los contextos sociales establecen el modelo y el nivel de las relaciones que establece el individuo con otras personas lo que permitirá delimitar sus preferencias electorales o políticas. Los contextos o realidad quedan al margen del control o manejo individual, esto se debe a que no se estructuran mediante las preferencias personales. Por ejemplo, en el caso peruano a nivel de elección nacional, siempre ha sido característico las diferencias de tendencias de voto entre el elector que vive en una zona rural del sur, que la del elector urbano del norte del país.

b.El modelo de la cohesión social: Este modelo afirma que, dentro de las relaciones interpersonales o vínculos íntimos entre los amigos, familia, pareja, los individuos tienen la capacidad de influir o dejarse influir unos sobre otros. Esto demuestra que la influencia o cohesión social se produce cuando las personas se tienen una elevada estima personal y entre ellos existe un alto grado

de intimidad y confianza. En tal sentido, una persona se encuentra vulnerable a ser influenciado si percibe la presencia de intereses comunes que benefician ambas partes, lo que al mismo tiempo, puede generar que manifieste una predisposición más amable a ser influenciado (Burt, 1987).

c.Teoría de las redes sociales: Esta teoría, según Barozet (2002), hace referencia a la agrupación de relaciones determinadas de respaldo, apoyo, opinión, vigilancia o de influencia entre una determinada cantidad de actores involucrados. Dichos actores forman parte de un grupo pluri-direccional que establece una relación entre las personas y que organizan ambientes o espacios similares en las que se llevan a cabo actividades de índole política, social, cultural, económica, deportiva, entre otras. Es así que, según esta teoría, cada individuo se desarrolla dentro de una relación de interdependencia con otras personas estableciendo lazos o conexiones que van a permitir expresar su naturaleza sustancialmente doméstica.

Como resultado, las personas no analizan sus intereses electorales de manera individual, sino en relación con intereses comunes del resto de la sociedad a la que ellos pertenecen. Es decir, de acuerdo a la teoría de las redes sociales, los puntos de vista de las personas no se diseñan únicamente a raíz de la individualidad, respecto a sus características o niveles tradicionales, sino que, por el contrario, da respuesta a su relación con las redes a través de relaciones sociales, los que lo nutren de información, opiniones, ideas, influencias, puntos de vista aprobables o reprobables; estructurando así una determinada tendencia electoral.

Es por ello que, cobra gran importancia las relaciones, vínculos o redes que se desarrollan a lo largo de la vida del ser humano, para establecer la preferencia electoral. En resumen, según el modelo sociológico, si se quiere comprender cómo vota un determinado grupo poblacional o de una nación entera, es necesario ser empáticos y comprender el contexto que ellos viven, las circunstancias o problemas que atraviesan, las realidades, redes sociales en las que están involucrados. No obstante, dicho análisis no puede realizarse si se les estudia como un individuo de manera particular dejando de lado el tiempo, ambiente y contexto.

Representación política, organizaciones políticas y candidatos locales

Se hace indispensable tener claro el concepto de lo que es la representación política, motivo por lo que en nuestro país diversas organizaciones políticas han ido perdiendo la capacidad de representación de los ciudadanos, es decir, las demandas de la población no son atendidas por el congreso u otras entidades del Estado, lo que genera una insatisfacción social y una mala percepción de las organizaciones políticas, perjudicando directamente al sistema democrático del país.

Cuando no hay presencia de medios de representación no se podría hablar de legitimidad de instituciones del gobierno, es por ello que no se impulsa una participación ciudadana, y las respuestas de solución a determinados problemas llegan de manera tardía. Los candidatos en diversos procesos electorales se ofertan como representantes de la población, expresando diversas promesas y ofrecimientos que dan respuesta a las necesidades de la población a través de propuestas de gestión pública que las harían viables, no obstante, al terminar la época de campaña electoral, las autoridades políticas que entran a gobernar cortan cualquier tipo de comunicación con el electorado, lo cual demostraba una óptima representación política.

Quienes asumen el rol de representantes dentro del sistema político peruano, vienen a ser los congresistas de la república a nivel nacional, consejeros regionales a nivel departamental y los regidores a nivel local; todo ello dentro de la organización gubernamental del Estado peruano. La función de representación que adquiere al ser elegidos es importante, ya que es su principal rol al entrar al gobierno. Sin embargo, gracias a la fragmentación que existe en las organizaciones políticas y los marcados intereses personales, la mayoría de las veces se desnaturaliza su razón de ser. Así mismo, los representantes, impulsan a que la ciudadanía tenga una mayor participación dentro de la agenda pública, de manera transparente y objetiva. De acuerdo con ello, Pease & Peirano (2009) conceptualiza a la función representativa de las autoridades como una acción de comunicación política entre representantes y representados, en donde el mensaje es de ida y retorno, para tener una comunicación positiva.

En muchos de los casos, los regidores, por ser funcionarios públicos se unen a las acciones del ejecutivo, con el objetivo de hacer lo necesario para cumplir con los ofrecimientos hechos en campaña. Esto sucede, porque dentro del desarrollo de la campaña electoral, se presentaron con promesas propias del candidato a la alcaldía, como parte del ejecutivo, las cuales posteriormente no podrá cumplir. Es conocido que posteriormente tratará de influenciar en el ejecutivo para lograr cumplir con sus ofrecimientos hechos en campaña ni bien lleguen a gobernar, mediante gestiones de respaldo a la población.

Así mismo, se hace referencia a las organizaciones políticas cuando una sociedad se desarrolla, es decir que, junto con el proceso de modernización, a través del cual la sociedad participa y se manifiesta, es considerado como el mecanismo más efectivo para llegar al poder. Los partidos políticos en este desarrollo establecen y relacionan al Estado- que son nada más y nada menos que los gobernantes- con la nación que vendría hacer representada por la sociedad. Representa solo un

segmento de toda la sociedad y busca relacionarse con otros segmentos parar que estos expongan sus propuestas, objetivos y fines, los cuales deben estar fundados en una ideología.

Su génesis y posterior desarrollo está relacionado al problema de la participación política, es decir al constante incremento de la necesidad de ser partícipes en el proceso de diseño de las decisiones políticas que tomen los diferentes estratos sociales (Bobbio, Matteucci, & Pasquino, 1998).En síntesis, el motivo de su existencia está vinculada por la necesidad que tienen las personas de formar parte de las decisiones que se tomen sobre la agenda pública que plantea la sociedad, para ello se hace necesario establecer una estructura organizacional institucionalizada para lograr tener influencia en los diversos sectores de tomas de decisión , a través de sus representantes.

Weber (1996) explica que una organización política, viene a ser una sociedad que tiene objetivos y fines comunes para llevar a cabo un proyecto en donde se logre obtener beneficios para quienes integran dicha sociedad como para quienes simpaticen con ella. Como resultado, los partidos políticos se postulan a las contiendas electorales, en donde presentan a sus candidatos quienes personifican a quien lograra cumplir los fines que han establecido previamente. Así mismo, tienen las funciones de manifestar, explicar, encaminar, ensamblar intereses comunes, exponer necesidades y deseos de la población, llevando el mensaje del partido a las masas electorales y recogiendo lo que estas también manifiesten (Sartori G. , 1992). Aparecen como el nexo de comunicación entre la población y el Estado, para así llevar a cabo la voluntad política de la sociedad. Para lograr dicho objetivo se hace necesario tener una estructura organizada con ideología, que cuente con objetivos de trabajar los temas de gobierno y Estado (Lynch, 2000).

El sistema partidario peruano se ha caracterizado por la pluralidad de organizaciones políticas existentes. Por una parte, están los denominados partidos políticos, los cuales se conceptualizan según la Ley de Partidos Políticos como: “Grupos políticos que expresan el pluralismo democrático, y tiene la función de formar y manifestar la voluntad popular, mediante los procesos electorales” (JNE, 2016, p.1)

Por otro lado, se encuentran los llamados movimientos y organizaciones políticas, quienes pueden ser de alcance regional o local, a los cuales se les otorga la posibilidad de participar en las elecciones de nivel regional, provincial o distrital. (JNE, 2016)

A diferencia de los partidos políticos, los movimientos políticos de carácter independiente son de alcance regional y local. Su diseño estructural no es de arraigo partidario, se fundamenta en las probabilidades electorales que brindan los escenarios políticos, es práctico. Manifiesta la expresión

de la división social y de una democracia representativa decadente. Todo ello trae como consecuencia una actividad política de carácter local, con poca trascendencia a un nivel nacional.

Los candidatos a un cargo de alcalde o gobernador regional resultan de forma informal debido a que no son elegidos mediante una elección interna dentro de la organización política que representan, proclamándose directamente frente a sus seguidores o simpatizantes. Las regulaciones que han establecido diferentes organizaciones son manejables ante una diversidad de hechos que no se ajustan a un verdadero sistema de representación, lo que conlleva a un perjuicio de la representación verídica de las demandas de la población.

Crisis de partidos y transformaciones en las organizaciones políticas a nivel local.

Para hablar de la crisis de partidos políticos en el país, específicamente se hace referencia a los sucesos sociopolíticos que se han venido desarrollando de fines de los años ochenta hasta la actualidad. Contexto en el que se ha venido rediseñando la sociedad peruana en diversos aspectos del ambiente político peruano. El reconocimiento de las organizaciones políticas frente a la sociedad se ha visto afectada por diferentes hechos a nivel nacional e internacional. Se desarrollaron transformaciones en el ambiente político, social, económico, cultural de la sociedad y del Estado.

En esta misma línea, Tanaka (1998)hace referencia, que la crisis en la que se encuentran los partidos políticos peruanos tiene estrecha vinculación con la transformación del Estado, debido a que se pasó de un Estado centralizado a un Estado mercantilista con fuerte arraigo al inicio de 1980, es por ello que la actividad política de las organizaciones transcurre desde el principio electoral de los movimientos y partidos, el cual fue característico del Estado centralista hasta fines de la última década del siglo XX, a un movimiento electoral mediático o contemporáneo , característico de los partidos y movimientos políticos de los años 90, particularidad que se expande hasta el día de hoy, y que podemos visualizar en las diferentes campañas electorales de nivel nacional , regional o local.

Dicho escenario, fue impulsado en los años noventa por factores como la oposición a la institucionalización de partidos por parte del gobierno Fujimorista y ciertos sectores de la opinión pública al sistema de partidos políticos, especialmente a los partidos tradicionales. Como ya es de conocimiento, el gobierno de Alberto Fujimori se dedicó a desacreditar por diversos medios de comunicación a los dirigentes de los partidos políticos existentes generando con ello la desconfianza de la población, la cual se encontraba en un escenario en donde surgían nuevos sectores sociales con múltiples problemas. Es así que se deja totalmente de lado los posibles cambios o reformas que permitieran el fortalecimiento e institucionalización de los partidos políticos para que con ello logren tener las condiciones óptimas de representación.

Este es el escenario, en el que surgen los movimientos políticos independientes de alcance regional o local, tomando protagonismo electoral aprovechándose del desprestigio de la representación política partidaria tradicional. De acuerdo a ello, Lynch (2000) afirma que los partidos tradicionales no tuvieron éxito ni en el discurso ni en lo pragmático, generando con ello la insatisfacción de la sociedad por la actividad política de estos, la cual se desarrollaba en oposición bajo determinadas orientaciones prácticas, con un reducido discurso que no representaba de manera total los intereses sociales, en donde no se incluía propuestas de cambio y mejora para para la población peruana en un sentido más amplio.

Con el propósito de enfrentar dicho escenario de fracaso de los partidos tradicionales, estos últimos desarrollan actividades políticas de carácter informal e independiente, lo cual pretendía acoplarse a las necesidades inmediatas y más preocupantes de los diversos sectores de la población, basada en un razonamiento que niega rotundamente la tradición partidaria y brinda respuestas o soluciones asistencialistas, proyectando la imagen de una óptima eficiencia en la administración de los recursos del Estado. No obstante, por su orientación informal e inmediata se deteriora con su avance al no poder mantenerse dichas políticas populistas, inmediatistas y asistencialistas.

Las diversas actividades políticas desarrolladas por los independientes solo fueron una expresión de la debilidad de su diseño, puesto que lo satisfacen las expectativas de transformación y reestructuración del sistema político. De este modo, con el dominio de otras propuestas de solución conlleva a la desaparición de los partidos políticos en el ambiente público hasta otro momento, lo cual demostraba el fracaso de la actividad política como el factor que generaría el cambio para diferentes sectores sociales.

De esta manera, en el Perú no habían funcionado las posibles maneras de hacer política, ya sea como impulsor de democracia o como forma de enfrentamiento. El primero como régimen democrático, no tuvo efecto puesto que expreso el fracaso de los partidos políticos, el cual se puede entender, entre múltiples motivos, por la caracteriza humana de los representantes políticos, comprendidos como líderes o jefes con decisiones firmes y rígidas de la política, orientándose a lo largo del tiempo a la incapacidad para dar solución a los problemas que se le presenten

Esta falta de eficiencia del populismo oligárquico y reducido de los partidos políticos, lo que facilito al tránsito de ser una asociación atractiva de seguidores de un líder a transformarse en una asociación de clientes que tienen la disposición de ser beneficiados de lo que el poder político les pueda otorgar. (Lynch, 2000)

Es por ello, que fue imposible transcurrir de los modelos representativos ya desprestigiados a modelos democráticos. Este impedimento se debe al fracaso de la política como forma democrática y a la ausencia de un sistema de partidos fortalecido.

No obstante, es preciso tener en cuenta que el escenario de crisis política se desarrolló a nivel mundial, lo que se le conoce a su vez como la denominada crisis de la democracia liberal. Lynch mencionaba que, la democracia al comprenderse como un debate entre conocedores y grupo de conocedores de los temas del estado profundiza progresivamente su característica elitista, lo que da como resultado la ascendente ruptura entre el ambiente político y la ciudadanía; contexto que conducía a una aguda crisis política como una actividad institucional y partidaria. De este modo, la crisis dejo a un lado la idea centralizada de una política como actividad. Esto quiere decir que, la actividad política dejo de lado su función organizadora de la vida social; asignándole ello al sector económico y financiero, propio del modelo neoliberal, lo cual impulsa al libre mercado fundamentado en la racionalidad del costo beneficio y la individualidad, comprendido como elementos de la globalización.

En palabras de Lynch (2000) esta crisis política también va a involucrar la crisis de la extensión idealizada de la misma, relacionada a la caída del comunismo, lo cual sirve de justificación para la supresión de derechos y soberanías que habían logrado obtener los diferentes países del mundo, impulsados por los protectores del sistema liberal capitalista. De esta manera, la actividad política promueve la concentración como factor característico, entre el capitalismo y comunismo, con ello se lograría generar un acuerdo tácito entre las democracias de elite propia de los países capitalistas del primer mundo, demostrando con ello una prueba que garantizaría el dominio estos, el cual se verá reflejado en los cambios minúsculos que se puedan considerar entre gobierno y gobierno (Lynch, 2000) .

En suma, la crisis política de la que hacemos referencia está fuertemente caracterizada por un arraigo elitista y la distribución de este, lo cual genera la desconfianza de la sociedad en las organizaciones políticas, ya que dan la idea que no son un medio que los represente o pueda dar solución a sus necesidades y exigencias. Un quiebre entre estos dos actores el cual se va desgastando con el tiempo, como se refleja en nuestro país, en donde se hacen visibles los mismos escenarios en las acciones que toma el gobierno, en los cuales incluso parece ser ya incorregible el problema de la corrupción en todos los niveles de Estado.

Al ir careciendo de una finalidad objetiva, la actividad política es resumida en un simple discurso pragmático e inmediatista, como base de la vida social. A dicho discurso que es más característico en

los años noventa, Lynch lo denomina discurso antipolítico, el cual se encarga de narrar el contexto político con una arraigada presencia de actores políticos independientes de cada contienda electoral. De acuerdo con ello, la anti política se sintetiza en:

(...) conjunto de discursos y prácticas que satanizan la política como actividad pública e institucionalizada y pretenden su reemplazo por el libre funcionamiento de mecanismos naturales como el mercado, cuya vigilancia está a cargo de técnicos que portan saberes especializados para brindar soluciones prácticas a problemas específicos. (Lynch, 2000, p.23)

Sin embargo, como ya se ha expuesto anteriormente, este suceso también es explicado por Zizek (2008), a través del término pos-política, el cual manifiesta la constante necesidad de dejar de lado las tradicionales separaciones ideológicas y de tomar en cuenta las posibles soluciones a los actuales problemas sociales con la ayuda adecuada de un profesional con experiencia. Las ideas ya expuestas, nos impulsó a la investigación de la clase de discurso y del comportamiento electoral, a raíz de esta experiencia histórica. Se he permitido realizar una evaluación acerca de la importancia de la preferencia ideológica, tomando en consideración los cambios que se originaron en las organizaciones políticas del Perú.

Participación política

La teoría de la participación política se desarrolla en los años sesenta aproximadamente, a raíz de un contexto social donde no existía una buena relación entre representante y representados, específicamente en el tema de satisfacer las necesidades básicas de estos, es por ello que la participación social se manifiesta mediante huelgas, protestas y manifestaciones por grupos sociales que exigían la atención de sus demandas. Así mismo (Sabucedo, 1996) señala que la participación política nace como un término de importante incidencia en el análisis de los procesos electorales, siendo considerado y relacionado tradicionalmente con el acto de votar, sin embargo, hoy en día sabemos que este acto, es solo una de las tantas expresiones de los ciudadanos para involucrarse en la vida política.

En este sentido para hablar de la participación política involucra que el ciudadano realice diversas acciones como: votar en elecciones, organizarse por medio de grupos sociales con la finalidad de cambiar alguna decisión pública, aportando dinero en una campaña política o participando activamente en ella, actuando como ente de fiscalización y control de la gestión pública de su localidad, militando un partido o movimiento político o aportando ideas para mejorar la calidad de la gestión pública.

Deth (2001) señala que, la participación política suele ser comprendida de manera tradicional como una actividad que realizan los ciudadanos con el fin de influenciar las decisiones políticas. En este sentido ,la ciudadanía expresa sus demandas con la finalidad que las autoridades o candidatos las tomen en cuenta y puedan hacerlas realidad .Nos podríamos centrar en dos contextos en época electoral y época gubernamental, siendo la primera en donde el electorado condiciona su voto o su participación a cambio de lo que le ofrece el candidato, analizando si realmente sus propuestas satisfacen sus exigencias, en cambio en época gubernamental ,la ciudadanía demuestra su participación ,exigiendo mediante protestas o manifestaciones que las autoridades cumplan lo que habían prometido, tratando de incidir en las decisiones políticas de quienes los representan. Es por esto que resulta un tanto impreciso hablar de un solo tipo de participación política, ya que inciden una serie de factores que afectan este término, sin embargo, la literatura de las ciencias sociales manifiesta que la distinción más tradicional se establece entre participación política convencional y no convencional.

Barnes & Kaase (1979) afirman que la tipología no convencional se centra en realizar manifestaciones, huelgas, exigir peticiones, boicots en donde se utiliza la violencia, mientras que la convencional se basa a la actividad en el proceso electoral, es decir comprende la conducta del voto.

Sin embargo, estas tipologías son cuestionadas por Sabucedo (1996), quien señalo que no se puede ser tan ingenuo como para creer que estos patrones conductuales tienen un carácter universal y se presentan del mismo modo en cualquier tiempo y lugar.

Es así que esta diferenciación resulta un tanto errónea ya que las actitudes sociales son variables de acuerdo a cada contexto, debido que lo que es considerado como no convencional en un tiempo puede llegar a ser percibido como algo aprobable poco tiempo después y viceversa.

A raíz de estos conflictos podemos afirmar que la participación política comprende múltiples mecanismos y formas de expresión, es por ello que esta tema adquiere suma importancia, ya que el sistema político manifiesta una conducta y relación distante respecto a la ciudadanía, debido a que pasa por alto las condiciones y problemas por la que estos atraviesan, llegando a perder representatividad y respaldo de la población.

Si nos enfocamos en el contexto peruano, haciendo énfasis en cómo se manifiesta la participación política en época electoral, podemos decir que existe una participación activa y pasiva la cual gira en torno al interés por la política, en donde entra a tallar la incidencia de los factores psicológicos, culturales y educativos sobre las actitudes y conductas políticas (Deth, 2001). Teniendo en cuenta esto, los sujetos activos serian quienes militan un partido político ya que actúan en época electoral y

no electoral, en cambio los sujetos pasivos son quienes apoyan a diversos partidos políticos en cada proceso electoral, no tienen ideología y se dejan influenciar por intereses individuales.

Si bien el peruano se siente decepcionado de la política, existe un gran porcentaje electores que participan de manera activa, respaldando una preferencia electoral determinada, ya sea porque se siente represando, por algún incentivo económico o porque busca sacar un beneficio a cambio, en el caso que su candidato llegue a ganar la elección. Es por eso que la participación política peruana se caracteriza por ser clientelar y no porque elector realmente se interese por la política o busque un cambio social, aunque existe cierto porcentaje de electorado que se comporta de manera diferente sin embargo este es muy mínimo.

Clivajes políticos

El estudio de esta teoría se desarrolla en los años sesenta aproximadamente, a raíz de la investigación de los sistemas de partidos en Europa, en el libro Party Systems and Voter Alignments (Sistemas de partidos y alienaciones de votantes), escrito por (Lipset & Rokkan, 1967) quienes buscaban orientar la forma en que los partidos de los sistemas políticos de Europa Occidental surgieron y se establecieron alrededor de ciertos clivajes sociales básicos.

En esta teoría se explica la motivación del voto teniendo en cuenta las preferencias de los grupos electorales con los partidos políticos, en donde el voto representa las diferencias estructurales que existen en una sociedad en un tiempo determinado, a estas diferencias o divisiones, se les conoce como clivajes.

De acuerdo a esta teoría ,se afirma que cuanto más sólida sea la relación entre los partidos y el electorado, logrando el primero representar las aspiraciones y anhelos del segundo, se logrará consolidar el sistema de partidos, pero para este sea un sistema competitivo, es necesario que los partidos que lo integran sean auténticos para que se diferencien y generen división entre estos, además que de esta forma expresaran sus propias ideas ,propuestas y diferencias, en donde el electorado decidirá formar parte del que se sienta más representado.

Teniendo en cuenta el pensamiento de Lipset y Rokkan, las preferencias ideológicas relacionadas con los clivajes políticos, han sido comúnmente expresadas en términos izquierda y derecha, un ejemplo de ello es el país de Uruguay, puesto que se caracteriza por tener dos partidos nacionales con ideología opuesta: El partido colorado (centro derecha) y Frente Amplio (centro izquierda). En ese contexto se puede afirmar que existen dos clivajes estructuralmente definidos, en donde se muestra una marcada diferencia entre el electorado de la capital Montevideo con otras ciudades igual de

importantes, quienes son asiduos defensores de la derecha, en oposición a ciudades pequeñas de la zonas rurales quienes se sienten identificados con la izquierda.

Por otra parte, Martin (2000), afirmaba que un sistema de partidos estructurado en torno a clivajes estables tiende a generar fenómenos de alineamiento electoral.

En este sentido el alineamiento de los electores se refleja cuando estos respaldan una organización política, la cual debe estar siempre activa, es decir manifestándose constantemente, es entonces que el electorado la respalda emitiendo un voto en su favor en reiterados procesos electorales. Además, debemos tener en cuenta que en la actualidad estos clivajes no solo se generan entre partes que manifiestan diferencias en temas tradicionales como la pobreza, religión, educación, delincuencia, salud, etc. Sino que ha surgido la aparición de nuevos valores y temas que entran en la arena política, los cuales ya no solo expresan demandas colectivas, sino se expresan como autonomía individual, exigiendo demandas como el respeto de género, el aborto, defensa de los animales, defensa de la mujer, protección del medio ambiente, entre otros. Los cuales han calado gran importancia dentro de la agenda de los partidos políticos en la actualidad.

Es así como estas novedosas demandas, rompen con los clivajes tradicionales, los cuales les daba la facilidad a las organizaciones políticas de estructurar posiciones estables dentro de la sociedad, en donde se tenía definidos esquemas de representación y fidelización, dirigidos hacia el electorado que querían captar o que ya habían captado.

Esto conduce a que actualmente ya no se considere a los partidos como el principal medio para representar los intereses de la ciudadanía, dando origen al nacimiento de organizaciones que se alejan de las ideologías y solo se centran en los movimientos sociales, dentro de estos podemos encontrar a los feministas, la comunidad LGTV, animalistas, ecologistas entre otros; los cuales actualmente son el centro de atención por parte de la opinión pública y los medios de comunicación.

El modelo psicológico de la Universidad de Michigan.

La teoría del modelo socio psicológico nace en la Universidad de Michigan en los años sesenta, (Campbell, Converse, Miller, & Stokes, 1960) en su libro The American Voter, sostienen que esta teoría centra su interés en el individuo, porque lo considera un ente que logra desarrollar una identificación psicológica permanente con un partido mediante el proceso de socialización.

Es decir que el elector se influencia, tomando en cuenta un conjunto de comportamientos y actitudes, respecto al sistema político, sirviendo esta percepción como elemento de juicio al momento de tomar una decisión política. Es así que, si el elector no se informa de manera óptima respecto a las

decisiones políticas acerca de temas de alcance social, la idea que estos tengan respecto a si se sienten representados o no por un determinado partido va funcionar como un instrumento mediador entre el entorno político y el electorado, otorgándoles un conocimiento previo para que los ciudadanos sufraguen.

Esta teoría asevera que el electorado desarrolla relaciones psicológicas con los partidos o hacia preferencias ideológicas que se dan a raíz de las relaciones sociales y que influyen de manera significativa en su comportamiento electoral.

(Evans A. , 2003) Considera que el modelo de Michigan influye en las bases teóricas que sostienen a la Economía Conductual respecto a la explicación del comportamiento electoral, exponiendo que la psicología interviene en las decisiones del individuo sobre la inclinación o favorecimiento de elección y en la toma la decisiones las cuales se tornan de naturaleza compleja, dando lugar a los a sesgos cognitivos como criterios que determinan la falta de racionalidad y comportamientos.

Sin embargo, según Moreno (2009), el modelo de Michigan incentivo múltiples críticas, algunas originadas de investigadores del voto en Estados Unidos y en Europa Occidental; no obstante, el descenso del partidismo, la noción de identificación partidista y su aplicación a diversos casos presentados, tanto en democracias desarrolladas como emergentes, demuestra la importancia que el modelo de Michigan continúa siendo inigualablemente relevante en los estudios del voto.

A través de la psicología se lograr analizar al comportamiento electoral, promoviendo un interés especial por la comunicación política, la cual cobra importancia significativa dentro de las campañas electorales. La teoría psicológica se ha caracterizado por su dura crítica al modelo social de la Universidad de Columbia debido a que esta considera como poco importante a la comunicación política dentro de la decisión electoral del votante, manifestando que los electores que van de un partido a otro como tránsfugas , tienen una influencia significativa dentro de los resultados de una elección, es por ello que el modelo psicológico tiene en cuenta que para medir los cambios que se dan de una elección a otra en la decisión del elector es necesario tener en consideración comportamientos como el juicio crítico que cada individuo realiza al momento de elegir a una propuesta política, dando respuesta a la pregunta: ¿Qué lo motivo a desarrollar esa preferencia por determinado candidato o partido político en específico?

De dicha manera las investigaciones orientadas a la aplicación de la comunicación política han contribuido al análisis de la incidencia que tienen los medios de comunicación dentro de las campañas electorales, destacando su influencia en las variaciones de intención de voto. La investigación manifiesta que gran porcentaje de ciudadanos no prestan atención a lo que escuchan en los medios de difusión, de tal manera la información que pueda surgir de forma discontinua o perjudicial en contra de una alternativa ,suele desaparecer ante información de importancia e interés por parte de la población; dicho proceso también se desarrolla de igual manera a nivel individual, en donde la capacidad de retención y escucha se desenvuelve de manera selectiva sustentada solo en las tendencias políticas pasadas que orientan la eliminación de mensajes emitidos por los medios de comunicación.

En estas líneas la teoría del modelo psicosociológico es criticado debido a que se hallan evidencias empíricas respecto a que el tema de la identificación partidista no es estable, ya que se va transformando, teniendo en cuenta diversos elementos a corto plazo, dichos elementos serian: candidatos, contexto económico, propuestas, etc. Además, no se centra en dar explicación alguna sobre el voto volátil (cambiante), ni la presencia de electores sin identificación partidaria y mucho menos sobre elecciones en países en donde no hay precedentes democráticos.

En síntesis, podríamos decir que el Modelo de Michigan no considera que los factores como el entorno social, relaciones familiares, cultura, religión y clase social sean factores determinantes en la decisión del elector, como lo propugna la escuela de Columbia; pero lo que si consideran es, que estos factores producen actitudes y vínculos hacia los partidos políticos, creando así una identidad partidaria al elector. En lo que sí coinciden estas dos teorías, es que el elector carece de motivación por informarse acerca de la vida política o de plano desconocen del tema, por lo que, al momento de emitir un voto, necesitan de luces o pistas que lo puedan orientar a tomar una decisión.

En tal sentido, se hace necesario hacer de referencia que, de la misma forma que sus compañeros de la Universidad de Columbia, la investigación inicialmente no parte con la premisa del estudio del comportamiento electoral, sino en el análisis de las actitudes acerca de la política exterior de los Estados Unidos, en donde los diversos hallazgos que se encontraron condujeron al análisis más profundo de una teoría que explicara el comportamiento electoral.

El instrumento que se hizo en dicha investigación fue una encuesta con muestra nacional con la cual se daba respuesta a situaciones centradas en lo que respecta al interés de las personas por la política y las preferencias o sentimientos que estos tienen por un determinado candidato para así poder establecer la intención de voto en unas próximas elecciones presidenciales en dicho país,

profundizando en ciertas motivaciones o impulsos que los llevan a sufragar , así como por las preferencias electorales.

Dicha investigación arrojo como resultado que son los factores psicológicos los que son predominantes en el comportamiento del elector. En este sentido, el elector toma en cuenta las experiencias y necesidades inmediatas, estableciendo con ello las consecuencias positivas o negativas que pueda conllevar su comportamiento electoral al elegir a un determinado candidato.

Para la escuela de Michigan estas consecuencias que van a tener en cuenta son las actitudes, las cuales son entendidas según (Campbell, 1960), como: "una orientación de la política nacional, vista por el votante como positiva o negativa". De esta manera, cuando dichas actitudes se relacionan más con la propuesta de un candidato u organización político el voto estará orientado a favor de este, no obstante, si dichas actitudes se alejan o contraponen a lo que ofrece uno de ellos, el voto le será esquivo por lo que obligaran indirectamente al elector a elegir por otras propuestas en contienda o desistir del sufragio.

El modelo psicológico de la escuela de Michigan, tiene como elemento central de estudio al sujeto, pues es este quien a través de su diseño de conocimientos va ir estructurando sus acciones y la define mediante unos patrones o características de socialización y el fortalecimiento del vínculo político, lo que va conducir a la afiliación partidaria.

El elemento más importante dentro de esta estructura son las actitudes, las cuales surgen dentro del proceso de socialización primaria, como resultado de un conjunto de factores esquematizados que se rescatan de las relaciones familiares (en lo cual se asimila al modelo sociológico de Columbia), con lo cual más adelante se van a ir reajustando en los procesos de socialización secundaria, en donde los grupos de los que se forma parte se transforman en refuerzos de determinadas actitudes, las cuales se ven también influencias por el contexto político.

Sin lugar a duda es un proceso prolongado, en donde cobra una gran importancia la identificación partidaria como el elemento que construye la formación de la decisión política, debido que el individuo se transforma en un actor que interviniente constantemente en la política.

(Visser, 1994), afirma que los estudios acerca del modelo psicológico dentro del comportamiento electoral vienen desde el año de 1940; en donde se analiza a profundidad las elecciones presidenciales de los EEE.UU del año 1948. Demostrando que esta teoría tiene como base el estudio de las habilidades y cualidades que se manifiestan en los individuos dentro del ambiente político, entendidas como factores o elementos de juicio al omento de sufragar.

La investigación de (Visser, 1994), toma como referencia al estudio de “The American Voter”, afirmando que los individuos construyen un orden de conocimientos los cuales le van a permitir identificar las principales características del sistema político, determinando con ello las preferencias políticas y por ende el comportamiento político de la ciudadanía; apartándose con esa afirmación del modelo de la Universidad de Columbia, expresando que el método del que hacer uso solo considera información sociodemográfica con una base de sustento muy precaria; dentro del estudio de la teoría psicológica el individuo logra a tomar su decisión electoral dentro de una contienda electoral. Otro ambiente que cree necesaria la evaluación del modelo psicológico es la que está enfocada en los múltiples movimientos, partidos, alianzas y en la información que se genere del contexto electoral, demostrando que este modelo demuestra que el comportamiento electoral se aprovecha del esquema cognitivo propio de la identidad partidaria.

(Sartori G. , 1980), explica que es posible encontrar similitudes entre el modelo psicológico de Michigan y social de Columbia. Dejando de lado las particularidades de cada modelo, el elector se verá influenciado del entono en el cual se desarrolla, con lo cual va formándose y amoldando una postura electoral, creando con ello un esquema cognitivo, a raíz de la influencia social y el análisis psicológico de cada individuo.

Dentro del estudio psicológico del comportamiento electoral, encontramos al “votante medio”, el cual considera a la psicología como un factor fundamental que orienta a la evaluación y comprensión del comportamiento electoral, a través de una valoración retrospectiva y prospectiva del manejo de las acciones de los candidatos o partidos políticos, afirma. (Fraile, 2005)

Lo cual permitirá clasificar a los votantes de la siguiente manera:

- **Votante duro**: Esta clasificación selecciona a los electores con alto grado de fidelidad y lealtad hacia un determinado partido político. Así mismo poseen amplios conocimientos sobre el desarrollo histórico de la política, teniendo la capacidad de mantener el voto por la misma alternativa a lo largo del tiempo.

- **Votante intermitente**: El elector de esta clasificación se caracteriza por desarrollar fidelidad hacia determinado partido a nivel psicológico; el elector intermitente participa activamente de la campaña electoral solamente si la situación es necesaria o si cree que su voto es decisivo en el resultado final.

- **Votante free rider**: El elector se caracteriza por desarrollar una inclinación de aprobación hacia un partido en específico, con la diferencia que no acude a sufragar el día de la elección.

Votante clientelar: El elector tiene una participación activa en favor de una propuesta motivado por hechos que lo comprometen a demostrar dicha actitud, sin embargo, no presenta personalmente interés alguno por lo que propone dicho candidato.

Votante por referencia: El elector emite su voto en función a si la propuesta del candidato o partido político beneficia sus propios intereses.

Así mismo también se identifican la clasificación de abstencionistas, de la siguiente manera:

Abstencionista invisible: El elector no es tomado en cuenta dentro del sistema político, debido a que lo tiene registro de identidad.

Abstencionista técnico: El ciudadano se encuentra imposibilitado de ejercer su derecho al sufragio por hechos aislados a su voluntad.

Abstencionista contingente: El elector tiene la intención de acudir a sufragar, pero en el camino suceden hechos inusitados que e impiden sufragar.

Abstencionista racional: El elector toma una actitud firme en no acudir a emitir su voto del día de la elección.

Abstencionista beligerante: El elector teniendo una opción pensada antes de emitir su voto acude a las urnas y decide cambiar de decisión.

A raíz de la clasificación de los votantes se hace visible que surgen múltiples situaciones que influyen en la intención de voto, teniendo en cuenta el perfil psicológico del elector de voto duro y el abstencionista invisible. Siendo el resto de las clasificaciones, en las cuales se considera que tienen influencia de las diferentes posturas del medio en el que se desenvuelve, ya sea el entorno familiar, social, laboral, religioso, cultural u otra índole; desarrollándose con más amplitud el estudio psicológico para analizar cada suceso desde una mirada diferente. Resultado ser necesaria la interrelación de las disciplinas, las cuales permitirán tener una visión global y permitirá brindar elementos que expongan las razones que motivan al voto por determinada propuesta, según (Goodin & Klingemann, 1996).

Finalmente, los comportamientos o actitudes políticas del modelo psicológico como señala (Fearon, 1999), afirman que los conjuntos de actitudes políticas son comprendidos por la ciudadanía como creencias o tendencias de carácter político. Así mismo señala que las actitudes políticas son entendidas por los ciudadanos como dogmas y tendencias de índole político, las cuales se desagregan

en un conjunto de elementos afectivos, intelectuales y de valoración, los cuales definen el actuar político, ya sea en el aspecto medible o direccional:

-Elementos afectivos: Los cuales afectan al individuo a nivel de los sentimientos que las acciones políticas puedan despertar en él. Así mismo, explican porque los individuos se acercan o se sienten identificados con un determinado partido político, así como el agrado o simpatía que les genera al resto. Dichos elementos son esenciales para comprender los procesos de integración o rechazo político.

-Elementos intelectuales: Los cuales determinan los conocimientos o aprendizajes que los ciudadanos tienen respecto a lo político y comprenden el seguimiento monitoreo de la información política, el nivel de interés que tienen

de ella, así como cuanto conocen a los candidatos en contienda, el partido que los representa y los programas o propuestas que estos planean.

-Elementos medibles o evaluativos: Los cuales el sujeto tiene en cuenta acerca de las acciones políticas que se viven en campaña, de las instituciones u organismos gubernamentales y de los actores políticos, los cuales van a establecer los procesos de estabilidad o transformación dentro del comportamiento político.

De la misma manera, se tienen en cuenta tres elementos fundamentales dentro del estudio del comportamiento electoral, los cuales son:

a) Identidad partidaria. - La cual es comprendida como la relación estable entre el electorado y un partido político.

b) La imagen del candidato. - La cual involucra una serie de características de los candidatos en contienda, las cuales van a resultar ser elementos esenciales dentro de la decisión del votante.

c) El contexto de la campaña. - Comprendido como el escenario en donde se ponen en la mesa los temas de intereses de la ciudadanía y como cada candidato los va a desarrollar dentro de su plan o programas de gobierno y en medio de la contienda electoral.

Teoría del modelo de la elección racional o económica.

Downs (1973) en su libro "Una Teoría Económica de la Democracia" afirma:

"Una de las herramientas que usan los gobiernos para mantenerse en el poder es, el control de la economía. La idea es gastar lo menos posible y aumentar la preferencia de la población hacia el partido en el gobierno, para que pueda volver a ser elegido" (pg.539)

En tal sentido, el comportamiento electoral del ciudadano gira en base a al razonamiento utilitarista, el cual está por encima de sus preferencias electorales, identidades partidarias o ideológicas y su pertenencia a un determinado grupo social.

Este modelo asevera que la decisión del elector se produce de la percepción que se tiene de los candidatos en contienda, evaluando el desempeño que han tenido en el pasado y si pudiese ser positiva su elección en un futuro.

(Downs A. , 1957) Consideraba que el actuar racional se relaciona también con los errores, en ciertos casos el votante puede errar en su elección y el último de los casos poder corregir su equivocación y conducir sus actos de forma razonable, logrando subsanar su mal proceder. De esta manera, expresa que el escenario del factor racional es donde los errores se aceptan y enmiendan ante el comportamiento irracional en el cual no se cree probable una corrección del comportamiento político.

Así mismo la teoría del factor racional político necesita de un estudio profundo junto al sistema democrático, haciéndose necesario que el gobierno de turno garantice las condiciones democráticas suficientes que exige la constitución política, un ejemplo que refleja lo expresado por parte del modelo racional como factor central del comportamiento electoral es a través de la participación política en el acto del sufragio como derecho y deber cívico-patriota , en el cual los ciudadanos tienen múltiples alternativas de elección y escogerá una de estas de forma consciente y razonable , teniendo en cuenta la que más beneficios le traiga consigo y siendo útil a la vez en el desarrollo de la sociedad en la que se desenvuelve.

Teniendo en cuenta los resultados encontrados por Downs, se explica la existencia de factores relacionados a la decisión electoral, señalando que el elector a pesar de su elección racional no puede predecir lo que podrá pasar en un futuro, es asa que emite su voto en consecuencia a las experiencias o vivencias del presente, teniendo en cuenta el comportamiento electoral del candidato y el electorado, así como las propuestas de índole económico y social que existan.

Por ello es necesario considerar lo siguiente:

 Factor Tendencia. - El electorado asume el compromiso de mantener firmemente su decisión electoral ante los múltiples escenarios del ambiente político.

 Porcentaje de éxito. - Su utilización debe ser empleada en situaciones en que el elector no tenga una elección establecida o simpatía por una alternativa política, debido que en el ambiente político se presentan partidos con propuestas o planes similares y el electorado no puede aún posicionarse o identificarse dentro de una de estas agrupaciones.

A través de la consideración de estos factores es que se conseguirá que el comportamiento electoral sea racional, sincero, firme y con preponderancia sobre la incertidumbre o la duda, la que se genera a partir de la investigación de los probables resultados de decisión electoral.

A lo expuesto se le suma los elementos que hacen posible reducir la incertidumbre en los votantes y permitiendo el uso del criterio de la racionalidad:

• Como primer elemento encontramos a los persuasores políticos, los cuales nacen como respaldo o atacantes de una opción política en una campaña electoral, reflejando características especiales: Amplios conocimientos políticos, otorgando información de manera pública a la sociedad y logren orientar a las masas en dirección del logro de los fines establecidos.

Los partidos políticos tradicionales son un ejemplo claro de persuasores políticos, ya que en ellos predomina la información que les es beneficiosa y descartan la que les es perjudicial.

• El segundo elemento es el liderazgo, el cual se considera un mecanismo que influye dentro de la decisión electoral, debido a su característica de retroalimentación dentro de la contienda electoral, la cual siempre demuestra resultados positivos, así como su gran capacidad de captar gran cantidad de militantes y simpatizantes, logrando generar pasión y fidelidad en su trabajo de respaldo; generando con ello un alto índice de éxito.

• El tercer elemento son los intermediarios o mediadores, quienes no tienen ningún cargo de candidatura dentro de la elección, sin embargo, son actores que generan la articulación, buscando introducirse dentro de la mente de los electores direccionado su preferencia hacia determinado partido o candidato en especial.

Por otra parte (Fearon, 1999), afirma que el comportamiento electoral es el predominio que este mantiene dentro del desarrollo de la campaña electoral, lo que le va permitir identificar los medios que le permiten lograr el control político; todo líder político tendrá como misiva posicionarse en el

pensamiento del elector, pero solo dependerá de los ciudadanos acoger o rechazar las propuestas que este le brinda, en la situación en donde el líder ya haya ejercido anteriormente un cargo público, el desempeño de su trabajo realizado será tomado en cuenta para brindarle la confianza o rechazarlo rotundamente.

De tal manera es indispensable exponer la influencia que tiene en la decisión política, la evaluación que toma en cuenta la ciudadanía de las acciones que realizaron en su momento los candidatos que ya han sido autoridades o que hayan ejercido un cargo dentro del Estado, tomando en consideración las gestiones realizadas, el grado de responsabilidad con el que ejercieron, las metas o propuestas que llegaron a cumplir; tomando en cuenta estos puntos es que el electorado logra mentalizar de qué manera es que se desempeñaría en un posible cargo en un largo plazo de llegar a ganar la elección y lo que esperan es que candidato electo sea un ciudadano preparado académicamente y con experiencia para asumir un cargo gubernamental ya sea a nivel local, regional o nacional.

En la publicación de la revista Estudios Electorales, (Lewis-Beck & Paldam, 2000) expusieron diferentes hallazgos de las investigaciones realizadas respecto al voto económico, la cual recopila información desde fines del siglo XX, enfatizando lo siguiente:

• Se presenta una relación cercana entre los elementos que componen la evaluación de la economía con el voto y el contexto por el que atraviesa el gobierno, centrando sus preferencias en base al escenario económico por el cual se encuentre el país.

• El contexto económico y los elementos que lo constituyen como por ejemplo: Un ambiente de elecciones gubernamentales se caracteriza por el cambio en el precio del dólar y por ende de los insumos; esta situación nos conduce al estudio de como la economía incide en el establecimiento o variación del voto.

• Otros escenarios que afectan en los cambios dentro del voto son la alta tasa de desempleo, la inflación o hiperinflación; lo cual conlleva al elector a votar por una determinada propuesta en específico.

• Los electores consideran mucho más importante que la propuesta política de su elección asegure estabilidad económica a futuro dejando de evaluar el presente económico.

• La evaluación que tiene en cuenta el elector es de tipo retrospectiva que prospectiva, debido a que al tomar una elección racional considera mucho lo que los candidatos han podido realizar antes ejerciendo cargos públicos.

• La mayoría de los electores tienen a la mano información de la situación económica, dadas a través de la radio, televisión, internet o publicaciones de los candidatos en contienda; lo cual es de suma importancia en el proceso de elecciones gubernamentales, sin embargo, no lleva a cabo un análisis profundo o detallado del desarrollo de la económica a lo largo del tiempo.

• El estudio del electorado por estratos económicos cobra gran importancia al momento de definir el voto, debido a que presentan múltiples factores económicos que componen la sociedad y de acuerdo a ello el equipo técnico estructura estrategias que se orientan a captar el voto.

Siguiendo con lo expuesto (Kroh, 2009), afirma que el diseño del modelo económico depende netamente del sistema de gobierno que tenga cada país; dentro de un sistema de gobierno parlamentario, el cual se caracteriza por ser compuesto por diferentes bancadas con fines y objetivos particulares, es un tanto complicado establecer acuerdos, lo cual no permitirá una adecuada organización y aprobación de legislaturas que contribuyan en el desarrollo de la economía.

Es una realidad afirmar que si el sistema de gobierno está compuesto por múltiples bancadas, y el ejecutivo está dirigido por una autoridad con una determinada identidad partidaria persiguiendo los fines que los rigen, siempre existirá un legislativo que en la mayoría de los casos estará en oposición frente a las decisiones de Estado, esto ocasiona que sea difícil responsabilizar a uno de estos actores en lo que se desarrolle en el ambiente económico del país; por tal motivo se debe tomar en cuenta que es perjudicial para la política peruana tener gran cantidad de partidos políticos , ya que a mayor cantidad de alternativas el gobierno se torna más mixto y las opciones de solución económica no llegan a consolidarse a lo largo del tiempo debido a las discrepancias políticas y falta de consensos por el bien común.

Mediante el proceso de globalización mediante el desarrollo de los países a nivel mundial impulso a la creación de nuevas ciencias y teorías respecto a la Economía Conductual, (Evans A. , 2003) intenta dar una explicación a la racionalidad del comportamiento electoral desde un punto de vista donde las finanzas y la economía se orientan de acuerdo a las conductas sociales, debido que la economía y su proceso de desarrollo cobra un gran impacto en la manera que el ciudadano emite su voto, expresando al mismo tiempo que la forma de pensar del electorado está orientada a responsabilizar netamente al gobierno y las decisiones que este tome por el contexto económico en el que este se encuentre ,emitiendo su voto en relación a la imagen que se ha construido.

En análisis realizado por (Himmelweit, 1985) al modelo económico, toma como referencia la obra An Economic Theory of Democracy de Anthony Downs, revelando que en comparación con otros modelos el económico tiende a que el comportamiento electoral se base en cálculos económicos

que muestren la ventaja y desventajas de su plan de gobierno enfocado a la economía, lo cual conlleva a examinar al elector si este cubre o no las expectativas y promueve el desarrollo económico del país; el análisis muestra que en la actualidad es más importante las propuestas políticas que la identidad partidaria, por lo que es necesario que los candidatos presenten planes de gobierno de calidad que promuevan la motivación del elector y el estado en vigencia garantice la autonomía del proceso electoral buscando se lleve con transparencia.

En el análisis realizado por (Montabes & Ortega, 2008) sobre el voto económico, señala que la inclinación del voto se ve influenciada por situaciones del medio que se pueden presentar hasta segundos antes de ir a votar, en donde las decisiones se pueden tornar poco claras para algunos votantes por la incidencia de factores subjetivos, circunstanciales o hechos fortuitos, a diferencia de la emisión del voto en los tipo de votante duro y al abstencionista invisible; manifestando que si el votante acude a las urnas con la idea de nuevas oportunidades y la elección de un nuevo rumbo para su país que permita el progreso y el crecimiento, es necesario que cumpla con su deber cívico y social, manteniendo un correcto comportamiento electoral que conlleve al desarrollo de un correcto proceso electoral, identificando tres ejes que rigen a la teoría racional:

• Función de utilidad del voto: Para el proceso de emisión de voto incurren dos elementos necesarios para el cumplimiento del deber, uno se relaciona al costo, tanto de dinero como de tiempo que invierte el elector en acudir al local de votación asignado, así como la satisfacción de participar en votaciones democráticas.

• Sentido del voto: Se describe como el vínculo de componentes que establecen u orientan la emisión del voto, puesto que existen votantes conocedores del tema e informados de las diversas ideologías políticas, así como votantes que carecen de conocimiento político; por lo cual se considera necesario que la información llegue de forma permanente y confiable, para así el elector pueda emitir de modo racional su voto.

Entendido así que a mayor nivel de información mayor probabilidad de voto racional.

• Elementos que interaccionan con la actividad racional del voto: Actúan como elementos persuasivos, tal es el caso de los partidos políticos, líderes políticos, voceros, declaraciones que busquen influir y orientar el voto hacia una determinada ideología política.

La teoría de la elección racional sostenida por (Riker & Ordeshook, 1995), en su pesquisa denominada A theory of the calculus of vonting, sosteniendo que el voto es una herramienta del elector utilizada para obtener una recompensa; el sustento radica en que el elector votara siempre que

el beneficio que reciba sea mayor a cero, siendo irracional que emita su voto en donde el beneficio sea menor a cero, siendo perjudicial según el juicio crítico. Si bien la teoría mantiene referencia a la propuesta por Downs, esta introduce el uso de la percepción del deber, incluyéndola en la ecuación de beneficio con la finalidad de explicar el voto.

Para (Ocaña, 2005), el elector es un ser racional y pensante, es capaz de generar juicios propios, analizando su posición en la sociedad y su rol en ella, surgiendo un factor deseo que influye en su comportamiento y elección. De tal forma el elector busca obtener un beneficio no solo personal sino también social, que le permita mejorar en su rol como ciudadano y como sostén de una familia; del mismo modo (Barry, 1978) considera que la emisión del voto se basa en los beneficios procedentes del acto, los cuales resultan ser factibles con el raciocinio del elector, su elección se considera también un factor psicológico con respecto al sentir del elector con el cumplimiento de un deber cívico, resultándole satisfactorio; existe un grupo de electores que acuden a las urnas por el compromiso cívico de emisión de voto y no esperan beneficio alguno, sin embargo su voto es racional ya que al consultarles pueden sustentar el porqué de su elección, ultimando que la elección racional predice mejor el comportamiento de los partidos que el de los electores.

Si bien la teoría racional busca explicar el comportamiento del voto, (Goodin & Klingemann, 1996) revelan su inquietud con relación a las evaluaciones retrospectivas, indicando que se debe evaluar y aplicar la racionalidad dependiendo del tipo de elección que se presenta (nacional, regional o local), dependiendo de ello trabajar en temas y formar perfiles que se acerquen a la realidad; desde esta visión la elección racional proporciona elementos para concebir y explicar el voto como una acción emitida por la mayoría de ciudadanos que conforman un país, considerando que un sector importante del electorado ya ha razonado y evaluado propuestas y tiene decidido al candidato o partido de su preferencia.

Así mismo Elster (2007) expresa que la teoría de la elección racional es sobre todo, una teoría normativa. Es decir, les indica a las personas cómo es que deben actuar si es que quieren lograr determinado objetivo. De esta manera y en términos del comportamiento político y electoral, el ciudadano debe cumplir estrictamente con ciertas reglas o normas, si realmente aspira tomar la mejor decisión políticamente hablando.

En este sentido, se manifiesta que para que un ciudadano pueda tomar una acertada decisión electoral, debe analizar una gran cantidad de información óptima, invirtiendo tiempo y energía, para así lograr construir el mejor medio y obtener el fin determinado.

De esta teoría se desprenden dos vertientes, las cuales son expuestas por Evans (2003), la primera de estas vertientes es el modelo espacial, en donde se analiza al votante medio creado por Anthony Downs. El cual explica la relación de distancia o cercanía entre el elector con los candidatos, respecto a los factores como la ideología y posiciones programáticas. Esto quiere decir, que los ciudadanos votaran por candidatos o partidos políticos con quienes se sienten identificados, ya sea por el factor ideológico o de acuerdo con su criterio. Con relación a temas o problemas que salgan a relucir como aristas centrales dentro de una determinada campaña electoral.

De acuerdo con la percepción de los partidos o candidatos, lo que postula esta teoría va a determinar, que solo ganaran la elección aquellos que sean percibidos como cercanos o representativos respecto a las preferencias del votante medio.

La segunda vertiente denominada econométrica, la cual es explicada por Duch & Randolph (2008), es conocida en la literatura norteamericana como economic voting o pocketbook voting (voto económico con billetera), el cual centra su atención en medir el resultado del factor económico en la popularidad del gobierno y su probable aprobación electoral.

Siguiendo esta línea, esta corriente se fundamenta en la denominada responsabilidad vertical, la cual aparece como mecanismo de control a los políticos, es decir que al considerarse a la elección como un acontecimiento en el cual los ciudadanos tienen la potestad de decidir que líderes políticos quieren seguir manteniendo en gobierno y a quienes quieren desechar, esto teniendo en cuenta el desempeño que estos han tenido previamente.

Desde la perspectiva de esta vertiente, la decisión electoral del ciudadano pasa a transformarse en un acto de evaluación rememorativa, tomando en cuenta el desempeño optimo o reprobable de quienes hayan ejercido un cargo público, o una evaluación futurista, teniendo en cuenta el desempeño que los electores esperan de su candidato, si fuera electo en tal caso.

Las investigaciones contemporáneas sobre esta teoría afirman que la decisión electoral está íntimamente relacionada al diseño institucional, es decir consideran un conjunto de variables como el sistema de gobierno, sistema electoral y sistema de partidos, los cuales inciden en un mayor o menor grado en el razonamiento económico del votante y el efecto en los resultados electorales.

Definiciones doctrinarias.

Comportamiento Electoral.

Entendemos por comportamiento electoral al conjunto de manifestaciones o expresión de preferencias que los electores a nivel individual o grupal manifiestan respecto a las diversas alternativas políticas, estando todas estas sometidas a un proceso electoral, en donde su comportamiento se verá reflejado en el voto o en su abstención, teniendo en cuenta que este comportamiento no es constante, sino que varía de elección a elección.

Participación Política

Kaase & Marsh(1979) definen la participación política como todas las acciones voluntarias realizadas por los ciudadanos con el objetivo de influenciar tanto de forma directa como indirecta las opciones políticas en distintos niveles del sistema político.

Podemos entender participación política como mecanismo para lograr fines políticos, en donde se contemplan acciones como: emitir un voto, aportar económicamente una campaña política, participar activamente como simpatizante de un partido político o candidato, formar parte de actividades de organizaciones sociales con el fin de modificar alguna acción pública, manifestarse en contra del gobierno, controlar y fiscalizar la gestión pública de sus gobernantes, entre otras.

Proceso Electoral

Se entiende por proceso electoral al conjunto de acciones ordenadas señaladas en la Constitución Política del Perú y en las leyes electorales, dirigidas por los organismos electorales para la realización de las elecciones y consultas populares. (JNE, 2016)

Factor Sociológico

Este factor consiste en la influencia que ejerce el entorno social sobre la decisión del elector, en donde esta condiciona la formación de inclusión a grupos y comunidades sociales (por nivel de clase, religión, ideología u origen), los cuales, generan una influencia directa y profunda en la estructura de las preferencias políticas de las personas a raíz del proceso de socialización y de convivencia diaria.

Factor Psicológico

Este factor se basa en la percepción y el conocimiento que tienen los electores sobre los principales integrantes del sistema político. Estos conocimientos que van adquiriendo a raíz de las relaciones sociales son las que orientan el comportamiento electoral, incidiendo en el voto del elector

y se generan a raíz de los mecanismos de identificación partidaria, la cual vendría a ser la expresión de afecto o apego hacia un determinado partido político (lo cual se origina a través de campañas en redes sociales, medios de comunicación, publicidad electoral), movimiento o candidato, los cuales componen la vida política de un país.

Factor Económico

Este factor se basa en la percepción que tiene el ciudadano respecto acudir a votar, ya que muchos de estos sufragan solo por no recibir una multa electoral, este factor también incide en el comportamiento electoral respecto a las llamadas dadivas electorales ya que se observa que muchos ciudadanos emiten su voto a favor de determinado candidato a cambio de dinero u otro favor que lo involucre.

Ideología Política

Una ideología constituye un esquema que sirve a sus propios intereses para la representación de Nosotros y Ellos como grupos sociales. (Van Dijk, 1998)

En ese sentido una ideología política sería el conjunto de ideas y objetivos comunes de determinados partidos políticos que se rigen bajo una doctrina para lograr un determinado fin en vías de satisfacer a sus seguidores.

Partido Político

Max Weber define este término como un conjunto de personas con iguales fines para llevar a cabo un programa y obtener beneficios, ya sea ideales o satisfacer necesidades para la organización y sus simpatizantes. Estas organizaciones se presentan a elecciones, y mediante este proceso son capaces de ubicar candidatos para tales fines. Sus funciones son manifestar, orientar, comunicar demandas, voluntades y anhelos de la población, llevando la voz del partido a la población electoral y viceversa (Sartori G. , 1992).

Marketing Político

El Marketing Político supone la evolución de las técnicas de conocimiento del electorado y de las técnicas de comunicación. (Costa Bonino, 1994)

En este sentido el marketing político sería el estudio del mercado electoral con el fin de aportar técnicas y métodos a un candidato o partidos político con el objetivo de captar al elector e incline su preferencia hacia estos.

Clientelismo político

El clientelismo político es considerado como un mutuo acuerdo de intercambio de favores o beneficios, en donde los directivos o líderes políticos establecen una regulación en la concesión de prestaciones, de las cuales se hacen acreedores al ocupar un cargo público o de contactos directos relacionados a esta, a cambio del apoyo electoral. (Transparency International, 2009)

RESULTADOS

"COMPORTAMIENTO ELECTORAL EN EL DISTRITO DE PUERTO ETEN: UN ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ELECCIONES DISTRITALES 2018"

1. FICHA TÉCNICA DE ENCUESTA:

1.1. Universo de referencia: 2342 pobladores pertenecientes al distrito de Puerto Eten.

1.2. Muestra: 325 habitantes del distrito de Puerto Eten.

Aplicando para dicho resultado:

Z: Nivel de confianza	1.96	95.00%
P: Probabilidad de éxito (variable positiva)		0.5
Q: Probabilidad de fracaso (variable negativa)		0.5
D=E: Precisión (error máximo admisible en términos de proporción)		5.00%
N: Población		2342 hab.

1.3. Objetivo:

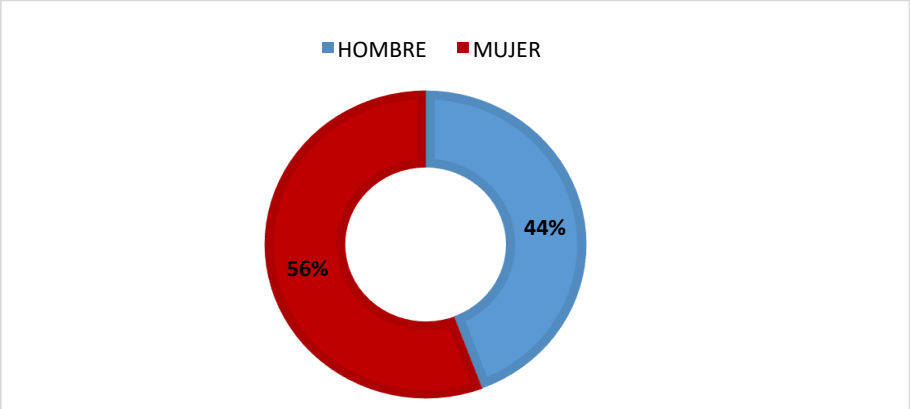
Obtener datos estadísticos por parte de la opinión de los pobladores sobre elcomportamiento electoral de los ciudadanos del distrito de Puerto Eten; datos que serviríande respaldo para el desarrollo de nuestro objeto de estudio.

2. CARACTERISTICA DE LA MUESTRA:

Tabla 1. Distribución por sexo

SEXO	CANTIDAD	PROCENTAJE
MUJER	144	56%
HOMBRE	181	44%
TOTAL	325	100%

Ilustración 1. Distribución por Sexo.

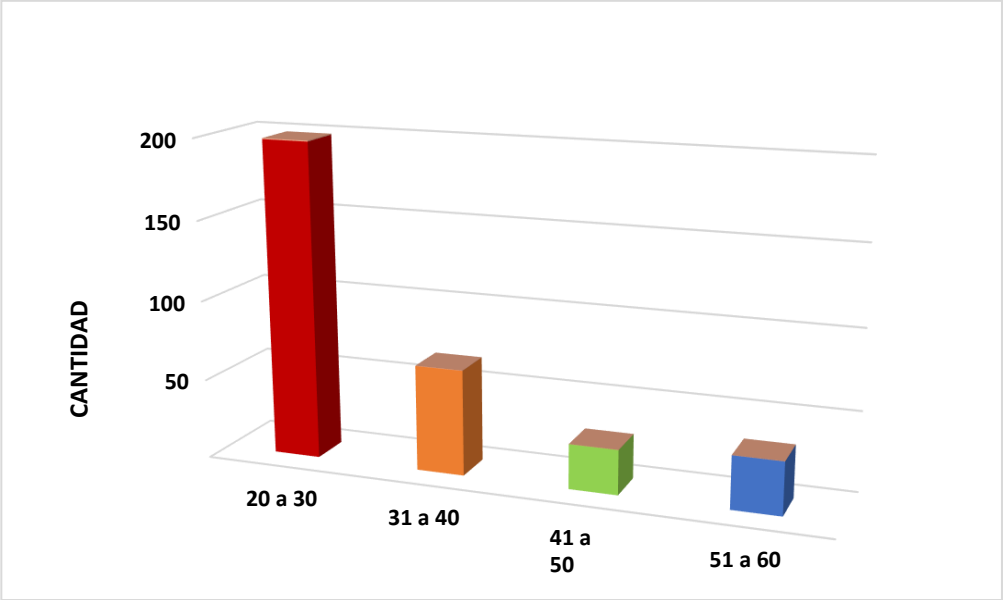


Resultado: De acuerdo con los datos obtenidos en la tabla N° 1 y la ilustraciónN° 1, se aplicó la encuesta al 56% de ciudadanas mujeres y el 44% hombres.

Tabla 2. Distribución por edades

EDADES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Entre 20 a 30 años	198	61%
Entre 31 a 40 años	66	20%
Entre 41 a 50 años	28	9%
Entre 51 a 60 años	33	10%
TOTAL	325	100%

Ilustración 2. Distribución por edades

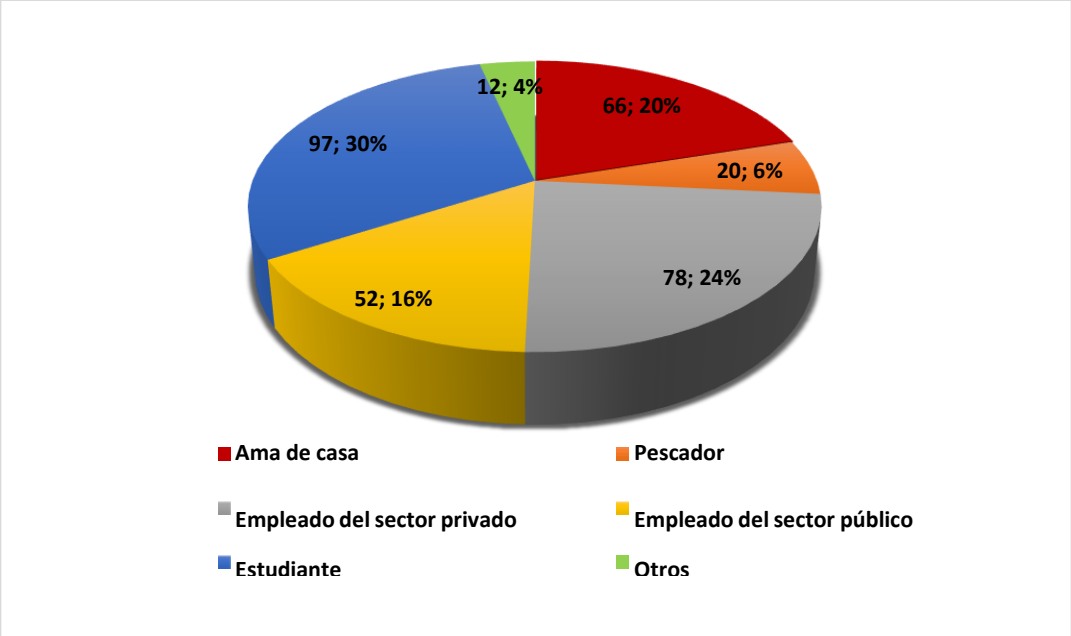


Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla N° 2 y la ilustraciónN° 2, en distribución por edades se encuesto entre los 20 a 30 años al 61% (población joven), entre los 31 a 40 años al 20%, entre los 41 a 50 años al 9%, entre los 41 a 50 años al 9% y de 51 a 60 años al 10% (población adulta).

Tabla 3. Distribución por ocupación

OCUPACIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Ama de casa	66	20%
Pescador	20	6%
Empleado del sectorprivado	78	24%
Empleado del sector público	52	16%
Estudiante	97	30%
Otros	12	4%
TOTAL	325	100%

Ilustración 3. Distribución por ocupación



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla N° 3 y la ilustraciónN° 3, en distribución por ocupación se evidencia un 30% personas estudiantes, 24%empleados del sector privado,20% de amas de casa,16% empleados del sector público,6% dedicados a la pesca y un 4% que representan otras actividades.

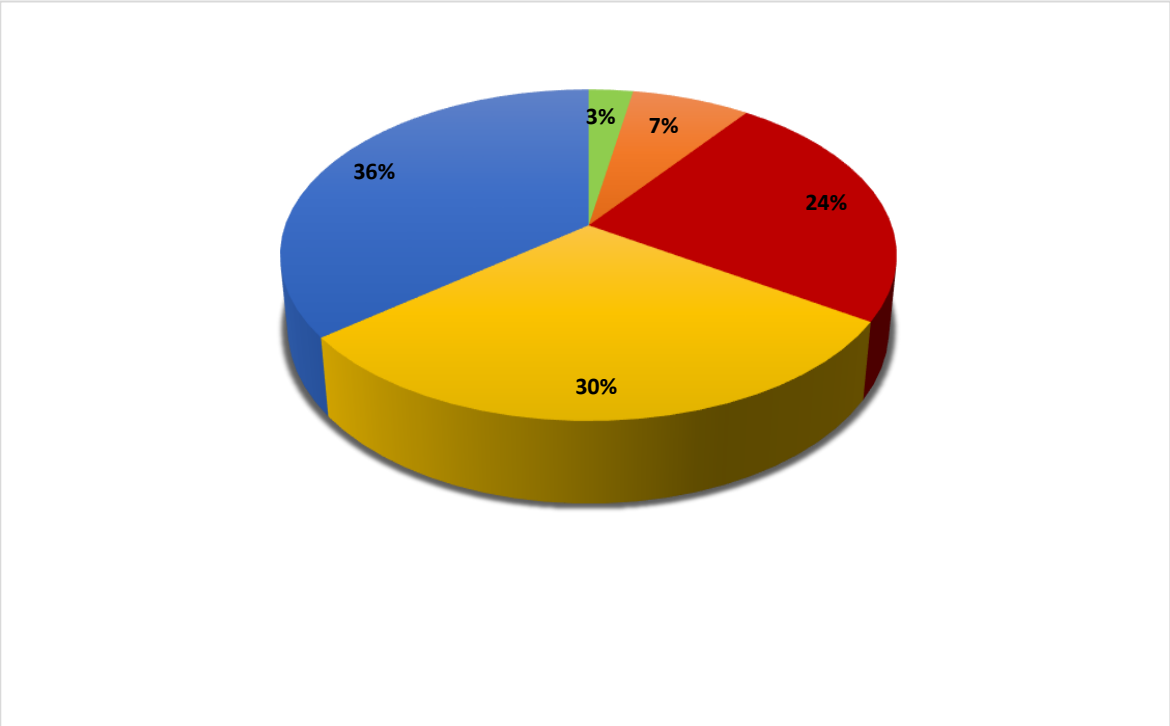
3. RESULTADOS DE CONTENIDO DE ENCUESTA

De acuerdo a cada una de las preguntas consignadas en la encuesta, presentamos el porcentaje de respuesta respecto a las preguntas planteadas. Con dichos resultados se permitirá conocer de forma objetiva y verídica los requerimientos de la población del distrito.

Tabla 4. ¿Cree Ud. que es importante el nivel de instrucción de los electores al momento de emitir su voto?

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente en desacuerdo	9	3%
b. En desacuerdo	24	7%
c. Neutral	78	24%
d. De acuerdo	98	30%
e. Totalmente de acuerdo	116	36%
TOTAL	325	100%

Ilustración 4. Nivel de instrucción de los electores al momento de emitir su voto.



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla Nº4 y la ilustración Nº4, se demuestra que, del 100% del total de los ciudadanos encuestados, el 36% manifiesta que es de muy alta importancia, el 30% expresa que es de alta importancia,el 24% considera que es de media importancia, mientras que un 7% afirma que es debaja importancia y solamente un 3% manifiesta que es de muy baja importancia, respecto al nivel de instrucción de los electores al momento de emitir su voto.

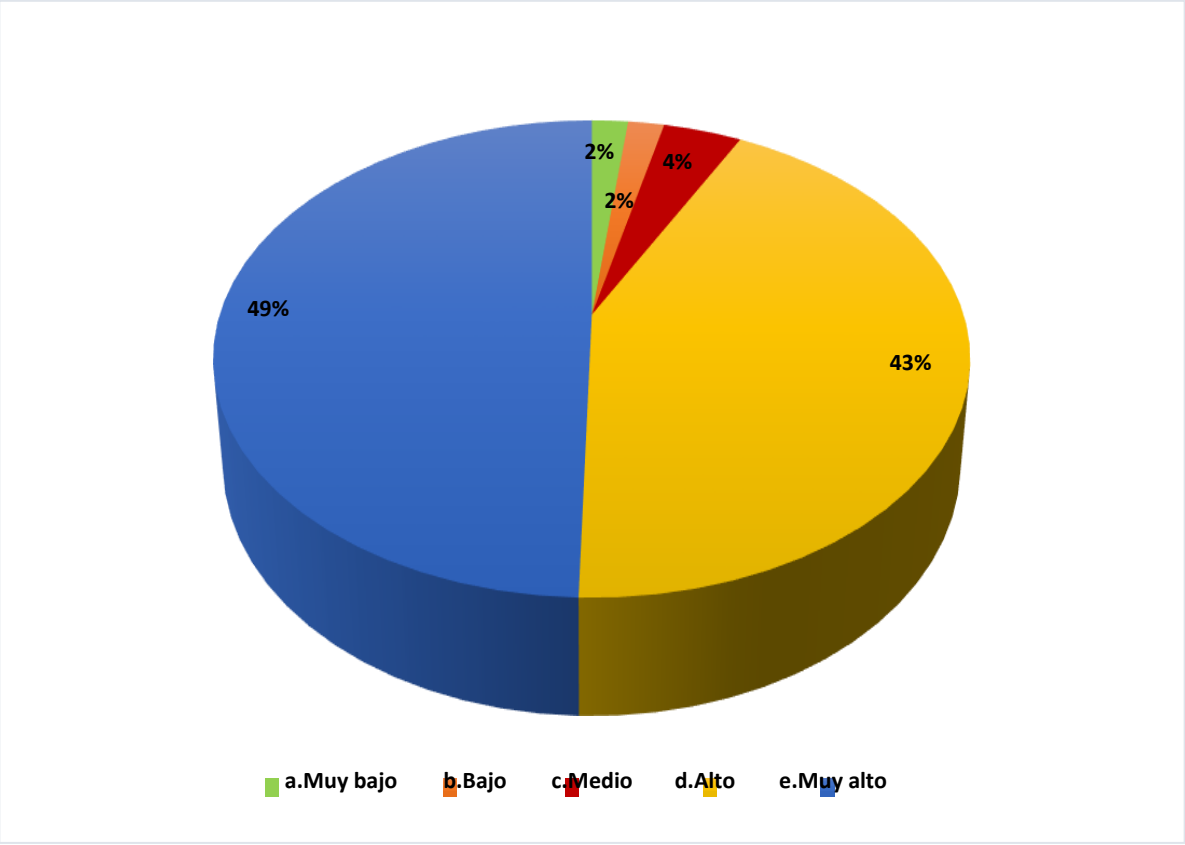
Respecto a esta pregunta se deduce que, la mayor parte de los encuestados considera que es influyente el nivel de instrucción de los votantes al momento de sufragar, por lo que se les podría considerar como menos manipulables ante los ofrecimientos económicos que les pueda ofrecer un candidato en contienda, es en este punto donde debemos incidir en la importancia de participar en la

vida política,y sobre todo de que los electores se informen y conozcan más sobre el perfil de las variadas opciones de la cartera electoral ,puesto que en una democracia se necesitaque los ciudadanos se informen y participen ,manifestando diversas opiniones y decisiones por voluntad propia ,los cuales generaran cambios positivos a largo plazo en la sociedad , permitiendo emitir un voto responsable.

Tabla 5. ¿Considera importante que el candidato de su preferencia tenga estudios superiores y especializados al momento de emitir su voto?

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente en desacuerdo	6	2%
b. En desacuerdo	6	2%
c. Neutral	13	4%
d. En acuerdo	139	43%
e. Totalmente de acuerdo	161	49%
TOTAL	325	100%

Ilustración 5. Importancia de estudios superiores y especializados del candidato al momento de votar.



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla Nº5 y la ilustraciónNº5, se demuestra que, del 100% del total de los electores encuestados, el 49% manifiesta que es de muy alta

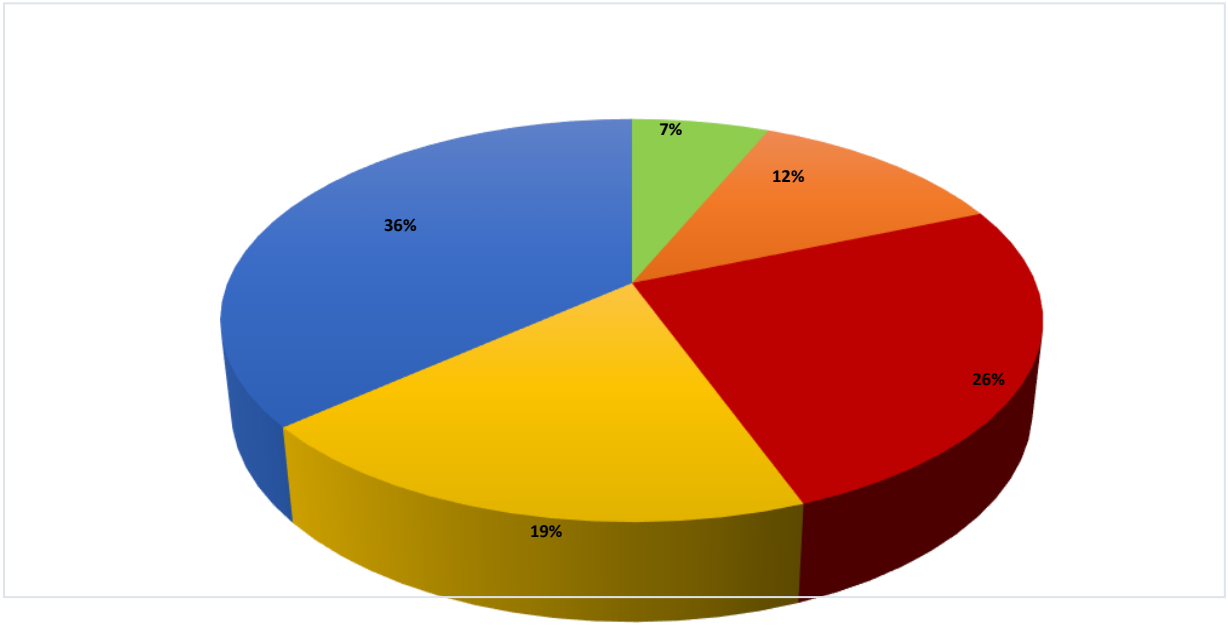
importancia, el 43% expresa que es de alta importancia, el 4% considera que es de media importancia , mientras que un 2% afirma que es de baja importancia y un 2% manifiesta que es de muy baja importancia, respecto al nivel de estudios superiores y especializados que tenga determinado candidato ,para que este factor determine una preferencia en el voto por parte del electorado.

Respecto a esta pregunta se deduce que, la mayor parte de los encuestados considera que es importante la preparación académica específicamente en estudiossuperiores y especializados de un candidato, al momento de emitir su voto, puesto que el país necesita en dichos cargos públicos, autoridades que sean profesionalespreparados y calificados sobre todo en el manejo de la gestión pública, que produzcan un cambio positivo en beneficio del distrito y, por consiguiente, de la sociedad.

Tabla 6. ¿Participa en las elecciones distritales celebradas en su localidad?

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente en desacuerdo	21	7%
b. En desacuerdo	40	12%
c. Neutral	83	26%
d. De acuerdo	63	19%
e. Totalmente de acuerdo	118	36%
TOTAL	325	100%

Ilustración 6. Participación de los electores en las elecciones de su localidad.



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla Nº6 y la ilustraciónNº6, se demuestra que, del 100% del total de los electores encuestados, el 36% manifiesta que es de muy alta frecuencia,

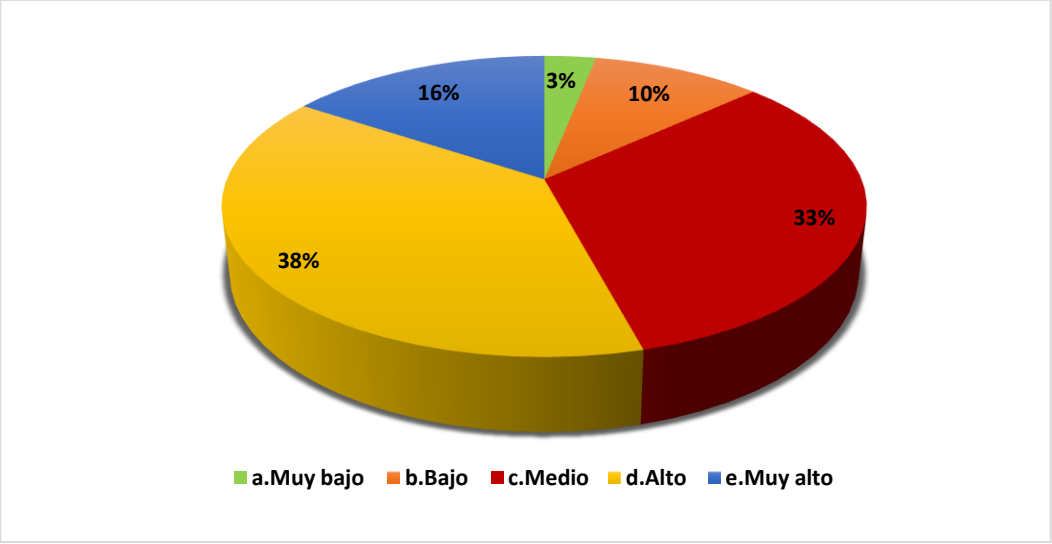
el 19% expresa que es de alta frecuencia,el 26% considera que es de media frecuencia, mientras que un 12% afirma que es de baja frecuencia y un 7% manifiesta que es de muy baja frecuencia, respecto al nivel de participación de los ciudadanos en las elecciones distritales celebradas en su localidad.

Respecto a esta pregunta se deduce que, la mayor cantidad de encuestados tiene una alta participación en las elecciones de su distrito, siendo este índice muy positivo, pues esta participación es la puerta hacia una vida democrática, además que se origina una relación más directa entre una posible autoridad y la población,permitiéndole a esta expresar sus reclamos, demandas y exigencias, mediante una comunicación Estado-Población, logrando así una independencia social.

Tabla 7. ¿Considera Ud. que el elector de su distrito decide su voto en época de campaña electoral?

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente en desacuerdo	10	3%
b. En desacuerdo	33	10%
c. Neutral	106	33%
d. En acuerdo	125	38%
e. Totalmente de acuerdo	51	16%
TOTAL	325	100%

Ilustración 7. Decisión de voto en época de campaña electoral.



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla 7 y la ilustración 7,se demuestra que, del 100% del total de los electores encuestados, el 16% manifiesta que es de muy alto, el 38% expresa que es alto, el 33% considera que esde medio, mientras que un 10% afirma que es bajo y un 3% manifiesta que es muybajo, respecto a si el ciudadano de Puerto Eten considera que electorado de su

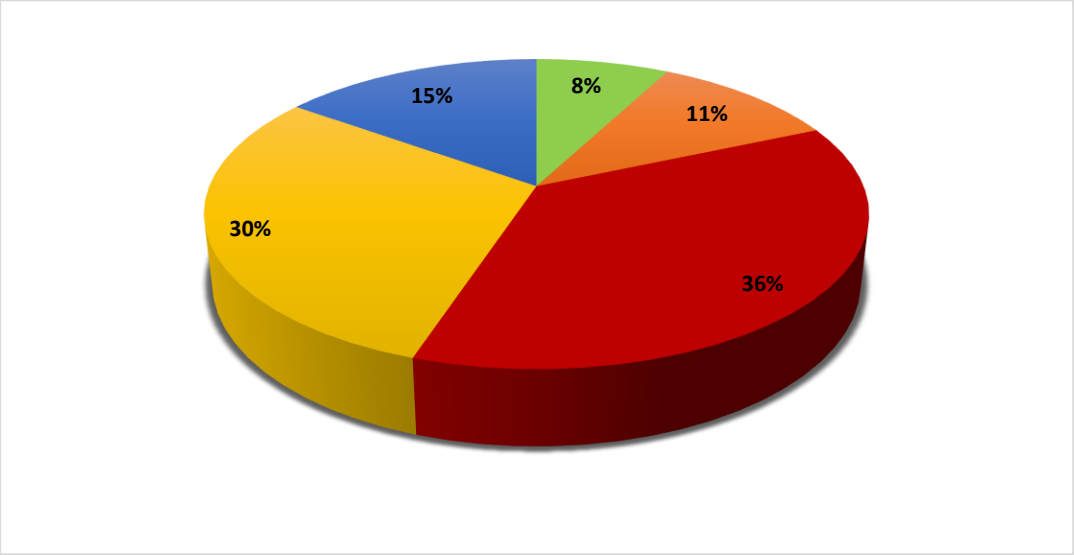
distrito decide su voto en época de campaña electoral.

Respecto a esta pregunta se deduce que, la mayor cantidad de encuestados considera que los electores del distrito si deciden su voto en época de campaña electoral, esto se relaciona muy estrechamente con el nivel de participación de los ciudadanos en estas contiendas electorales, pues le permite sentirse identificado o representado con determinado candidato, y manifestar así su decisión electoral mucho más antes del día de la elección.

Tabla 8. ¿Considera Ud. que el elector de su distrito decide su voto un día antes de la elección?

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente en desacuerdo	25	8%
b. En desacuerdo	35	11%
c. Neutral	119	36%
d. En acuerdo	97	30%
e. Totalmente de acuerdo	49	15%
TOTAL	325	100%

Ilustración 8. Decisión de voto un día antes de la elección.



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla 8 y la ilustración 8,se demuestra que, del 100% del total de los electores encuestados, el 15% manifiesta que es de muy alto, el 30% expresa que es alto, el 36% considera que esde medio, mientras que un 11% afirma que es bajo y un 8% manifiesta que es muybajo, respecto a si el ciudadano de Puerto Eten considera que electorado de su distrito decide su voto un día antes de la elección.

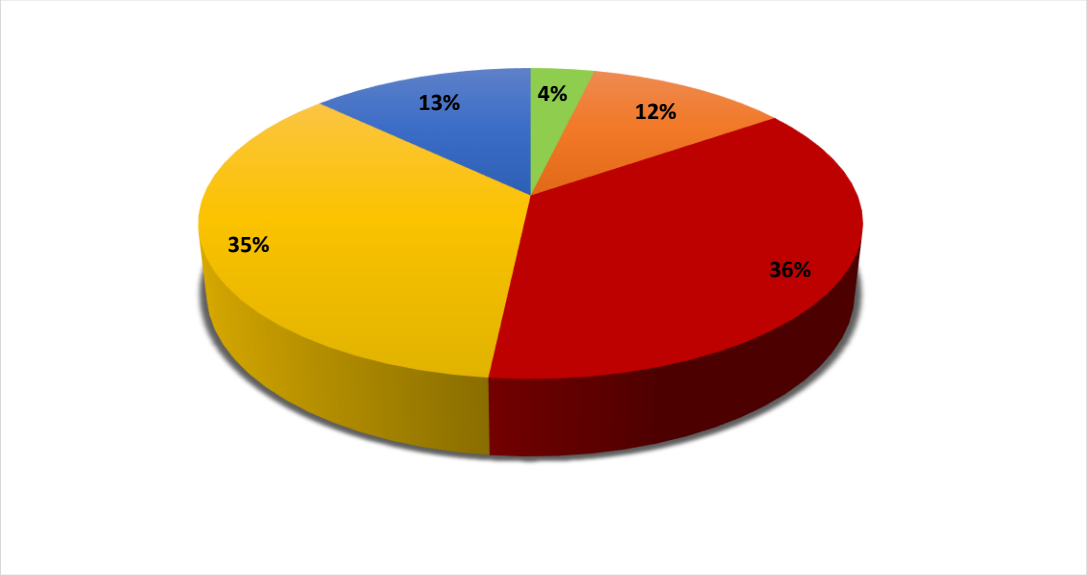
Respecto a esta pregunta se deduce que, un buen porcentaje de encuestadosconsidera que el elector decide su voto el día de la elección, puesto que muchas veces ciertos ciudadanos esperan

ofrecimientos como dádivas o beneficios laborales a cambio de su voto, o quieren tener la certeza de votar por el candidato que será ganador, e incluso puede ser que algunos al ya haber tenido una preferenciapolítica, decidan cambiar su decisión en último momento, fruto de losacontecimientos ya mencionados.

Tabla 9. ¿Considera Ud. que es influyente la ideología política de un partido al momento de sufragar?

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente en desacuerdo	12	4%
b. En desacuerdo	38	12%
c. Neutral	118	36%
d. De acuerdo	115	35%
e. Totalmente de acuerdo	42	13%
TOTAL	325	100%

Ilustración 9. Influencia de la ideología política.



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla 9 y la ilustración 9,se demuestra que, del 100% del total de los electores encuestados, el 13% manifiesta que es de muy alta influencia, el 35% expresa que es de alta influencia,el 36% considera que es de media influencia , mientras que un 12% afirma que es baja influencia y un 4% manifiesta que es muy baja influencia, respecto a si el ciudadano de Puerto Eten considera influyente la ideología política de un partido almomento de sufragar.

Respecto a esta pregunta se deduce que, la mayor parte de los encuestados si consideran

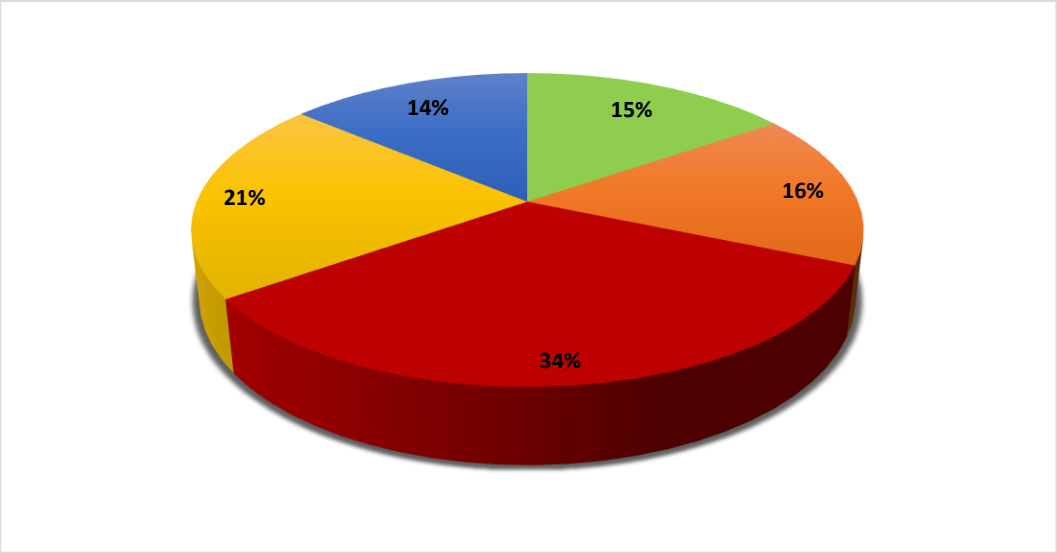
influyente la ideología política de un partido al momento de emitir su voto, mientras la menor cantidad de encuestados asegura que no es influyente o noconocen exactamente el concepto de lo que es ideología, por lo que es para ellos un factor irrelevante.

El distrito de Puerto Eten se ha caracterizado, por tener gran cantidad de militantes y simpatizantes del partido Aprista Peruano (APRA) y de Acción Popular, sin embargo, con el pasar de los años esto se ha ido perdiendo y se ven más seguidores de movimientos políticos como Alianza para el Progreso (APP) o de Solidaridad Nacional.

Tabla 10. ¿Considera que los votantes tuvieron un grado de identificación partidaria hacia alguna agrupación política durante las elecciones distritales de Puerto Eten 2018?

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente endesacuerdo	50	15%
b. En desacuerdo	52	16%
c. Neutral	110	34%
d. De acuerdo	68	21%
e. Totalmente de acuerdo	45	14%
TOTAL	325	100%

Ilustración 10. Identificación partidaria.



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla 10 y la ilustración 10, se demuestra que, del 100% del total de los electores encuestados, el 14% manifiesta que es de muy alto grado, el 21% expresa que es de alto grado, el 34% considera que es de medio grado, mientras que un 16% afirma que es bajo grado yun 15% manifiesta que es muy bajo grado, respecto a la identificación partidaria

delos electores hacia alguna agrupación política durante las elecciones distritales de Puerto Eten 2018.

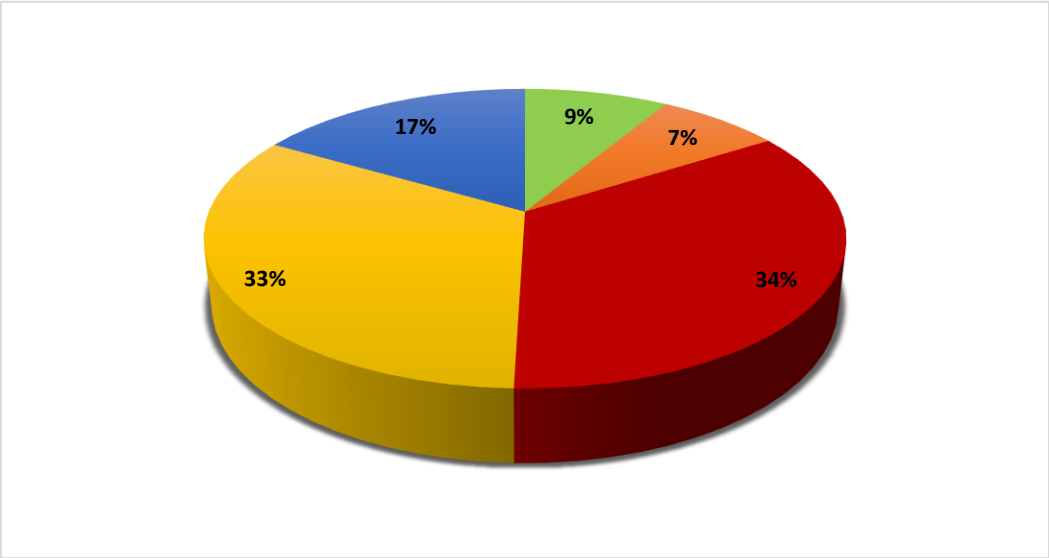
Respecto a esta pregunta se deduce que, el mayor porcentaje de los electoresdel distrito de Puerto Eten consideran que su grado de identificación fue media es decir que no eran participes activos dentro de una campaña pero si manifestaban supreferencia electoral ,seguido de un elevado porcentaje de grado de identificación alta a muy alta ,es decir que si se identificaron con algún partido teniendo participación muy activa y otro porcentaje importante de electores que no manifestaron un grado de identificación ,es decir no manifestaron su preferencia niparticiparon de manera activa en apoyo de algún partido.

Esto refleja que un aproximado de más de la mitad de la población si se identificó con algún partido o candidato en contienda, o manifestó su preferencia oinclinación por alguno de ellos.

Tabla 11. ¿Considera que hubo influencia del mensaje electoral de algún candidato sobre su voto?

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente en desacuerdo	28	9%
b. En desacuerdo	24	7%
c. Neutral	112	34%
d. De acuerdo	107	33%
e. Totalmente de acuerdo	54	17%
TOTAL	325	100%

Ilustración 11. Influencia del mensaje electoral de algún candidato sobre su voto



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla 11 y la ilustración 11, se demuestra que, del 100% del total de los electores encuestados, el 17% manifiesta que es de muy alto grado, el 33% expresa que es de alto grado, el 34% considera que es de medio grado, mientras que un 7% afirma

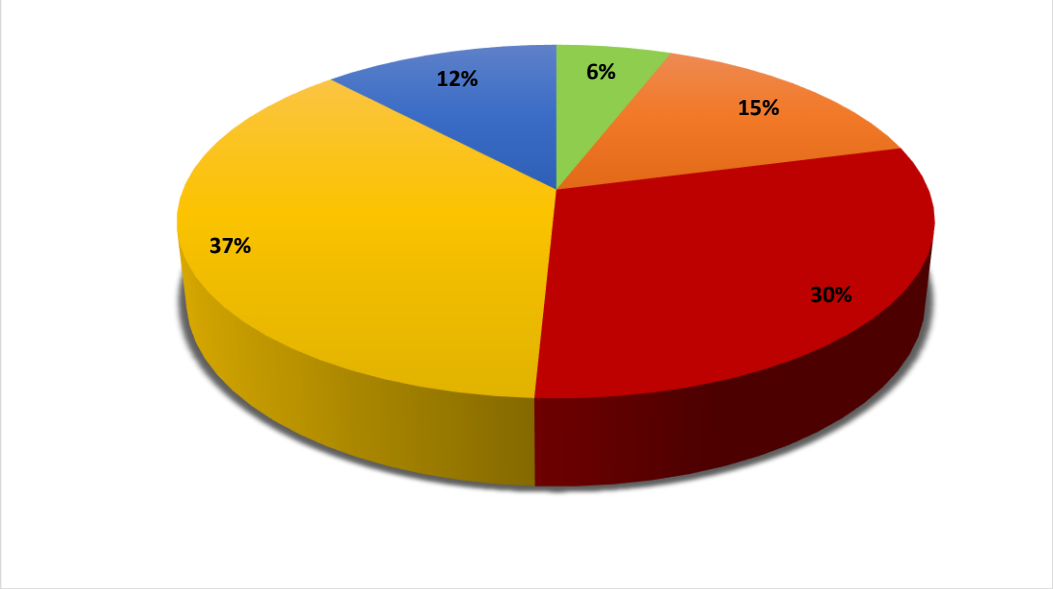
que es bajo grado y un 9% manifiesta que es muy bajo grado, respecto a la influencia del mensaje electoral de algún candidato sobre el voto del elector.

Respecto a esta pregunta se deduce que, los electores del distrito de Puerto Eten consideran que es influyente el mensaje del candidato en la decisión de los electores, pues en este se manifiestan los ofrecimientos y soluciones a sus demandasy reclamos, logrando así identificar si estas van ligadas a la realidad que ellos viveny en la que el distrito se encuentra ,sin embargo no siempre suelen convertirse en realidad ,puesto que elección tras elección se han sentido defraudados por las autoridades electas ya que no lograron cumplir las promesas que ofrecieron en época electoral, generando mucha desconfianza en los mensajes de candidatos en elecciones posteriores.

Tabla 12. ¿Considera que el mensaje de contra campaña por parte de algunos candidatos influyo de manera determinante para evitar votar por alguno de ellos?

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente en desacuerdo	19	6%
b. En desacuerdo	49	15%
c. Neutral	97	30%
d. De acuerdo	121	37%
e. Totalmente de acuerdo	39	12%
TOTAL	325	100%

Ilustración 12. Influencia del mensaje contracampaña



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla 12 y la ilustración 12, se demuestra que, del 100% del total de los electores encuestados, el 12% manifiesta que es muy alta influencia, el 37% expresa que es de alta influencia, el 30% considera que es de media influencia, mientras que un 7%

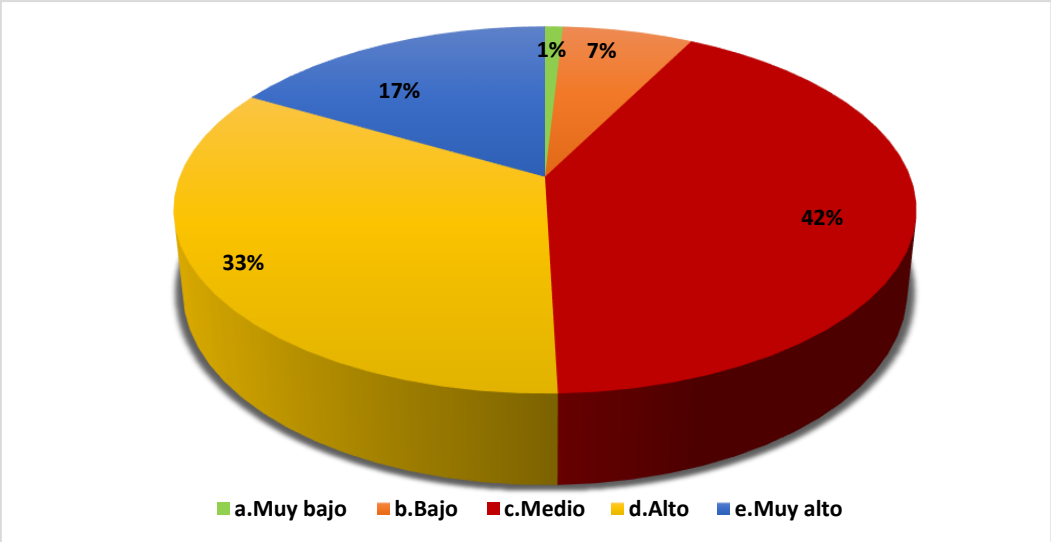
afirma que es de baja influencia y un 9% manifiesta que es muy baja influencia, respecto a la influencia del mensaje de contra campaña de algunos candidatos para evitar votar por alguno de sus oponentes.

Respecto a esta pregunta se deduce que, los electores del distrito de PuertoEten consideran que si influyo de manera significativa en su decisión electoral el mensaje de contra campaña, puesto que estos sacaban a relucir hechos que restabancredibilidad a lo que propugnaban ciertos candidatos, dejando una mala imagen deellos o relacionándolos con autoridades del gobierno de turno, el cual no era del agrado ni aprobación de la ciudadanía, es por ello que la contienda electoral del distrito se caracteriza por una marcada contra campaña o campaña negra por parte de los candidatos en contienda.

Tabla 13. ¿Cree Ud. que la publicidad electoral en el distrito es un factor determinante en la decisión electoral?

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente en desacuerdo	3	1%
b. En desacuerdo	22	7%
c. Neutral	136	42%
d. De acuerdo	109	33%
e. Totalmente de acuerdo	55	17%
TOTAL	325	100%

Ilustración 13. Publicidad Electoral.



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla 13 y la ilustración 13, se demuestra que, del 100% del total de los electores encuestados, el 17% manifiesta que es muy alto, el 33% expresa que es alto, el 42% considera que es demedio, mientras que un 7% afirma que es bajo y un 1%

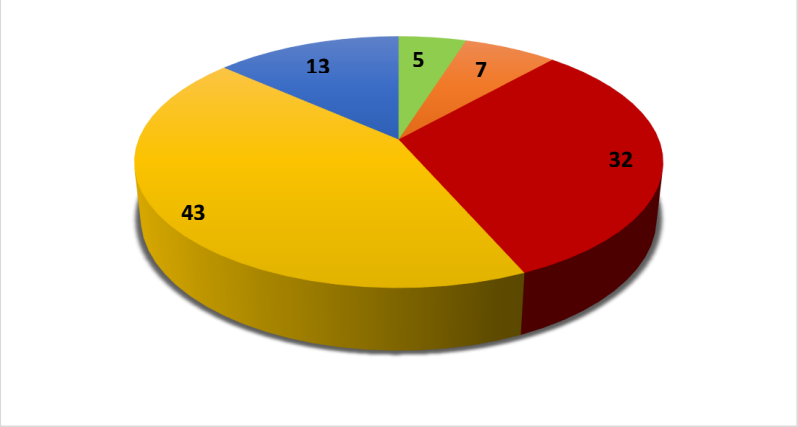
manifiesta que es muy bajo,respecto a si el elector considera que la publicidad electoral en el distrito es un factordeterminante en la decisión electoral.

Respecto a esta pregunta se deduce que, el mayor porcentaje de encuestadossi considera que la publicidad electoral en el distrito es un factor determinante al momento de votar, puesto que esta como estrategia de campaña tiene como fin maximizar votos expresando el mensaje que quiere emitir un candidato para influiren el debate político, y como sabemos por los resultados de una cuestión anterior, el mensaje del candidato si influyo en la decisión electoral del votante del distrito de Puerto Eten.

Tabla 14. ¿Considera que el manejo de redes sociales de los candidatos captó su voto?

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente en desacuerdo	16	5%
b. En desacuerdo	22	7%
c. Neutral	103	32%
d. De acuerdo	140	43%
e. Totalmente de acuerdo	44	13%
TOTAL	325	100%

Ilustración 14. Manejo de redes sociales de los candidatos.



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla 4 y la ilustración 14,se demuestra que, del 100% del total de los electores encuestados, el 14% manifiesta que es de muy alta importancia, el 43% expresa que es de alta importancia, el 32% considera que es de media importancia, mientras que un 7% afirma que es de baja importancia y un 5% manifiesta que es de muy bajaimportancia, respecto a que tan importante es para el elector el manejo de redes sociales de los candidatos para que logren captar su voto.

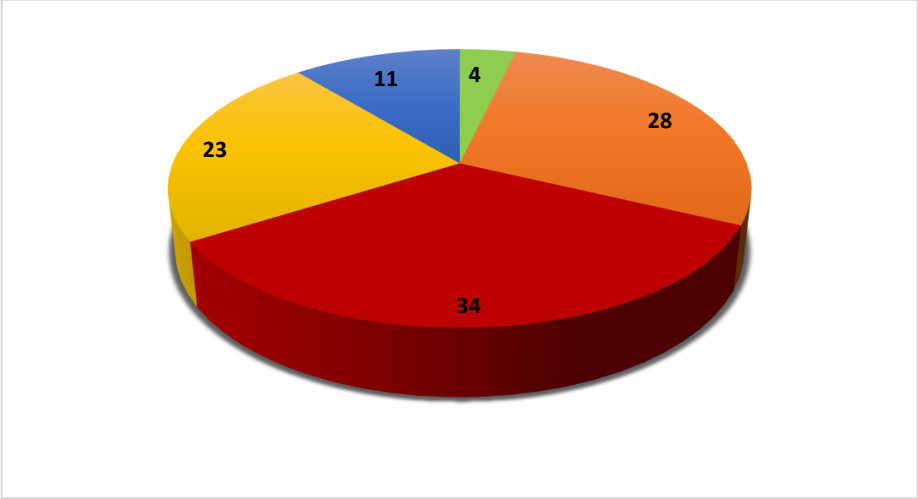
Respecto a esta pregunta se deduce que, la mayor parte de los encuestados considera que es importante para e elector el manejo de redes sociales de los candidatos para que logren captar su voto,

puesto que el rango de edades de los encuestados (20-60 años), son personas que usan regularmente las redes sociales yel mayor porcentaje de estos son gente joven, es en donde cobra gran impacto los flyers, videos, spots, fotos, canciones, etc. En donde se expresa lo que un candidato quiere proyectar y esto muchas veces llega a calar profundamente en el sentimiento y pensamiento del electorado, convirtiéndose en una estratégica potencial el uso deredes en campañas políticas en el siglo XXI.

Tabla 15. ¿Considera Ud. que el Facebook, WhatsApp y Twitter influyeron en gran medida para la decisión de su voto?

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente en desacuerdo	12	4%
b. En desacuerdo	92	28%
c. Neutral	111	34%
d. De acuerdo	74	23%
e. Totalmente de acuerdo	36	11%
TOTAL	325	100%

Ilustración 15.Influencia del Facebook, WhatsApp y Twitter.



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla 15 y la ilustración 15, se demuestra que, del 100% del total de los electores encuestados, el 11% manifiesta que es de muy alta influencia, el 23% expresa que es de alta influencia,el 34% considera que es de media influencia, mientras que un 28% afirma que es de baja influencia y un 4% manifiesta que es de muy baja influencia, respecto a si el elector considera que el Facebook, Whatsapp y Twitter influyeron en gran medida para la decisión de su voto.

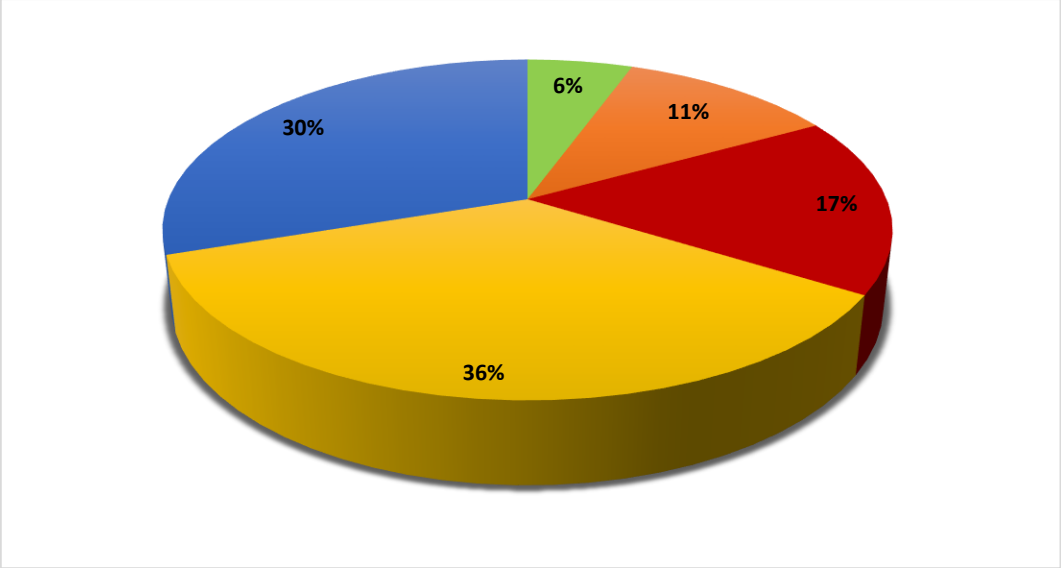
Respecto a esta pregunta, debemos tener en cuenta que en país la tasa de población que cuenta

con acceso a internet es de 67.6%, teniendo como herramientade uso la pc, laptop o celular inteligente. Así mismo se considera que la red social más usada por los peruanos es Facebook teniendo una tasa de utilidad del 90.91%.espor dicho motivo que las redes sociales como Facebook, WhatsApp y Twitter se consideran medios de comunicación efectiva, resultado ser una herramienta esencial dentro de las campañas electorales.

Tabla 16. ¿Acudió a las urnas solo por no recibir una multa electoral?

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente en desacuerdo	18	6%
b. En desacuerdo	37	11%
c. Neutral	55	17%
d. De acuerdo	117	36%
e. Totalmente de acuerdo	98	30%
TOTAL	325	100%

Ilustración 16. Incidencia de la multa electoral en el voto.



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla 16 y la ilustración 16, se demuestra que, del 100% del total de los electores encuestados, el 30% manifiesta que es de muy alta importancia, el 36% expresa que es de alta importancia, el 17% considera que es de media importancia, mientras que un 11% afirma que es de baja importancia y un 6% manifiesta que es de muy bajaimportancia, respecto a que tan importante es para el elector acudir a las urnas solamente por no recibir una multa electoral.

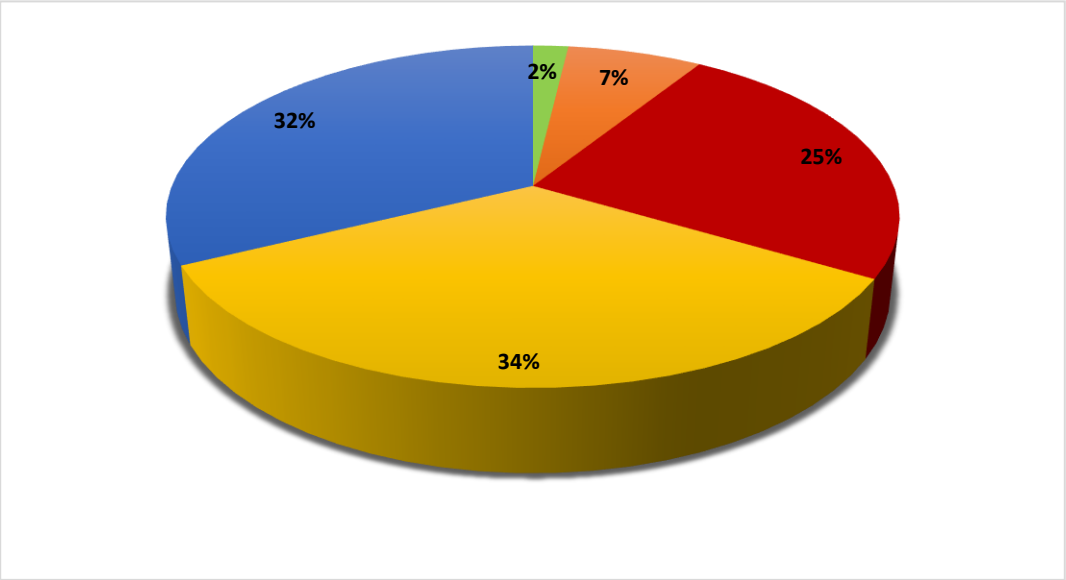
Respecto a esta pregunta, la mayor cantidad de encuestados considera que si es importante acudir

s las urnas solo por no recibir una multa electoral, como sabemos el voto en Perú no es facultativo sino obligatorio debido a que el elector peruano se caracteriza por no tener cultura política, además porque estos consideranal proceso electoral como un acontecimiento tedioso.

Tabla 17. ¿Considera Ud. que los electores de su distrito emiten su voto a favor de un candidato solo porque a cambio este le otorga una dádiva electoral?

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente en desacuerdo	6	2%
b. En desacuerdo	23	7%
c. Neutral	80	25%
d. De acuerdo	111	34%
e. Totalmente de acuerdo	105	32%
TOTAL	325	100%

Ilustración 17. Dadiva Electoral.



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla 17 y la ilustración 17, se demuestra que, del 100% del total de los electores encuestados, el 32% manifiesta que es muy alto, el 34% expresa que es alto, el 25% considera que es demedio, mientras que un 7% afirma que es bajo y un 2% manifiesta que es muy bajo,respecto a si el encuestado considera que los electores de su distrito emiten su votoa favor de un candidato solo porque a cambio este le otorga una dádiva electoral.

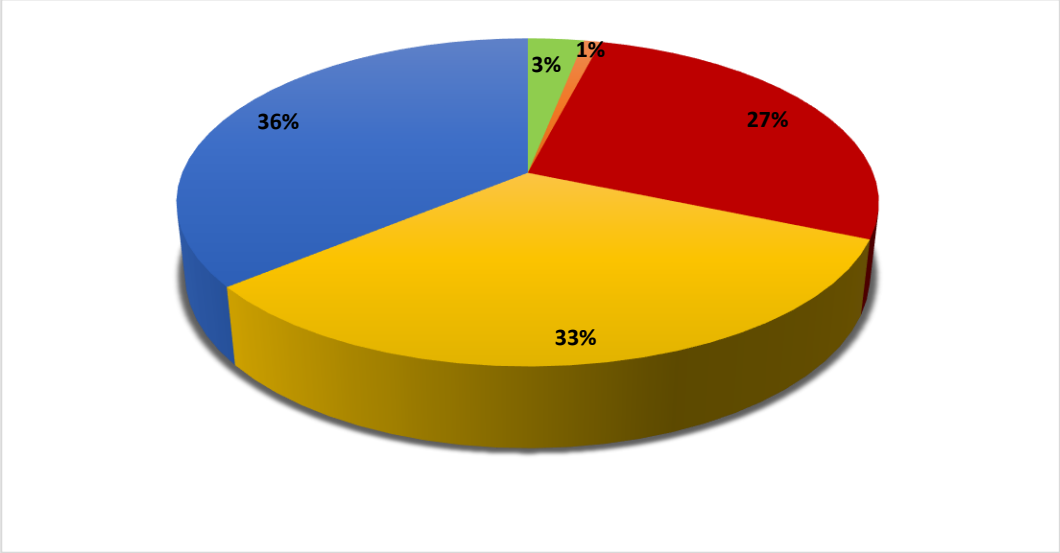
Respecto a esta pregunta, el mayor porcentaje de los encuestados consideranque los electores de su distrito votan a favor de un candidato solo porque a cambioeste le ofrece una dadiva electoral, este es un hecho que caracteriza mucho a las elecciones distritales y en el distrito de Puerto Eten es un acto

de corrupción que serepite elección tras elección.

Tabla 18. ¿Cree Ud. que los candidatos que se postularon en las elecciones municipales 2018 ofrecieron un puesto laboral u otros beneficios a los electores a cambio de su respaldo?

CRITERIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Totalmente es desacuerdo	10	3%
b. En desacuerdo	3	1%
c. Neutral	89	27%
d. De acuerdo	106	33%
e. Totalmente de acuerdo	117	36%
TOTAL	325	100%

Ilustración 18. Beneficios laborales a cambio del voto



Resultado: De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla 18 y la ilustración 18, se demuestra que, del 100% del total de los electores encuestados, el 36% manifiesta que es muy alto, el 33% expresa que es alto, el 27% considera que es de medio, mientras que un 1% afirma que es bajo y un 3% manifiesta que es muy bajo,respecto a si el encuestado considera que los candidatos que se postularon en las elecciones municipales 2018 ofrecieron un puesto laboral u otros beneficios a los electores a cambio de su respaldo.

Respecto a esta pregunta, la mayor cantidad de encuestados considera que los candidatos que se postularon en las elecciones municipales 2018 ofrecieron un puesto laboral u otros beneficios a los electores a cambio de su respaldo, como ya es costumbre muchos candidatos ofertan el oro y el moro a muchos de sussimpatizantes antes de tener un resultado certero, solo por un apoyo constante en

campaña electoral, y cuando alguno de estos sale electo muchas veces no logra darleun puesto laboral a todas las personas que les ofreció, generando el rechazo de quienes eran sus simpatizantes.

Estrategias para mejorar el Comportamiento Electoral en el distrito dePuerto Eten

Cultura de Información Política

Esta actividad se basó en que se le comunique al electorado mediante boletines informativos o redes sociales la hoja de la vida académica, legal y profesional de cada uno de los candidatos, así como los planes de gobierno que proponen y cuan viables son sujetándose a los lineamientos nacionales. En el distrito de Puerto Eten, durante la campaña electoral 2018, al realizar el análisis de resultados, se descubrió que los electores tienden a preferir a un profesional expertoen gestión pública, puesto que tendría un mejor manejo de la problemática del distrito. Esta preferencia está relacionada al punto de vista discursivo de que la problemática es resultado de las malas decisiones de los ciudadanos, por lo cual conuna participación técnica y profesional, da la idea de que se dará la solución a los problemas. El objetivo es mejorar el comportamiento electoral de los ciudadanos de Puerto Eten. La meta es emitir un voto informado y responsable. La técnica es comunicación política.

Ética sobre Incentivos

Esta actividad se basó en el emprendimiento de una campaña deconcientización dirigida a la población del distrito de Puerto Eten, en la cual se podrían llevar a cabo proyecciones de lo que en su momento ofertaron sendos candidatos electos y que al llegar al gobierno no se llegó a concretar con la finalidadde que el electorado pueda emitir un voto basado en obtener beneficios comunes por encima de los personales. En el distrito de Puerto Eten, durante la campaña electoral 2018, al realizar el análisis de resultados, se descubrió que los electores tuvieron una relación de costo-beneficio con los candidatos, ya que muchos de estosrecibieron una oferta laboral o incentivo económico a cambio de su voto. Dicha relación muchas veces es producto de que los candidatos ven a los electores como clientes, a los cuales tienen que adaptarse y brindarles lo que necesiten durante la contienda electoral, si es que quieren aumentar las posibilidades de ser electos comoalcalde. El objetivo es mejorar el comportamiento electoral de los ciudadanos de Puerto Eten. La meta es emitir un voto basado en obtener beneficios comunes por encima de los personales. La técnica es comunicación política.

Identidad Política

Esta actividad se basó en formar liderazgos a través programas de formaciónpolítica joven en el distrito, en donde los ciudadanos puedan establecer un sistemade ideas y regirse bajo principios

comunes generando un soporte ideológico mediante la capacitación y educación política, esto permitirá que en campaña los candidatos dejen de lado los discursos básicos y estratégicas clientelares, como herramientas para captar votos. En el distrito de Puerto Eten, durante la campaña electoral 2018, al realizar el análisis de resultados, se descubrió que los electores enun porcentaje medio si consideraban que es influyente la ideología de un partido político al momento de emitir su voto y por ende su participación directa en el proceso electoral no era muy alta. El objetivo es mejorar el comportamientoelectoral de los ciudadanos de Puerto Eten. La meta es afirmar una posición políticadefinida. La técnica es comunicación política.

Tabla 19. Estrategia de Comportamiento Electoral

ACTIVIDAD	ACCIONES	OBJETIVO	META	TECNICA
Cultura de Información Política	Emitir mediante boletines informativos o redes sociales la hoja de vida académica, legal y profesional, así como la viabilidad de los planes de gobierno	Mejorar el Comportamiento Electoral en el distritode Puerto Eten	Emitir un voto informado y responsable	Comunicación Política
Ética sobre Incentivos	Campaña de concientización, donde se muestren proyecciones rememorativas de lo que ofertaron candidatos electos	Mejorar el Comportamiento Electoral en el distritode Puerto Eten	Emitir un voto basado en obtener beneficios comunes por encima delos personales	Comunicación Política
Identidad Política	Formar liderazgos a través de programas de formación política joven en el distrito	Mejorar el Comportamiento Electoral en el distritode Puerto Eten	A firmar una posición política	Comunicación Política

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Con relación al objetivo general: Analizar los factores que definieron el comportamiento electoral para los resultados de las elecciones municipales en el distrito de Puerto Eten 2018. Los resultados obtenidos a partir de la encuesta demostraron que los factores económicos si influyeron de manera decisiva en el comportamiento del elector de Puerto Eten, puesto que estos afirmaron que elementos como incentivos económicos y recompensas laborales; fueron determinantes dentro de la estructura de las preferencias o inclinaciones por una alternativa electoral en especial ,dicho resultado coincide con lo expuesto por Carlos Pérez (2016) en su aporte de investigación titulado "Aproximación al Comportamiento Electoral de los Colombianos: Estudio desde los factores individuales del ciudadano para entender la participación y la abstención ", quien afirma que la elección de un candidato u otro, está influenciada tremendamente por factores externos que pueden parecer no tan importantes, pero que realmente cobran gran valor al momento de emitir el voto, tales como factores socioeconómicos.

Con relación al Primer objetivo específico: Determinar los factores sociológicos que definieron el Comportamiento Electoral para los resultados de las elecciones municipales en el distrito de Puerto Eten 2018. Los resultados mostrados en las ilustraciones Nº 4, 5, 6, 7, 8,9 y 10 indicaron que los factores sociológicos tales como: nivel de instrucción de los electores, estudios superiores y especializados de los candidatos, participación política de los ciudadanos, ideología política e identidad partidaria; cobraron gran importancia al momento de emitir el voto. El resultado descrito anteriormente coincide con lo encontrado por Ángelica Abad (2015) en su tesis titulada "Estrategia Política y Comportamiento Electoral. El voto a candidatos populistas en la región andina", quien señala que esos factores también se presentaron en su investigación y que si bien la preferencia de los votantes cambia respecto al contexto, existen características similares y estructurales que predominado a lo largo del tiempo , tal como los altos niveles de pobreza, bajo nivel educativo, posición ideológica, mala relación con el Estado, mínima participación política y escaso interés de información conducen hacia la emisión de un voto en preferencia de candidatos populistas.

Con relación al Segundo objetivo específico: Determinar los factores psicológicos que definieron el Comportamiento Electoral para los resultados de las elecciones municipales en el distrito de Puerto Eten 2018. Los resultados obtenidos en las ilustraciones Nº 11, 12, 13,14 y 15 demuestran que los factores psicológicos como: la influencia del mensaje electoral, el mensaje de contra campaña, publicidad electoral y manejo de redes sociales; tuvieron un grado alto de influencia al momento de emitir el voto. El resultado expuesto en líneas atrás se contrasta con lo afirmado por Sadith Taza (2006) en su aporte de investigación "Estrategia de Comunicación Directa e Intención de Voto de los

Electores de la Urbanización Gonzáles del distrito de El Tambo – Huancayo", quien señala la importancia de la comunicación electoral directa en el comportamiento electoral del votante ,ya que demuestra que es indispensable saber, sentir, interpretar y comprender, los problemas centrales que afectan a la población, para así poder plantear estrategias de comunicación dentro de una campaña con la finalidad de captar el interés del votante. Estos factores indicen respecto que el ciudadano tiende a identificarse con un candidato que lo represente, a través de mensajes en donde se ofertan propuestas interesantes que calen en las emociones del elector, orientando así la preferencia electoral hacia determinado candidato, es decir, afectando su comportamiento electoral. Así mismo, proporciona el grado de influencia del factor psicológico en la comunicación directa, ya que depende mucho de los miedos, emociones y esperanza que tiene el electorado, en vías de cambiar su situación o de ir en contra de alguien o algo.

Con relación al Tercer objetivo específico: Determinar los factores económicos que definieron el Comportamiento Electoral para los resultados de las elecciones municipales en el distrito de Puerto Eten 2018. Los resultados obtenidos en los ilustraciones Nº 16,17 y 18 demuestran que factores económicos como: la incidencia de la multa electoral al momento de acudir a sufragar, dadivas electorales y beneficios laborales a cambio del voto; influyeron de manera preponderante en el voto del elector porteño y se podría afirmar que fue el factor que más predomino el día de la elección, así como lo afirma Orlando Orejon (2019) en su aporte de investigación titulado "Representación política y candidatos: Comportamiento electoral y actitudes de los candidatos en el proceso electoral del distrito de Paucará 2013-2014" ,quien señala los electores tienen deseo de superación económica y ascenso social, básicamente una relación clientelar donde la ciudadanía proponía a los candidatos en contienda, ciertos intereses y aspiraciones a cambio del ofrecimiento de su voto. A demás se afirmaba que los votantes tienen preferencia por el candidato, del cual esperaban que al salir victorioso en la contienda electoral y una vez electo, les genere oportunidades de progreso socioeconómico y beneficios personales, ya sea un puesto laboral o beneficios como exoneración de impuestos a los negocios de sus simpatizantes.

CONCLUSIONES

a) A partir del análisis profundo de las bases teóricas que sustentan el comportamiento electoral, se logró demostrar que los factores económicos definieron significativamente el comportamiento electoral de los ciudadanos para los resultados de las elecciones municipales en el distrito de Puerto Eten 2018.

b) Los factores sociológicos que determinaron el comportamiento electoral fueron basados en indicadores de: nivel de instrucción, nivel de participación y afiliación partidaria; logrando demostrar

que su incidencia resulta favorable para ejecutar un análisis exhaustivo de los resultados de las elecciones municipales en el distrito de Puerto Eten 2018.

c) Los factores psicológicos que determinaron el comportamiento electoral se encontraron: el factor afectivo, factor intelectual y el factor medible o evaluativo; los cuales se ven directamente afectados por indicadores como: el mensaje electoral, publicidad electoral y las redes sociales; logrando demostrar que su aplicación resulta positiva en la definición y optimización del comportamiento electoral durante las elecciones distritales de Puerto Eten 2018.

d) Los factores económicos racionales que determinaron el comportamiento electoral fueron: factor tendencia y porcentaje de éxito los cuales están sometidos a indicadores como: las multas electorales y dadivas electorales; logrando demostrar que los factores económico racionales tienen por finalidad probar que el electorado es capaz de evaluar los aspectos positivos ante los aspectos negativos de una administración pública, y a partir de dicha evaluación juzgar al gobierno en base a su percepción. Así mismo los factores económicos influyeron en la decisión de voto de los electores ya que tomaron en cuenta la probabilidad de obtener beneficios monetarios o laborales con el costo de dar su voto a cambio.

RECOMENDACIONES

a) Se recomienda iniciar nuevas investigaciones sobre comportamiento electoral, mediante el reforzamiento del diseño metodológico. Asimismo, se considera relevante que las futuras investigaciones sean de carácter cuantitativo, para así lograr detectar indicadores cuantificables de acuerdo con la actividad política a nivel local, debido a que en los distintos procesos electorales desarrollados no se ha realizado análisis alguno, por lo que la investigación no pudo realizar comparaciones.

b) Se recomienda sensibilizar a los electores del distrito de Puerto Eten como a líderes políticos ,para que de dicha forma puedan tener el suficiente conocimiento de la realidad política por la que atraviesan y cómo esta afecta a nivel ético ,social y emocional sus comportamientos ,mediante ello los líderes políticos tendrán un mayor alcance para consolidar las organizaciones políticas como la participación de los electores en ella, con ello se permitirá optimizar el diseño de su mensaje y propuestas electorales.

c) Se recomienda que ya teniendo en cuenta cómo es que se construye el comportamiento electoral en el votante porteño, se podría mejorar la normatividad de las organizaciones políticas siendo más rígidos en las sanciones en cuanto a dadivas electorales, así como el reforzamiento de la identidad política ,ética y cultura de información electoral con la finalidad que el voto que emitan los electores sea el más idóneo, ello permitirá regular la pertinencia en cuanto las ofertas electorales de

los candidatos, de tal manera que todo lo ejecutado en campaña electoral se relacione directamente a la mejora de la gestión pública del distrito.

d) Se recomienda realizar nuevas investigaciones construyendo un nuevo marco teórico, diseñando una perspectiva de análisis diferente, que contribuya a la una adecuada explicación de factores específicos que inciden en la problemática de la representación política a nivel local.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Abad Cisneros, Á. (2015). *Estrategia Política y Comportamiento Electoral. El voto a candidatos populistas en la región andina.(tesis doctoral).* Universidad de Salamanca. Recuperado a partir de:

https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/128138/DDPG_AbadCisnerosAI_ Estrategiaelectoral.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y8.

Arnoletto, J. E. (2007). *Curso de Teoría Política, Edición electrónica gratuita. Texto completo enwww.eumed.net/libros/2007b/300/ 4.* Eumend.

Barnes, S. H., & Kaase, M. (1979). *Political action: mass participation in five westerndemocracies.* Beverly Hills, California: Sage.

Barozet, E. (2002). *Teoria de las Redes Sociales y su Aplicación en la Ciencia Política: Una Herramienta Heurística.* Santiago de Chile: IDEA.

Barry, B. (1978). *Sociologits, economists and democracy.* Nueva York.: MacMillan.

Bayón, F. (2014). *Coaching de Hoy.Teoría genera del coaching.* Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.

Belaunde, V. A. (1963). *Meditaciones Peruanas.* Lima: P.L.Villanueva.

Bobbio, N., Matteucci, N., & Pasquino, G. (1998). *Diccionario de política.* Brasilia: Editora Universidad de Brasilia.

Burt, R. S. (1987). *Social Contagion and Innovation: Cohesion versus Structural Equivalence.* American Journal of Sociology,.

Campbell, A., Converse, P., Miller, W., & Stokes, D. (1960). *The American Voter.* NewYork: Wiley.

Cazorla Martín, Á. (2014). *Los componentes del voto en Andalucía: Un Análisis del Voto Económico en el periodo 2008-2013.(tesis doctoral).* Universidad de Granada.Recuperado a partir de:

https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/34750/2431089x.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Cebrián, E. (2013). *Sobre la Democracia Representativa:Una anlisis de sus capacidades e influencias.* Zaragoza,España: Prensas de la Universidad de Zaragoza.

Constitución Política del Perú. (1993). *Constitución Política del Perú.* Lima.

Costa Bonino, L. (1994). *Manual de Mareketing Político.* Paris: Editorial Fin de Siglo.

Dalton, R. J., & Wattenberg, M. P. (2000). *Parties without partisans: political change inadvanced industrial democracies.* Oxford ; New York: Oxford University Press.

Deth, V. (2001). *Studying political participation: towards a theory of everything?* Grenoble, Francia: Joint Session of Workshops of the European Consortium forPolitical Research.

Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy.* New York: Harper and Row.

Downs, A. (1973). *Teoría Económica de la Democracia trad. de Luis Adolfo Martín.* Madrid,España: Instituto de Estudios Fiscales.

Duch, R. M., & Randolph, S. T. (2008). *The economic vote : how political and economicinstitutions condition election results.* New York: Cambridge University Press.

Elster, J. (2007). *Una Teoría Amplia de la Racionalidad.*

Evans, A. (2003). *Voters and voting: and introduction.* Londres: Sage.

Evans, J. A. (2003). *Voters and voting: And Introduction.* London: Sage.

Fearon, J. (1999). *Electoral accountability and the control of politicians: selecting good guys versus sanctioning poor performance.* Miami: ed. Adam Przeworski, Susan C.Stokes y Bernard Manin.

Fiorina, M. (1981). *Retrospective voting in american national elections.* Londres: CIS.

Fraile, M. (2005). *Cuando la economía entra en las urnas: El voto en Latinoamerica.* Colombia: Prisma.

Gonzáles Carrasco, M. T. (2018). *Democracia, Elecciones y Comportamiento Electoral enAyacucho: Un Análisis de los Resultados de las Elecciones Presidenciales realizadas en el periodo de 1990 a 2016.(tesis de maestría).* Pontificia Universidad Católica Del Perú.Recuperado a partir de:http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12858/GON

Z%c3%81LEZ_CARRASCO_MAR%c3%8dA_TERESA_DEMOCRACIA_ELECCIONES_AYACUCHO.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Goodin, R., & Klingemann, H. (1996). *Comportamiento Político, Parte II* . Madrid, España: Ediciones Istmo.

Himmelweit. (1985). How voters decide a model of vote choice based on a special longitudinal study extending over fifteen years and the British election suveys of1970 - 1983. *1985.* University Press, London.

Hurtado Salvador, A. L. (2014). *Comportamiento Electoral y Evaluación Gubernamental en el Municipio de Otzolotepec Estado de México.(tesis de pregrado).* Universidad Autónoma de México.Recuperado a partir de:http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/30090/TESIS%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

JNE. (2016). Proceso Electoral. *Jurado Nacional de Elecciones*, 3. Obtenido de JuradoNacional de Elecciones: http://portal.jne.gob.pe/

Kaase, M., & Marsh, A. (1979). *Political action: A theoretical perspective.* BerverlyHills,California: Sage.

Kroh, M. (2009). *The ease of ideological voting: Voter sophistication and party systemcomplexity. En: The Comparative Study of Electoral Systems.* New York:Ed. Hans-Dieter Klingemann.

Lazarfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1968). *The people's choice: how the votermakes up his mind in a presidential campaign.* New York: Columbia UniversityPress.

Lazo Rodríguez, J. S. (Agosto de 2013). *Comportamiento electoral en el Perú: Un análisisdel rol de las variables sociodemográficas y socioeconómicas en las elecciones presidenciales en primera vuelta de 2006 y 2011.(tesis pregrado).* Universidad Pontificia Católica del Perú.

Lewis-Beck, M., & Paldam, M. (2000). Economic voting: an introduction. *ElectoralStudies* , 113-121.

Lipset, M. S., & Rokkan, S. (1967). *Party Systems and Voter Alignments:Cross-nationalperspectives.* New York: The Free Press.

Lynch, N. (2000). *Política y Anti política en el Perú.* Lima: DESCO.

Martin, P. (2000). *Comprendre les évolutions électorales: la théorie des réalignementsrevisitée.* Paris: Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.

Meléndez, C. (2010). Algunos apuntes comparativos sobre las tendencias clientelares en elPerú. En M. TANAKA, C. MELÉNDEZ , & P. MUÑOZ, *Perfil del elector peruano 2010.* Lima: Jurado Nacional de Elecciones, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Montabes, J., & Ortega, C. (2008). *Los componentes del voto en Andalucía: Un análisisdel voto económico en el periódo 2008 - 2013.* Granada: Doblees.

Montecinos, E. (2007). *Análisis Del Comportamiento Electoral: De la Elección Racional ala Teoría de Redes. .* Santiago de Chile: Revista de Ciencias Sociales .

Montero, J., & Gunther, R. (2002). *Estudio sobre los partidos politicos: Una revisión crítica.* Barcelona: ICPS.

Moreno, A. (2009). *La decision electoral: Votantes, Partidos y Democracia en Mexico.* Mexico D.F: Porrula Miguel Angel.

Morón, A. (2014). *Coaching de Hoy.Teoria General del Coaching.* Madrid: EditorialUniversitaria Ramón Areces.

Muñoz, M. (2013). *Cien años de socialismo en Andalucía.* España: Catarata.

Ocaña, C. (2005). Las elecciones autonómicas de 1999 y las Españas electorales. *RevistaEspañola de Investigacion Sociologicas*, 90-228.

Orejon Centeno, O. (2019). *Representación política y candidatos:comportamiento electoral y actitudes de los candidatos en el proceso electoral del Distrito de Paucara, 2013-2014.(tesis pregrado).* Universidad Nacional del Centro del Perú.Recuperado a partir de:http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/5185/T010_46210255_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Paniagua Corazao, V. (2003). El Derecho de Sufragio en el Perú. *Revista Elecciones*(9), 29. Obtenido de http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con_uibd.nsf/0ED69473FA727103052575630065E5FF/%24FILE/articulo_04abc.pdf

Pease, H., & Peirano, G. (2009). *Reforma del estado peruano.* Lima: Fondo.

Pérez Munera, C. (2016). *Aproximación al Comportamiento Electoral de los Colombianos: Estudio desde los factores individuales del ciudadano para entender la participación y la*

abstención.(tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid.Recuperado a partir de:https://eprints.ucm.es/37486/1/T37152.pdf.

Riker, W., & Ordeshook, P. (1995). *A theory of the calculus of vonting.* New York: Taylor.Sabucedo, J. M. (1996). *Psicología Política.* Madrid: Síntesis.

Sartori, G. (1980). *Partidos y sistemas partidarios I.* Madrid: Alianza.

Sartori, G. (1992). *Elementos de teoría política.* Madrid,España: Alianza Editorial.

Sartori, G. (2003). *¿Qué es la Democracia?* Madrid: Taurus.

Sulmont Haak, D. (2017). *Estudio comparado del comportamiento electoral en Brasil,Chile, México y Perú.(tesis doctoral).* Pontificia Universidad Católica delPerú.Recuperado a partir de :http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9024.

Sulmont, D. (2009). *Conocimiento polítitico, opinión pública y democracia en la sociedadperuana.* Buenos Aires: Emece.

Tanaka, M. (1998). *Los espejismos de la democracia: El colapso del sistema de partidosen el Perú, 1980-1995, en perspectiva comparada.* Lima: Instituto de Estudios peruanos.

Taza Piñas, S. M. (2006). *Estrategia de Comunicación Directa e Intención de Voto de los Electores de la Urbanización Gonzáles del distrito de El Tambo – Huancayo.(tesis pregrado).* Universidad Nacional del Centro Del Perú.Recuperado a partir de:http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/2196.

Touraine, A. (2000). *Igualdad y diversidad.Las nuevas tareas de la democracia.* MéxicoD.F: Fondo de Cultura Económica.

Transparency International. (2009). Guía de lenguaje claro sobre la lucha contra lacorrupción. Berlin Alemania.

Van Dijk, T. (1998). *Ideología, una aproximación interdisciplinaria,.* Barcelona: Gedisa.

Vergara, A. (2007). *Ni amnésicos ni irracionales: Las elecciones peruanas de 2006 enperspectiva histórica.* Lima: Solar.

Visser, M. (1994). Policy voting, projection and persuasion: An aplication of balance theory to electoral behavior. *Political Psychology.*, 699-711.

Weber, M. (1996). *El político y el científico.* Madrid: Alianza Editorial.

BIOGRAFIA DEL AUTOR PRINCIPAL/ O COAUTORES.

Lorena Lucila Olivares Espinoza

Licenciada en Ciencias Políticas por la Universidad Pedro Ruiz Gallo. Estudiante de maestría en Gestión Pública. Estudios de especialización en planificación estratégica y resolución de conflictos y mediación social, con conocimiento en el diseño, creación y ejecución de proyectos de desarrollo y política social, educativa, cultural y de comunicación social. Experiencia laboral en instituciones públicas brindando asistencia técnica en actividades de coordinación en concursos públicos educativos.

Renato De Jesús Granados Rodríguez

Bachiller y Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Licenciado en Ciencia en Administración de Empresas por MIU City University Miami (EUA). Magíster en Gestión Pública – Universidad César Vallejo. Máster en Gerencia Pública – EUCIM BS, USMP. Egresado Maestría de Relaciones Públicas y Responsabilidad Social – Universidad Nacional de Trujillo. Doctorando en Relaciones Públicas - Universidad de San Martín de Porres.

Especializaciones en Relaciones Públicas, Comunicación para el Desarrollo, Planificación y gestión de empresas. 15 años de experiencia laboral en entidades públicas como: Proyecto Especial Naylamp, Ministerio de Trabajo, Congreso de la República, Seguro Integral de Salud, Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento. Además, consultor en Relaciones Públicas, Comunicación Corporativa y para el Desarrollo. Experiencia docente a nivel pregrado en la Universidad de San Martín de Porres y Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo.

Susana Angela Venegas Larrea

Bachiller y Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Candidata a maestra en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa por la Universidad César Vallejo. Especialista en marketing, comunicación corporativa y para el Desarrollo. 12 años de experiencia laboral en entidades públicas y privadas en áreas de atenciónal usuario, imagen institucional, mercadeo social y otros.

Luis Antonio Granados Rodríguez

Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas, magíster en Administración de Negocios por la Universidad César Vallejo. Estudios de especialización en Gestión Pública, Marketing Digital, Diseño Gráfico y Atención al usuario. Experiencia laboral en el ámbito público y privado como especialista en planificación y gestión de estrategias de imagen y marketing, social media manager, diseño gráfico.

Daniel Edgar Alvarado Leon

Doctor en Comunicación Social, Magister en Docencia Universitaria, Licenciado en Comunicación Social. Experiencia en medios de comunicación en las áreas de prensa, comunicación visual y corporativa, así como en relaciones públicas e imagen institucional. Docente investigador. Experiencia docente pre y postgrado, experiencia en diseño gráfico publicitario, editorial, fotografía periodística, documental y publicitaria. Director en arts & crafts consultora en comunicación visual. Presidente de ong willayhampi comunicación en salud.

Julio 2023 - CID - Centro de Investigación y Desarrollo
Copyright© - CID - Centro de Investigación y Desarrollo
Copyright del texto © 2023 de Autores
Formato: PDF
Tamaño: Sobre C5 162 x 229 mm
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acceso: World Wide Web
biblioteca.ciencialatina.org
editorial@ciencialatina.org
Atención por WhatsApp al +52 22 2690 3834