



**INSTITUTO DE GOBIERNO Y DE GESTIÓN PÚBLICA  
SECCIÓN DE POSGRADO**

**CONDUCTA DE PARTICIPACIÓN, Y SU ASOCIACIÓN CON  
LAS ESTRATEGIAS ELECTORALES PROMOVIDAS POR LA  
OFICINA NACIONAL DE PROCESOS ELECTORALES, Y  
PARTIDOS POLÍTICOS LIMA 2019**

**PRESENTADO POR**

**ERLITA ANGELA GELACIO LLONTOP**

**ASESOR**

**ARMANDO FIGUEROA SÁNCHEZ**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN  
PARA OPTAR EL GRADO DE MAESTRA EN GOBERNABILIDAD**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN  
SISTEMAS ADMINISTRATIVOS DEL ESTADO**

**LIMA – PERÚ  
2019**



**CC BY-NC-SA**

**Reconocimiento – No comercial – Compartir igual**

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

**INSTITUTO DE GOBIERNO Y DE GESTIÓN PÚBLICA  
SECCIÓN DE POSGRADO**

**“CONDUCTA DE PARTICIPACIÓN, Y SU ASOCIACIÓN CON LAS  
ESTRATEGIAS ELECTORALES PROMOVIDAS POR LA OFICINA  
NACIONAL DE PROCESOS ELECTORALES, Y PARTIDOS  
POLÍTICOS LIMA 2019”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE  
MAESTRA EN GOBERNABILIDAD**

**PRESENTADO POR:**

**ERLITA ANGELA GELACIO LLONTOP**

**ASESOR:**

**Dr. ARMANDO FIGUEROA SÁNCHEZ**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**SISTEMAS ADMINISTRATIVOS DEL ESTADO**

**LIMA, PERÚ**

**2019**

## DEDICATORIA

A mis padres, **Juan Gelacio y Julia LLontop**, quienes siempre confiaron en mí y ahora acompañan cada uno de mis proyectos, con mucho amor.

A **Rosa, Roberto y Lilly** mis incondicionales hermanos y ejemplo de vida.

A **Zahir**, cuyo nacimiento significo la esperanza y la fuerza para seguir siempre adelante.

A mi abuela “mami Dora”, sé que mis pocas virtudes son producto de haberla escuchado.

***Erlita Angela Gelacio Llontop***

## **AGRADECIMIENTO**

Al Instituto de Gobierno y de Gestión Pública de la Universidad San Martín de Porres, que me permitieron formar parte de ellos.

Al doctor Armando Figueroa Sánchez, por haber aceptado gustosamente ser mi asesor de tesis quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

***Erlita Angela Gelacio Llontop***

## ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS .....	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XV
RESUMEN .....	XIX
ABSTRACT .....	XX
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	9
1.1 Antecedentes de la Investigación .....	9
1.1.1 Internacional.....	9
1.1.2 Nacional .....	13
1.2 Bases Teóricas.....	15
1.2.1 Participación política .....	15
1.2.1.1 Causas de participación política .....	16
1.2.3.2 Modos de participación política.....	17
1.2.2 Estrategias para fomentar la participación electoral.....	18
1.2.3 Estrategias a Largo Plazo .....	19
1.2.3.1 Programas de Educación Ciudadana .....	20
1.2.3.2 Simulaciones Electorales.....	21
1.2.3.3 Campañas Comunicacionales .....	22
1.2.4 Estrategias a Corto Plazo .....	23

1.2.5 Conductas de Participación.....	26
1.2.5.1 Participación Electoral .....	27
1.2.5.2 Participación Opinitiva .....	28
2.2.5.3 Participación Asociativa .....	28
1.2.5.4 Participación Cívica .....	29
1.3 Definición de Términos Básicos .....	30
CAPÍTULO II: PREGUNTAS Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	32
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	36
3.1 Diseño Metodológico .....	36
3.2 Diseño muestral.....	36
3.2.1 Población .....	36
3.2.2 Muestra .....	37
3.3 Técnicas de Recolección de Datos .....	38
3.4 Técnicas de Gestión y Estadísticas para el Procesamiento de la Información	40
3.5 Aspectos Éticos.....	40
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y PROPUESTA DE VALOR .....	41
4.1 Características de los entrevistados.....	41
4.1.1 Sexo de los entrevistados .....	41
4.1.2 Edad de los entrevistados.....	42
4.2 Estrategias electorales. ....	43
4.2.1 Estrategias electorales a corto plazo, según los electores entrevistados. ....	43
4.2.1.1 Propaganda impresa.....	43
4.2.1.2 Traslado de votantes .....	46

4.2.1.3 Llamadas telefónicas .....	48
4.2.1.4 Mensajes de textos. ....	51
4.2.1.5 Conversaciones personales en domicilios .....	53
4.2.1.6 Cartas o correos electrónicos. ....	55
4.2.1.7 Medios de comunicación masivos .....	56
4.2.1.8 Eventos de convocatoria masiva. ....	57
4.2.1.9 Resumen de las estrategias electorales a corto plazo según los electores entrevistados. ....	60
4.2.2 Estrategias electorales a largo plazo, según los electores entrevistados. ....	64
4.2.2.1 Campañas comunicacionales .....	64
4.2.2.2 Programas de educación ciudadana.....	67
4.2.2.3 Simulación de elecciones. ....	68
4.2.2.4 Resumen de las estrategias electorales a largo plazo, según los electores entrevistados. ....	70
4.2.3 Resumen de las estrategias electorales según los electores entrevistados. ....	73
4.2 Conductas de participación según los electores entrevistados. ....	75
4.2.1 Conductas de participación electoral según los electores entrevistados. ....	75
4.2.1.1 Participación electoral.....	75
4.2.1.2 Abstencionismo invisible.....	78
4.2.1.3 Resumen de las conductas de participación electoral. ....	79
4.2.2 Conductas de participación asociativa .....	81
4.2.2.1 Participación en Organizaciones.....	81
4.2.2.2 Resumen de las conductas de participación asociativa.....	84



4.2.3 Conductas de participación Opinativa.....	86
4.2.3.1 Servicios .....	86
4.2.3.2 Programas .....	87
4.2.3.3 Institución.....	88
4.2.3.4 Resumen de las conductas de participación opinativa. ....	91
4.2.4 Conductas de participación cívica.....	93
4.2.4.1 Respeto de las normas sociales. ....	93
4.2.4.2 Acciones de tipo solidario .....	95
4.2.4.3 Acciones de convivencia básica social .....	98
4.2.4.4 Resumen de conductas de participación cívica. ....	99
4.2.5 Resumen de las conductas de participación.....	101
4.3 Conductas de participación y su asociación con las estrategias electorales.....	103
4.3.1 Conductas de participación electoral y su asociación con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019. ....	105
4.3.2 Conductas de participación asociativa y su relación con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019. ....	107
4.3.3 Conductas de participación opinativa y su asociación con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019. ....	109

4.3.4 Conductas de participación cívica y su asociación con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019. ....	111
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN .....	113
CONCLUSIONES.....	117
RECOMENDACIONES .....	119
REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS .....	121
ANEXO 1: CUESTIONARIO.....	126
ANEXO 2: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	128
ANEXO 3: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	129
ANEXO 4: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	130
ANEXO 5: BASE DE DATOS .....	131
ANEXO 6: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN .....	132
ANEXO 7: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN .....	133
ANEXO 8: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN .....	134
ANEXO 9: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN .....	135
ANEXO 10: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN .....	136
ANEXO 11: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN .....	137
ANEXO 12: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN .....	138
ANEXO 13: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN .....	139
ANEXO 14: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN .....	140
ANEXO 15: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN .....	141
ANEXO 16: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN .....	142

ANEXO 17: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN .....	143
ANEXO 18: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN .....	144

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Sexo de los entrevistados .....	41
Tabla 2 Edad de los entrevistados .....	42
Tabla 3 Información electoral recibida a través de medios impresos como panfletos, volantes, pancartas o afiches. ....	44
Tabla 4 Participación en la difusión de información electoral a través de medios impresos como panfletos o volantes.....	45
Tabla 5 Traslado de votantes a centros de votación por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales .....	46
Tabla 6 Traslado de votantes a centro de votación por algún partido político.....	47
Tabla 7 Llamadas telefónicas recibidas por parte de representantes de partidos políticos invitando a participar en las votaciones .....	49
Tabla 8 Llamadas telefónicas recibidas por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales .....	50
Tabla 9 Mensajes de texto recibidos por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales invitándolo a participar en las votaciones.....	51
Tabla 10 Mensajes de texto recibidos por parte de los partidos invitándolo a participar en las votaciones. ....	52
Tabla 11 Visitas recibidas a domicilio explicando la importancia de la participación en las elecciones .....	54
Tabla 12 Correos electrónicos recibidos con información referente a la importancia de la participación electoral .....	55

Tabla 13 Influencia de los medios de comunicación, en la toma de decisiones para ir a votar.....	57
Tabla 14 Participación en eventos recreativos organizados por la Oficina Nacional de Proceso Electoral promoviendo la participación electoral.....	58
Tabla 15 Participación en eventos organizados por Partidos políticos promoviendo la participación electoral .....	60
Tabla 16 Resumen de las estrategias electorales a corto plazo .....	61
Tabla 17 Promedio del resumen de las estrategias electorales a corto plazo.....	62
Tabla 18 Campañas en redes sociales como Facebook, e Instagram y su influencia en la asistencia de la población en las elecciones.....	64
Tabla 19 Promoción de campañas por la oficina nacional para incentivar la participación ciudadana .....	66
Tabla 20 Participación en programas de educación ciudadana promovidos por la Oficina Nacional de Proceso Electoral.....	67
Tabla 21 Participación en las actividades para la simulación de elecciones.....	69
Tabla 22 Resumen de las estrategias electorales a largo plazo. ....	70
Tabla 23 Promedio de resumen de las estrategias electorales a largo plazo .....	72
Tabla 24 Resumen general de las estrategias electorales.....	73
Tabla 25 Promedio general del resumen de las estrategias electorales .....	74
Tabla 26 Asistencia voluntaria a las elecciones Presidenciales y del Congreso .....	76
Tabla 27 Asistencia voluntaria a las elecciones para alcaldes y Gobernadores .....	77
Tabla 28 Oportunidad para abstención en las elecciones.....	78
Tabla 29 Resumen de las conductas de participación electoral.....	79

Tabla 30 Promedio de las conductas de participación electoral.....	80
Tabla 31 Solicitud de información a las autoridades sobre los programas de gobierno de los partidos políticos .....	82
Tabla 32 Participación en actividades o reuniones de algún partido o movimiento político .....	83
Tabla 33 Resumen de las conductas de participación asociativa .....	84
Tabla 34 Promedio de las conductas de participación asociativa .....	85
Tabla 35 Participación en manifestaciones, plantones, marchas, o protestas por incumplimiento en las ofertas electorales .....	86
Tabla 36 Quejas manifestadas con respecto a algún programa del gobierno no cumplido .....	87
Tabla 37 Apoyo pedido a algún partido político.....	88
Tabla 38 Cartas enviadas a las instituciones en reclamo por algún partido político que afecte su comunidad.....	90
Tabla 39 Resumen de las conductas de participación opinativa.....	91
Tabla 40 Promedio de las conductas de participación opinativa.....	92
Tabla 41 Participación en actividades que promueven el cuidado de las áreas verdes en su localidad durante el proceso electoral.....	93
Tabla 42 Acciones tomadas cuando las personas tiran basura en la calle, durante el proceso electoral .....	94
Tabla 43 Donación de alimentos, o medicina a alguna persona durante el proceso electoral .....	96
Tabla 44 Donación de dinero a algún partido político .....	97

Tabla 45 Recaudación de fondos para contribuir con algún partido político .....	98
Tabla 46 Resumen de conductas de participación cívica.....	99
Tabla 47 Promedio de las conductas de participación cívica .....	100
Tabla 48 Resumen de conductas de participación.....	101
Tabla 49 Resumen de las conductas de participación .....	102
Tabla 50 Conductas de participación y su asociación con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales.....	103
Tabla 51 Chi cuadrado de las Conductas de participación y su asociación con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales.....	104
Tabla 52 Conductas de participación electoral y su asociación con las estrategias electorales .....	105
Tabla 53 Chi cuadrado de las conductas de participación electoral y su asociación con las estrategias electorales .....	106
Tabla 54 Conductas de participación asociativa y su relación con las estrategias electorales .....	107
Tabla 55 Chi cuadrado de las conductas de participación asociativa y su relación con las estrategias electorales .....	108
Tabla 56 Conductas de participación opinativa y su asociación con las estrategias electorales .....	109
Tabla 57 Chi cuadrado de las conductas de participación opinativa y su asociación con las estrategias electorales .....	110

Tabla 58 Conductas de participación cívica y su asociación con las estrategias electorales .....	111
Tabla 59 Chi cuadrado de las Conductas de participación cívica y su asociación con las estrategias electorales .....	112



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Sexo de los entrevistados.....	41
Gráfico 2 Edad de los entrevistados.....	42
Gráfico 3 Información electoral recibida a través de medios impresos como panfletos, volantes, pancartas o afiches .....	44
Gráfico 4 Participación en la difusión de información electoral a través de medios impresos como panfletos o volantes.....	45
Gráfico 5 Traslado de votantes a centros de votación por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales .....	47
Gráfico 6 Traslado de votantes a centro de votación por algún partido político ....	48
Gráfico 7 Llamadas telefónicas recibidas por parte de representantes de partidos políticos invitando a participar en las votaciones .....	49
Gráfico 8 Llamadas telefónicas recibidas por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales.....	50
Gráfico 9 Mensajes de texto recibidos por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales invitándolo a participar en las votaciones.....	52
Gráfico 10 Mensajes de texto recibidos por parte de los partidos invitándolo a participar en las votaciones.....	53
Gráfico 11 Visitas recibidas a domicilio explicando la importancia de la participación en las elecciones .....	54
Gráfico 12 Correos electrónicos recibidos con información referente a la importancia de la participación electoral .....	56

Gráfico 13 Influencia de los medios de comunicación, en la toma de decisiones para ir a votar.....	57
Gráfico 14 Participación en eventos recreativos organizados por la Oficina Nacional de Proceso Electoral promoviendo la participación electoral.....	59
Gráfico 15 Participación en eventos organizados por Partidos políticos promoviendo la participación electoral .....	60
Gráfico 16 Resumen de las estrategias electorales a corto plazo.....	61
Gráfico 17 Promedio del resumen de las estrategias electorales a corto plazo .....	63
Gráfico 18 Campañas en redes sociales como Facebook, e Instagram y su influencia en la asistencia de la población en las elecciones.....	65
Gráfico 19 Promoción de campañas por la oficina nacional para incentivar la participación ciudadana .....	66
Gráfico 20 Participación en programas de educación ciudadana promovidos por la Oficina Nacional de Proceso Electoral.....	68
Gráfico 21 Participación en las actividades para la simulación de elecciones .....	69
Gráfico 22 Resumen de las estrategias electorales a largo plazo.....	71
Gráfico 23 Promedio de resumen de las estrategias electorales a largo plazo .....	72
Gráfico 24 Resumen general de las estrategias electorales .....	73
Gráfico 25 Promedio general del resumen de las estrategias electorales.....	74
Gráfico 26 Asistencia voluntaria a las elecciones Presidenciales y del Congreso ....	76
Gráfico 27 Asistencia voluntaria a las elecciones para alcaldes y Gobernadores.....	77
Gráfico 28 Oportunidad para abstención en las elecciones .....	79
Gráfico 29 Resumen de las conductas de participación electoral. ....	80

Gráfico 30 Promedio de las conductas de participación electoral .....	81
Gráfico 31 Solicitud de información a las autoridades sobre los programas de gobierno de los partidos políticos .....	82
Gráfico 32 Participación en actividades o reuniones de algún partido o movimiento político .....	83
Gráfico 33 Resumen de las conductas de participación asociativa.....	84
Gráfico 34 Promedio de las conductas de participación asociativa.....	85
Gráfico 35 Participación en manifestaciones, plantones, marchas, o protestas por incumplimiento en las ofertas electorales .....	87
Gráfico 36 Quejas manifestadas con respecto a algún programa del gobierno no cumplido .....	88
Gráfico 37 Apoyo pedido a algún partido político.....	89
Gráfico 38 Cartas enviadas a las instituciones en reclamo por algún partido político que afecte su comunidad.....	90
Gráfico 39 Resumen de las conductas de participación opinativa .....	91
Gráfico 40 Promedio de las conductas de participación opinativa .....	92
Gráfico 41 Participación en actividades que promueven el cuidado de las áreas verdes en su localidad durante el proceso electoral.....	94
Gráfico 42 Acciones tomadas cuando las personas tiran basura en la calle durante el proceso electoral .....	95
Gráfico 43 Donación de alimentos, o medicina, a alguna persona durante el proceso electoral .....	96
Gráfico 44 Donación de dinero a algún partido político.....	97

Gráfico 45 Recaudación de fondos para contribuir con algún partido político.....	98
Gráfico 46 Resumen de conductas de participación cívica .....	99
Gráfico 47 Promedio de las conductas de participación cívica.....	100
Gráfico 48 Resumen de conductas de participación .....	101
Gráfico 49 Resumen de las conductas de participación.....	102
Gráfico 50 Conductas de participación y su asociación con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales.....	104
Gráfico 51 Conductas de participación electoral y su asociación con las estrategias electorales .....	106
Gráfico 52 Conductas de participación asociativa y su relación con las estrategias electorales .....	108
Gráfico 53 Conductas de participación opinativa y su asociación con las estrategias electorales .....	110
Gráfico 54 Conductas de participación cívica y su asociación con las estrategias electorales .....	112

## RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo de determinar cómo las conductas de participación se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019. Fue una investigación de enfoque cuantitativo, no experimental, correlacional. Se obtuvo una muestra de 365 electores residenciados en Lima, a quienes se les aplicó el cuestionario. Entre los resultados se encontró que, para el 71,2% de los electores entrevistados en Lima, entre nunca y pocas veces se promueven las estrategias electorales en Lima, mientras que, el 28,5% expreso que algunas veces se promueve. El 72,3% de los electores entrevistados expresaron que nunca y casi nunca manifiestan conductas de participación asociativa. El 86% de los electores entrevistados expresaron que nunca y casi nunca manifiestan conductas de participación opinativa. El 46% de los electores entrevistados expresaron que nunca y casi nunca manifiestan conductas de participación cívica. Existe una asociación muy significativa entre las conductas de participación y las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, por haberse encontrado un  $p\text{-valor} = 0.000 < \alpha 0,05$ .

***Palabras claves: Electores, conductas de participación, estrategias electorales.***

## **ABSTRACT**

This research was carried out with the objective of determining how participation behaviors are associated with electoral strategies promoted by the National Office of Electoral Processes, and political parties, Lima 2019. It was a quantitative, non-experimental, correlational research. A sample of 365 voters residing in Lima was obtained, to whom the questionnaire was applied. Among the results it was found that, for 71.2% of the voters interviewed in Lima, electoral strategies in Lima are never and rarely promoted, while 28.5% express that sometimes they are promoted. 72.3% of the voters interviewed expressed that they never and almost never show associative participation behaviors. 86% of the voters interviewed expressed that they never and almost never show opinion participation behaviors. 46% of the voters interviewed expressed that they never and almost never show civic participation behaviors. There is a very significant association between participation behaviors and electoral strategies promoted by the National Office of Electoral Processes, and political parties, for having found a p-value = 0.000 <math>\alpha</math> 0.05.

***Keywords: Voters, participation behaviors, electoral strategies.***

## INTRODUCCIÓN

### Descripción de la Situación Problemática

La participación política es un fenómeno social, que se ve influenciado por varios factores del entorno, por ello, la promoción de la participación es un tema complejo que requiere de un conjunto de estrategias tanto a corto, como a largo plazo. En el artículo de (Pérez, 2019) sobre la “Seguridad Política: Participación política, cuotas electorales, retos y desafíos” señala que, el ejercicio de los derechos políticos por parte de los ciudadanos, es sin duda uno de los elementos fundamentales de todo sistema democrático, pues el ejercicio democrático se materializa en la participación de los electores para escoger a sus autoridades. (Pérez, 2019) sostuvo que:

“La seguridad política conlleva el ejercicio efectivo no solo del sufragio, sino también del resto de los derechos políticos de la ciudadanía, como la asociación política, el credo político y la participación directa. No solamente es necesario que existan condiciones jurídicas (normas) que así lo permitan, sino organizaciones que velen por su cumplimiento y garanticen su efectividad, es decir, que existan organismos electorales que hagan realidad el derecho de participación política.”

En ese sentido, la (Red de conocimientos electorales, 2019) hace referencia al incremento del interés público en las reformas de los sistemas electorales, y el “compromiso alrededor del mundo con las reformas a la administración electoral, impulsado por círculos de administración política y electoral y por la mirada crítica de los medios y los observadores”.

Simultáneamente debe asegurarse las oportunidades de participación política, en un ejemplo de ello la (Red de Conocimientos electorales, 2019) sostuvo que:

“No deben existir barreras artificiales que le nieguen el derecho al voto a ningún grupo de ciudadanos; de ahí las objeciones morales al antiguo sistema sudafricano de segregación racial, que limitaba los derechos civiles de los no-blancos...Aparte de los derechos civiles, a los ciudadanos no debe negárseles la oportunidad para unirse a partidos políticos.”

En concordancia con lo expuesto, la participación ciudadana en la política contribuye en los sistemas democráticos, para ello se debe mantener informado al elector mediante estrategias eficaces, y equitativas.

Según la (Red de conocimientos electorales, 2019):

“Los electores participan en una elección de diferentes formas. Cada paso es importante para la integridad general del proceso electoral. Estos pasos incluyen: registrarse como elector y votar a fin de que puedan expresar su voluntad el día de la elección; hablar sobre los candidatos y los asuntos de campaña para estar informados y poder hacer una elección racional; observar y evaluar el proceso, y quejarse si hay algo incorrecto; expresar su apoyo por un candidato o partido político por medios éticos, tales como el uso de botones o colores del partido, de la bandera del partido en el patio de su casa o una calcomanía en el automóvil. También pueden participar en la campaña del candidato o contribuir con dinero para el partido político o el candidato; asistir a los mítines de campaña para obtener información y prestar su apoyo; cabildear para solicitar mejoras en la ley o los procedimientos electorales, mejoras en la aplicación de las leyes, en la



seguridad electoral para que el sistema sea más justo, preciso y creíble; contender como candidato; y protestar por los actos injustos o éticamente arbitrarios mediante cartas a los editores, peticiones a los organismos de administración electoral o al gobierno y mediante las manifestaciones pacíficas.”

La Oficina Nacional de Procesos Electorales, organizaciones civiles y Partidos Políticos, son promotores de estrategias de participación electoral, procurando garantizar la integridad de los sistemas electorales, aunque muchas veces los objetivos no son los mismo, el fin es garantizar que el ciudadano se mantenga informado, interesado, y que participe en las políticas públicas. Para (Bedoya, Escobar, Sánchez, & Nieto, 2019) “el estudio del comportamiento electoral ha concentrado sus esfuerzos en tratar de entender la forma en que los electores toman las decisiones, en especial la de asistir a las urnas”.

La participación de los ciudadanos, tal como lo señalan algunos estudios se ve influenciado en la mayoría de los casos por la estructura del sistema electoral, los partidos políticos, entre otros aspectos como “la obligatoriedad del voto, la simultaneidad de las elecciones, las leyes de registro, la fatiga electoral y el carácter bicameral o unicameral del parlamento” (Bedoya, Escobar, Sánchez, & Nieto, 2019) desde una perspectiva general estos aspectos son los más recurrentes.

Por las razones antes expuestas, la presente investigación pretendió estudiar las diferentes estrategias utilizadas para fomentar la participación política en el Perú, y cómo estas están influyendo en las conductas de participación de los ciudadanos, para ello fue necesario formular las siguientes interrogantes:

## **Formulación del Problema**

### **Problema General**

**PG.-** ¿Cómo las conductas de participación se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019?

### **Problemas Específicos**

**PE1.-** ¿De qué manera las conductas de participación electoral se asocian con las estrategias electorales promovidas por la oficina nacional de proceso electoral, y partidos políticos, Lima 2019?

**PE2.-** ¿De qué forma las conductas de participación asociativa se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019?

**PE3.-** ¿De qué manera las conductas de participación opinativa se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019?

**PE4.-** ¿De qué forma las conductas de participación cívica se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019?

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo General**

**OG. –** Determinar cómo las conductas de participación se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019

### **Objetivos Específicos**

**OE1.-** Establecer de qué manera las conductas de participación electoral se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019

**OE2.-** Inferir de qué forma las conductas de participación asociativa se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019

**OE3.-** Establecer de qué manera las conductas de participación opinativa se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019

**OE4.-** Conocer de qué forma las conductas de participación cívica se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019

### **Importancia de la Investigación**

A nivel internacional la participación de los ciudadanos se considera de gran importancia para mantener la estructura de los sistemas democráticos, con el pasar de los años se ha fomentado la igualdad de géneros, de etnias, el respeto por la libertad de expresión, en este sentido (Soto & Cortez, 2014) narra que “una de las características más notables de los sistemas democráticos es la participación de los ciudadanos en la elección de sus representantes. Este proceso constituye un elemento esencial de las democracias, ya que representa el medio más común de participación política, además legitima y fortalece el sistema político”.

En tal sentido, una de las condiciones necesarias e indispensable en regímenes democráticos es la promoción, y garantías de elecciones libres, para ello se requiere la participación legítima de sus ciudadanos, (Soto & Cortez, 2014) sostiene que, la contraparte de la participación electoral está representada por el abstencionismo;

“En el sentido de que una mayor (menor) participación electoral se ve reflejada en una menor (mayor) abstención. Sin embargo, la abstención no significa abstenerse de la participación política, sino de votar. La participación política puede realizarse por otros medios, tales como en forma de protestas, discursos públicos, cabildeo, acción colectiva o el contacto directo con funcionarios.”

Sobre los aspectos de participación, y abstención influye múltiples factores, entre ellos la conducta adoptada por el ciudadano, (Durán, 2015) sostiene que “el comportamiento electoral tiene correspondencia explicativa con factores que lo afectan a largo o a corto plazo”. Dentro de los enfoques de la conducta de participación adoptada se encuentra “la decisión racional, que concentra la práctica democrática y la decisión del votante como el resultado de un análisis acerca de los beneficios que obtiene el ciudadano a corto plazo, tanto económicos como de las opiniones sobre las campañas, los candidatos y el análisis público de las gestiones gubernamentales” (Durán, 2015)

En concordancia con lo antes expuesto la presente investigación se considera importante porque permitió evaluar como las estrategias desarrolladas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y Partidos Políticos, motivan a los ciudadanos a ejercer sus derechos, y deberes políticos. Los resultados de la investigación tendrán un aporte significativo al conocimiento científico, ya que, son pocas las investigaciones que abordan el tema con el enfoque que asume la presente investigación.

El tema político en el Perú, sigue siendo un tema de poco estudio, la mayoría de las investigaciones se centran en la igualdad de género, la inclusión social, sin embargo, temas como los comportamientos, conductas, estrategias, son poco abordados, pero igual de importantes para mejorar la visión de la ciudadanía. El informe final de la investigación, será un aporte al crecimiento científico, los resultados e instrumentos podrán ser utilizados en futuras investigaciones como precedentes, siempre y cuando se respeta la propiedad intelectual.

La estructura del presente trabajo de investigación, se describe a continuación:

Primeramente, se presenta el Capítulo I, Marco Teórico, en el cual se presentan los antecedentes nacionales e internacionales, relacionados con la investigación, asimismo, se presentan las bases teóricas referidas a la participación política, estrategias para fomentar la participación electoral, conductas de participación.

También se presenta la definición de términos básicos

Seguidamente, se presenta el Capítulo II, Preguntas y Operacionalización de Variables, donde se puede apreciar las preguntas de estudio, las variables, dimensiones, e indicadores.

Continuando con el Capítulo III, Metodología de la Investigación, en este capítulo se define el enfoque, y diseño de la investigación, el diseño muestral, las técnicas de recolección de datos, las Técnicas de Gestión y Estadísticas para el Procesamiento de la Información, y los aspectos éticos considerados en la realización de la presente investigación.

Seguidamente se presenta el capítulo IV, resultados y propuesta de valor, donde se presentan de manera descriptiva los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario, así como también, se presentan el desarrollo de los objetivos de la presente investigación, obteniéndose las relaciones entre las variables de estudio.

Finalmente se presenta el capítulo V, Discusión, donde se realizaron comparaciones de los resultados obtenidos en la presente investigación, con otras investigaciones relacionados con la presente investigación. Continuando con las conclusiones y recomendaciones derivadas de los problemas y objetivos de la investigación.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Antecedentes de la Investigación**

#### **1.1.1 Internacional**

Según (Cuevas, 2013) en su tesis "Participación política y percepción de la democracia de las mujeres en el área metropolitana de Monterrey, Nuevo León, México", en resumen, presentó lo siguiente:

“El objetivo de la investigación fue determinar las formas de participación que son ejercidas por las ciudadanas del área metropolitana de Monterrey, Nuevo León, México. En la encuesta realizada a las mujeres del área metropolitana de Nuevo León se reportan los datos también preocupantes ya que el 32.4 % reporta percibir algo de avances con respecto a la transparencia y el acceso a la información. La solicitud ciudadana de información es tema de debate en la administración pública; ya que no se cuenta con una base de datos sistematizada en todo el país que concentre y genere los reportes a la vista de la sociedad. El 43.9% se situó en los valores de poco o nada de progreso percibido sobre el tema. El 50% de las encuestadas establece nunca realizar esta actividad de activación del voto a favor de un candidato que le sea conveniente. El 36 % se posiciona en un poco o nada en cuanto a la realización de esta actividad de influencia en momentos electorales, esta baja actividad de las ciudadanas muestra la poca influencia que ejercen en otros para el ejercicio del voto; además que es una actividad que tiene poco interés para su ejercicio, tal vez por no ser una característica perteneciente al rol y posición de influencia de la mujer

en el ámbito familiar. No existe interés por participar en marchas o plantones, ni en el establecimiento de mantas en realidad establecer una postura en contra de una decisión gubernamental no existe, esto en congruencia con los números expresados en las respuestas de las neolonesas quienes responden en un 76.6% no realizar estas actividades nunca. Con respecto a la participación política, las mujeres pertenecientes al contexto presidencialista, demuestran como el ser testigos de un entorno antidemocrático o autoritario permite entender que la organización en actividades no convencionales es necesaria para ser escuchados por un sistema político que buscaba la permanencia en el poder sin tomar en cuenta la opinión ciudadana. Con respecto a las formas de participación política convencional las mujeres de ambos grupos puntuaron una participación baja y sin diferencias significativas”

Por su parte, (Martínez, García, & Pico, 2016) en el artículo “Participación política y capital social en el nivel subnacional de Colombia - estudio de caso del Departamento de Cundinamarca”, señalan que:

“Para analizar y comprender la relación entre y capital social, así como su incidencia en la calidad democrática de los municipios, la variable Participación Política está expresada por la relación entre el potencial electoral para la elección de alcalde municipal y el número de los votos válidos resultantes del escrutinio adelantado por cada una de las entidades territoriales y locales. La variable Asociatividad está expresada por la relación entre la población censal de cada ente territorial y el número de



organizaciones civiles legalmente constituidas para un mismo periodo expresado por mil habitantes para facilitar su análisis. En un análisis general de los resultados se aprecia que, la variable participación política como la variable asociatividad presentan una tendencia positiva y creciente durante los 5 periodos electorales analizados en la investigación. En el caso de Cundinamarca y a partir de los datos expuestos, puede considerarse que un aumento en la asociatividad de los ciudadanos repercute de manera directa y positiva en el aumento de la participación política medido en términos electorales.”

Para (Gómez, 2016) en la investigación “Participación Electoral de los Estudiantes de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez” pretendió:

“Conocer la relación entre confianza en gobierno e instituciones y las conductas de participación electoral de abstenerse de manera racional y anular el voto en estudiantes universitarios. A través de la metodología mixta, se llegaron a los siguientes resultados: las elecciones anteriores registraron en la encuesta 40.1% de votos, contra 46.7% de abstención, y apenas un 10.5% de votos nulos, el 2.6% corresponde a los participantes de la encuesta que no eran mayores de edad al momento de realizarse las elecciones de 2015. Sobre las razones para anular el voto el 57.1% por la falta de afinidad con algún candidato o partido político, seguido por el 33.4% quien anuló su voto de manera consiente como acto de protesta, el resto manifestó haberlo realizado por moda. Sobre las razones para abstenerse a votar: el 45.5% fue porque decidió no votar, el 22.1% porque no tuvo

tiempo, y 32.5% porque no tenía credencial. Para concluir que, mostraron mayor relación la opinión de los estudiantes sobre el gobierno, y el INE con las conductas de votar y abstenerse, por otra parte, la opinión sobre los políticos solo parece provocar convocatoria para el voto cuando la personalidad de los candidatos tiende a polarizar a la sociedad, finalmente la opinión sobre los partidos políticos y la candidatura independiente, ayuda a explicar el crecimiento de la conducta de votar para las próximas elecciones, mediante las candidaturas de 94 independientes, los estudiantes que no se identificaban con ningún partido político pretenden salir a votar”

Por otro lado, (Toledo, 2013), en la tesis “Educación y Participación Política: Influencia de las políticas públicas en el currículum de la formación ciudadana, a partir de la Reforma Educacional de 1998”, se buscó:

“Analizar si el diseño e implementación de las políticas públicas, realizadas por el Estado Chileno, a partir de 1990 en el currículum de la formación ciudadana, han logrado modificar la percepción de los jóvenes, con respecto a la política y, todo lo que ésta la rodea, mediante el enfoque mixto. De los resultados, se puede señalar que, el 62% de los encuestados entiende que la participación en un grupo, son o pueden ser consideradas como participación política y, solo un 38% no lo considera así. Concluyendo que, la educación es un proceso que conduce a la autodeterminación de las personas, pero a la vez, es el excelente propagador sociocultural de los valores y actitudes que concentra la base social. También se ha señalado

que la educación permite la construcción de las nociones ciudadanas y la formación política juvenil y, por consiguiente, que el sistema democrático se consolide y evolucione hacia lo perfectible”

### **1.1.2 Nacional**

En la investigación desarrollada por (González, 2017) titulada “Nivel de participación ciudadana de los pobladores del Distrito de San Martín de Porres”, se sostiene como objetivo general:

“Identificar la dimensión predominante en el nivel participación ciudadana de los pobladores del distrito de S.M.P, a través de la metodología de diseño no experimental, de corte transversal, de tipo descriptiva, los resultados obtenidos fueron los siguientes: el 52.74% de los pobladores perciben poca participación electoral en el distrito de San Martín de Porres, mientras que el 11.23% de los mismos perciben mucha participación electoral de la ciudadana en el distrito. Sobre la percepción de los pobladores sobre la participación cívica en el nivel de participación ciudadana del distrito de San Martín de Porres, el 58.22% de los pobladores perciben poca participación del nivel de participación ciudadana del distrito de San Martín de Porres, mientras que el 9.40% de los mismos perciben mucha participación del nivel de participación ciudadana de los pobladores del distrito de San Martín de Porres. El 32,38% Nada de participación. Concluyendo que la dimensión predominante de participación ciudadana de los pobladores del distrito de S.M.P. es la dimensión opinativa. En cuanto al indicador predominante en

el nivel de participación Electoral de los pobladores del distrito de S.M.P, se concluye que corresponde a la participación en elecciones generales”

Por su parte, (Cutimbo, 2016) en la investigación titulada “La intensidad ética y la participación ciudadana en mujeres del Distrito de Moquegua, 2015” se sostuvo:

“Como objetivo general de la investigación, identificar la relación que existe entre la intensidad ética y la participación ciudadana en mujeres del distrito Moquegua, 2015. Los objetivos de la investigación se desarrollaron mediante el método no experimental transeccional, correlacional, entre los resultados obtenidos presenta que: en la dimensión asociativa el 52,7% del conjunto, se ubican en la categoría de participación ocasional. Por otro lado, el 46% no supera la categoría de participación inusual; en contraste, sólo el 1,3% del conjunto, evidencian una participación frecuente. En lo que respecta a la dimensión electoral predomina el 85,3% del conjunto, se ubican en la categoría de participación frecuente, el 8% del total, no supera la categoría de participación inusual, y el 6,7% del conjunto, que se ubican en la categoría de participación ocasional. Como conclusión general, encontró relación directa entre la intensidad ética y la participación ciudadana en mujeres del distrito Moquegua, 2015, determinada por una correlación positiva media ( $r_s=0,494$ ;  $p = 0,000$ ) entre las puntuaciones de las variables”

## **1.2 Bases Teóricas**

### **1.2.1 Participación política**

La participación política, se podría definir como el conjunto de actividades dirigida a intervenir en la designación de los gobernantes. El Instituto Interamericano de Derechos Humanos citado por el (Jaramillo, Delgado, Julcarima, Tuñón, & Feierherd, 2019) señala que la participación política “comprende las acciones colectivas o individuales, legales o ilegales, de apoyo o de presión, mediante las cuales una o varias personas intentan incidir en las decisiones acerca del tipo de gobierno que debe regir una sociedad”

Como lo señala (Jaramillo, Delgado, Julcarima, Tuñón, & Feierherd, 2019) entre las formas de participación política, la más directa es el voto, porque, a través del mismo se define quiénes dirigen el país, y las políticas.

“La participación electoral es necesaria para el correcto funcionamiento de la democracia. El hecho de que los ciudadanos elijan a sus representantes no solo fortalece las instituciones, sino también brinda legitimidad a las autoridades para ejercer su poder. De esta manera, el respaldo electoral se traduce también en un respaldo político, lo que refuerza y justifica el accionar de las políticas tomadas por los representantes. Asimismo, la participación electoral supone una mejor y mayor cultura política y cívica, con ciudadanos más comprometidos con la democracia y dispuestos a ejercer sus derechos”

Por estas razones, es importante conocer cuáles son los factores que incentivan la participación de los ciudadanos en la política.

### **1.2.1.1 Causas de participación política**

Para participar políticamente, es necesario tener, un mínimo de interés en la actividad, (Jaramillo, Delgado, Julcarima, Tuñón, & Feierherd, 2019) sostienen que algunos factores que motivan la participación de los ciudadanos son:

“1. Los recursos individuales: bajo esta categoría se encuentran la edad, educación, posición social y el tiempo que cada ciudadano posee. Estos son factores que influyen en la participación. Un mayor nivel de recursos supone también mejores condiciones de vida y mayor tiempo libre que se puede destinar al involucramiento en las actividades pues se pueden cubrir los costos de participar.

2. Las redes sociales, grupos y organizaciones: este factor posee una influencia considerable sobre la decisión de participar o no en la política. Los grupos a los que pertenece el ciudadano pueden generar alicientes o desincentivos para cada ciudadano.

3. El interés y el compromiso con la política: la valoración individual que posee cada ciudadano sobre el espacio político juega un rol importante. Sin embargo, en algunos casos la participación puede motivarse por actitudes de rechazo hacia el sistema. La decepción con el gobierno puede provocar incluso el rechazo a cualquier tipo de involucramiento con la política.

4. El contexto político y social: este último aspecto destaca por un alto nivel de variabilidad, ya que, un contexto político polarizado genera una mayor participación política, así como momentos clave, en los cuales el activismo político es generador de cambios.”

### **1.2.3.2 Modos de participación política**

Las actividades de participación deben ser enfocada en cinco dimensiones distintas según (Jaramillo, Delgado, Julcarima, Tuñón, & Feierherd, 2019), estas abordan “el grado de influencia que se ejerce a través de la actividad; la amplitud del resultado a obtener; el grado de conflicto en el que se verán envueltos los participantes; el nivel de iniciativa personal para ejercer la actividad; y el grado de cooperación entre los ciudadanos”. Los modos de participación más comunes son:

“a) El voto: este acto se encuentra caracterizado por la presión del gobierno y el resultado del mismo depende de la colectividad. El voto se realiza en procesos electorales, referendos, plebiscitos, entre otros.

b) La campaña política: el acto de realizar campaña por un candidato requiere una alta cooperación entre individuos que apoyan un determinado proyecto. Las actividades son diversas y de distintos niveles, desde repartir volantes hasta diseñar un plan económico.

c) La actividad comunitaria: la frecuencia e involucramiento de la participación dependen del tipo de actividad que se centra, sobre todo, en resolver problemas de manera colectiva.

d) Las actividades particulares: caracterizadas por la obtención de un resultado individual. Un ejemplo de este tipo de actividades es el contacto que tiene el ciudadano con un funcionario público al momento de resolver un asunto particular.

e) Las actividades de protesta: se caracterizan por demandar acciones que se consideran incorrectas, perjudiciales o ilegales.”

Los autores, (Jaramillo, Delgado, Julcarima, Tuñón, & Feierherd, 2019) hacen referencia a que, una vez identificado los factores que motivan la participación, los modos de participación y una clasificación básica de la participación política, es posible conocer cuál es el grado de participación más saludable para la democracia.

### **1.2.2 Estrategias para fomentar la participación electoral**

La participación ciudadana en los procesos electorales “resulta clave para una democracia más profunda, sólida e inclusiva” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017). Aunque todas las formas de participación política son importantes, la participación electoral (sufragio) se encuentra en la base de los sistemas democráticos representativos.

“La participación electoral permite otorgar legitimidad al sistema político, contribuyendo a darle así estabilidad a la democracia. En consecuencia, mientras mayor es la participación electoral, se evita que la elección de quienes representan los intereses de la ciudadanía sea cooptada por una minoría” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017). Considerando lo antes expuesto, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo ha recopilado, y presentado en una guía las estrategias analizadas y sistematizadas de un conjunto de intervenciones que se han desarrollado en distintos países con el propósito de promover la participación electoral. Según (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017), las estrategias para fomentar la participación electoral, se entiende como las intervenciones y estrategias que buscan aumentar la participación electoral. Estas se pueden dividir en dos grandes categorías las que buscan efectos a largo plazo y las que lo buscan en corto plazo. Las estrategias a largo plazo, buscan transformar



actitudes y disposiciones hacia la participación política en general y electoral en particular. Las de corto plazo apuntan a la promoción del voto para una elección específica.

### **1.2.3 Estrategias a Largo Plazo**

Las estrategias a largo plazo para fomentar la participación electoral de los ciudadanos, según lo sostiene el (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017):

“Se caracterizan por tener un efecto indirecto sobre la participación electoral y consideran períodos más largos para su implementación y evidenciar su impacto. Suelen tener un componente educativo, intentando promover la participación electoral a través de la socialización política y la promoción de valores democráticos. El objetivo de estas estrategias es aumentar la participación electoral no solo mediante la movilización de votantes, sino que a través del cambio de actitudes y de la promoción de valores participativos y democráticos, las personas asistan a las urnas porque ven en eso un derecho y deber cívico”

En otras palabras, las estrategias a largo plazo, lo que buscan es promover valores democráticos, fomentando el ejercicio al voto, utilizando mecanismos que familiaricen a las personas con el proceso electoral, y simultáneamente, les entregue conocimientos para entender las elecciones.

“Estas iniciativas enfatizan la importancia para la democracia de la participación política en general y electoral en particular, como sustento del sistema democrático representativo. En general, estas estrategias están

pensadas para tener una duración prolongada en el tiempo, formar parte de políticas públicas de largo plazo y, a menudo, con carácter permanente.”

(Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017)

Dentro de este orden de ideas, se describen tres tipos de estrategias de largo plazo: la primera consiste en programas de educación ciudadana, la segunda en simulaciones electorales, y por último las campañas comunicacionales.

### **1.2.3.1 Programas de Educación Ciudadana**

Los programas de Educación Ciudadana, según lo sostiene el (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017) constituye “una forma de incentivar la participación electoral a largo plazo es incluir programas de educación ciudadana y cívica dentro de la formación y considerar instancias tempranas (escolares) de participación electoral”

“La idea detrás de esto es que sea desde una edad temprana que los ciudadanos y las ciudadanas tomen conciencia de la importancia de ejercer el voto, lo vean como una oportunidad importante de ejercicio de derechos políticos y desarrollen el hábito de votar. Estas estrategias pueden ser seguidas en otras etapas, pero la experiencia demostraría que si un joven no vota en la primera elección en la cual puede votar, es menos probable que lo siga haciendo en el futuro (Kyranaki & Nurvala, 2013). Aquí, radica la importancia de enfocarse en la etapa escolar en la promoción para la participación electoral. Por lo general, este tipo de intervenciones se enfoca principalmente en la población escolar y también en estudiantes

universitarios. Existen algunos casos en donde estas intervenciones también convocan a población adulta no estudiantil.”

Actualmente la (Oficina Nacional de Procesos Electorales, 2019) cuenta con ocho programas de educación electoral cada uno dirigido a un público diferente, los programas son los siguientes: “estudiantes de educación básica regular, estudiantes de educación superior, directivos y afiliados de los partidos políticos, ciudadanos de centros poblados, mujeres de organizaciones sociales de base, estudiantes de la PNP, mediadores de educación electoral, y ciudadanos que participan en procesos electorales” (Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), 2019)

### **1.2.3.2 Simulaciones Electorales**

Otra estrategia para fortalecer la participación electoral corresponde a las simulaciones electorales, que según (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017) es “utilizada en los gobiernos democráticos que promueve los valores democráticos y el ejercicio de los derechos electorales es la realización de votaciones. Este tipo de estrategias, más que formar ciudadanos respecto a valores democráticos, busca acercar a las personas a las votaciones mediante la práctica real del voto”

“Estas intervenciones consideran que la marginación y lejanía que sienten los jóvenes del sistema político se pueden reducir si se logra hacer que estos se sientan parte activa de dicho sistema y se familiaricen con el proceso democrático. Están focalizadas en alumnos escolares de todas las edades. Existen dos tipos de iniciativas electorales: las que simulan una elección real en términos de los cargos a elegir (diputados, alcaldes, etc.), y aquellas en donde tanto las candidaturas como los cargos están

relacionados con la estructura de los colegios. Estas últimas pueden ser para elegir candidatos entre estudiantes, escoger alguna idea en particular o simplemente para entender el sistema electoral” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017)

Según la Ley de elecciones (Congreso de la República, 1997) “La Oficina Nacional de Procesos Electorales está encargada de desarrollar y ejecutar un plan de simulacros previos al proceso electoral.” En estos simulacros participan “las Oficinas Descentralizadas de Procesos Electorales en coordinación con la Oficina Nacional de Procesos Electorales y los presidentes de los Jurados Electorales Especiales. Se realizan hasta dos simulacros y se llevan a cabo, a más tardar, en uno o dos domingos anteriores a la fecha del proceso electoral.” (Congreso de la República, 1997)

### **1.2.3.3 Campañas Comunicacionales**

Las campañas comunicacionales, según el (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017) “son estrategias desarrolladas por actores diversos que buscan difundir a través de medios masivos valores democráticos y hacer un llamado al público en general a tomar conciencia de la importancia de ejercer el derecho a voto.” Este tipo de estrategia no busca hacer un llamado a votar, en una elección en particular.

“Su objetivo no es necesariamente informar de cómo ni cuándo votar, ni tampoco en favor de un candidato específico, sino que más bien, buscan generar cambios en la actitud y la valoración de las personas respecto a la democracia en general y al voto en particular. A nivel internacional, han sido desarrolladas tanto por organismos públicos como por ONG, instituciones

privadas y gremios, entre otros, mostrando un interés transversal de fomentar la participación electoral y entenderla como un desafío de todos y no solo del Estado.” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017)

Las redes sociales como YouTube, Facebook, Instagram, se han posicionado como plataformas utilizadas para difundir este tipo de campañas informativas, lo que permite una mayor cobertura. Una de las estrategias con mayor auge son los videos virales, según (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017)

“Estos videos virales son de corta duración (menos de cinco minutos por lo general) y están dirigidos a una población específica apelando a la emocionalidad. Las campañas comunicacionales suelen ser masivas en el sentido que son de acceso público, pero pueden estar también focalizadas”

Otra de las medidas más comunes es “anuncios televisivos focalizados y con mensajes personalizados para un grupo determinado de la población sí logra aumentar la participación electoral en el grupo que se busca influenciar” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017).

#### **1.2.4 Estrategias a Corto Plazo**

Las estrategias a corto plazo que pretenden fomentar la participación política de los ciudadanos según el (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017) son la forma directa e inmediata de fomentar la participación electoral, estas se enmarcan por lo general en períodos cortos, y buscan que la gente ejerza su derecho al voto. Este tipo de actividades suelen ser repetitivas de elecciones en elecciones, pueden entenderse más como estrategias que buscan el aumento de votos, “son

llevadas a cabo por organizaciones de sociedad civil que buscan aumentar la participación electoral, pero también por partidos políticos que buscan posicionar a sus candidatos. La primera, se diferencia de las campañas electorales en el sentido que tienen por objetivo aumentar la participación electoral en general, y no hacia un candidato o candidata en específico” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017). En diferentes países, las estrategias más utilizadas corresponden a las siguientes:

Los medios masivos, su objetivo no es inculcar valores democráticos, si no fomentar la participación en una elección particular. “Esto se suele realizar a través de un llamado a votar o mediante la explicación de cómo y cuándo votar. Este tipo de intervenciones suele tener un carácter rutinario y diversos grados de divulgación e innovación” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017)

La propaganda impresa, “esta estrategia consiste en repartir y difundir información electoral a través de medios impresos, como panfletos, volantes, pancartas o afiches. Se caracteriza por tener una amplia cobertura, una escasa interacción con quien recibe el mensaje y por lo general, no está focalizada hacia ningún grupo en particular.” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017).

Por otro lado, los eventos de convocatoria masiva según (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017) buscan “incentivar a las personas a participar en las elecciones mediante la difusión de información básica sobre el proceso electoral y mensajes que den cuenta de la importancia de votar (y las consecuencias de no hacerlo)”, se asocian con eventos musicales, recreativos y diversas formas de expresión.

Algunas estrategias implementadas durante la campaña electoral son las conversaciones personales en domicilios “la idea detrás de esto es que voluntarios, militantes, o personas pagadas acudan a los hogares para hablar directamente con sus residentes respecto de la importancia de votar” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017). Para que este tipo de estrategias tenga el impacto esperado, es necesario que la persona que acuda a los domicilios logre un compromiso verbal del ciudadano, y que la visita sea realizada semanas previas a las elecciones.

Similar a las visitas puerta a puerta están las llamadas telefónicas, él (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017) explica que “existen tres tipos de llamados telefónicos: los que realiza una grabadora, que según los estudios tienen un impacto sumamente bajo, los que hacen voluntarios y los que se externalizan a una empresa privada”. Al igual que las visitas a domicilio el impacto de las llamadas telefónicas varía según el entusiasmo, y compromiso de la persona que emite el mensaje, la calidad, tono y tipo del mensaje que se transmite.

A través del uso de la tecnología, adicional a las llamadas telefónicas se utiliza las cartas o correos electrónicos, éste tipo de estrategias tiene un impacto reducido, sin embargo, son utilizados de manera personalizada con el fin de hacer llamados para ir a votar, suministrar la información para las votaciones, promocionar candidatura, entre otros tantos aspectos en torno a las elecciones. Otra estrategia, es enviar mensajes de texto, estos presentan un mayor impacto que los correos electrónicos.

Por último, el día de las elecciones en algunos países es común “iniciativas que buscan facilitar el traslado de votantes, sea conectando a personas con problemas de movilización y movilidad para ir a votar o para realizar los trámites de registro electoral

(foto, inscripción, etc.), con personas dispuestas a transportarlos, o llevando las elecciones a los hogares de las personas que lo requieran” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2017)

En general, las buenas estrategias consisten inicialmente en tener un buen diagnóstico para comprender los distintos puntos de vista, las razones por las cuales los ciudadanos vota, y aquellas por las que no lo hace, identificando los obstáculos y oportunidades, así como los grupos sociales que han dejado de participar.

### **1.2.5 Conductas de Participación**

Las conductas de participación se definen según (Hevia & Vergara, 2011) “multidimensionalmente como acciones de tipo electoral, asociativa, opinativa y/o cívica que llevan a cabo las personas para involucrarse, interesarse, y/o comprometerse con el bien común, y con eso ayudar, colaborar, o cooperar con su grupo, comunidad, sociedad, país o mundo”. Con estas acciones (Hevia & Vergara, 2011) explica que:

En primer lugar, “se busca identificar conductas específicas que eventualmente puedan ser observables por un actor independiente. En segundo lugar, las conductas participativas, por lo general son colectivas o tienen ingredientes importantes de acción colectiva. Sin embargo, se pueden considerar también acciones individuales como “participativas” en la medida que se orienten al bien común. Existen una serie de conductas que buscan la incidencia en el espacio público pero que no se articulan en formatos asociativos, constituyendo una suerte de ciudadanía activa (Houtzager, Achayra, y Gurza Lavalle 2007). En tercer lugar, la variable



“conductas de participación” es compleja, por lo que se define multidimensionalmente integrando las acciones en cuatro dimensiones: conductas de participación electoral, asociativa, opinativa y cívica. En este sentido, la definición operacional del Constructo de Conductas de Participación podrá medirse por medio de las respuestas totales al cuestionario de conductas de participación”

#### **1.2.5.1 Participación Electoral**

Esta dimensión “se caracteriza por el ejercicio del derecho político de votar y ser votado de aquellos ciudadanos/os mayores de 18 años que cumplen con los requisitos legales para hacerlo, y puede ampliarse también a la inclusión de las y los ciudadanas/os en los procesos de organización de las elecciones.” (Hevia & Vergara, 2011)

En la Constitución Política del Perú, se establece que “son ciudadanos los peruanos mayores de dieciocho años”, y “Tienen derecho al voto los ciudadanos en goce de su capacidad civil. Para el ejercicio de este derecho se requiere estar inscrito en el registro correspondiente. El voto es personal, igual, libre, secreto y obligatorio hasta los setenta años. Es facultativo después de esa edad” (República del Perú, 2019)

Esta dimensión participación electoral consta de dos indicadores el abstencionismo, y la participación; Según Bruno Lutz citado por (Hevia & Vergara, 2011) el abstencionismo presenta la siguiente tipología: “los invisibles, quienes cumpliendo con los requisitos constitucionales y legales, no se inscriben en el registro electoral; un abstencionismo técnico-estructural, compuesto por personas que, perteneciendo a la lista nominal, no participan en las elecciones por falta de tiempo, capital humano, etc.; los abstencionistas ocasionales”. Considerando lo sostenido por (Hevia & Vergara,

2011), en la presente investigación no se analizaron las causas del abstencionismo, solo fueron datos generales sobre el estado de la participación electoral.

Una vez identificado el número de personas que, pudiendo votar no lo hacen, “el segundo paso para medir la participación electoral consiste en restar el número de votos totales del total de las personas que están en la lista nominal de electores” (Hevia & Vergara, 2011)

#### **1.2.5.2 Participación Opinativa**

La conducta de participación opinativa es considerada la segunda dimensión se relaciona “con el acto de externar puntos de vista o creencias sobre servicios, programas, instituciones, personas, etcétera en el espacio público.” (Hevia & Vergara, 2011). Tal como se interpreta de su denominación, este tipo de conductas consiste en expresar de forma crítica la percepción que tienen las personas sobre los servicios ofrecidos, las instituciones públicas o privadas, de los programas de salud, educación, entre otros. (Hevia & Vergara, 2011) también señala que, “además de dar opiniones y expresar sus puntos de vista discutiendo, las conductas opinativas incluyen el acceso a los medios de comunicación, por medio de enviar cartas a los periódicos, u opinar en programas de radio y/o televisión”.

#### **2.2.5.3 Participación Asociativa**

La siguiente dimensión, corresponde a la participación asociativa está “juega un rol central para conductas participativas, no solo porque participar en alguna organización que busque el bien común, en sí mismo se puede considerar una conducta de participación, con creciente importancia en el ámbito no estatal; sino también porque su existencia facilita y permite que las instancias de participación en el ámbito estatal

puedan ser sustentables en el tiempo.” (Hevia & Vergara, 2011). En otras palabras, la participación asociativa se entiende como la interacción de las personas con organizaciones no gubernamentales, un ejemplo de ello son instituciones: deportivas, recreacionales, artísticas, musical, educacional, sindicato, políticas, entre otras.

Según (Hevia & Vergara, 2011) “un punto central para analizar la dimensión asociativa será entonces, no sólo conocer si la gente participa o no en algún tipo de asociación/organización, sino también medir la “intensidad” de dicha participación, en términos de involucramiento con cuotas, o participación en la mesa directiva.”

#### **1.2.5.4 Participación Cívica**

La cuarta dimensión de conductas de participación es la denominada participación cívica, esta engloba una serie de comportamientos del ciudadano en cumplimiento con las normas de convivencia pública. En la investigación de (Hevia & Vergara, 2011) se hace referencia que, la participación cívica es la acción de respeto por las normas de convivencia, y pueden considerarse como:

“Conductas de participación puesto que, a pesar de ser generalmente individuales, su justificación es el bien común y el respeto por el otro, es decir, buscan incidir en el espacio público para el bien común. Así, las conductas de participación de la dimensión cívica incluyen acciones de tipo solidario (donación, ayuda en desastres, etc.), ecológicas (cuidado del agua, separación de basura, tirar la basura en su lugar, etc.) y de convivencia básica social (ceder el asiento en el autobús, ceder el paso al peatón, etc.), siempre y cuando busquen el bien común o el interés general.”

### **1.3 Definición de Términos Básicos**

**Cultura política:** “Conocimientos, valoraciones y afectos en relación con los diferentes elementos del sistema político (partidos u organizaciones políticas, reglas y leyes, actores políticos, organismos estatales y no estatales, etc.) que condicionan diferentes comportamientos políticos” (Rojas, 2018)

**Comunicación Política:** “Es toda actividad organizada, dirigida a transmitir un mensaje que permita llegar a los electores con el fin de influir sobre ellos buscando persuadirlos, orientarlos, educarlos e informarlos” (Asociación Civil Transparencia, 2006)

**Educación Electoral:** “Es un conjunto articulado de servicios de educación especializado basado en el inter aprendizaje y cuyo objetivo es la promoción y el fortalecimiento de las capacidades necesarias para el desarrollo de una ciudadanía consciente y responsable, insumo básico para generar una cultura electoral en la población que respete los procesos democráticos de decisión y asegure la estabilidad necesaria para el desarrollo económico y social del país.” (Oficina Nacional de Procesos Electorales, 2019)

**Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE):** “Es la autoridad máxima en la organización y ejecución de los procesos electorales, de referéndum u otras consultas populares. Es un organismo autónomo que tiene atribuciones en materia técnica, administrativa, económica y financiera.” (ONPE, 2018)

**Padrón Electoral:** “Es la relación de los ciudadanos hábiles para votar; se elabora sobre la base del registro único de identificación de las personas; se mantiene y actualiza por el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil según los

cronogramas y coordinaciones de la Oficina Nacional de Procesos Electorales.”  
(Congreso de la República, 1997)

**Sistema electoral:** “Conformado por el JNE, la ONPE y el RENIEC, instituciones que actúan por ley con autonomía y mantienen entre sí una relación de coordinación. Su fin es asegurar que las votaciones y los escrutinios traduzcan la expresión auténtica, libre y espontánea de los ciudadanos.” (Rojas, 2018)

## **CAPÍTULO II: PREGUNTAS Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

La participación ciudadana en la política contribuye en los sistemas democráticos, para ello se debe mantener informado al elector mediante estrategias eficaces, y equitativas. Según la (Red de conocimientos electorales, 2019) los electores participan en las elecciones de diferentes formas. Estas formas incluyen:

“Registrarse como elector y votar a fin de que puedan expresar su voluntad el día de la elección; hablar sobre los candidatos y los asuntos de campaña para estar informados y poder hacer una elección racional; observar y evaluar el proceso, y quejarse si hay algo incorrecto; expresar su apoyo por un candidato o partido político por medios éticos, tales como el uso de botones o colores del partido, de la bandera del partido en el patio de su casa o una calcomanía en el automóvil”

La participación ciudadana, tal como lo señalan algunos estudios está influenciado en la mayoría de los casos por la estructura del sistema electoral, los partidos políticos, entre otros aspectos como “la obligatoriedad del voto, la simultaneidad de las elecciones, las leyes de registro, la fatiga electoral” (Bedoya, Escobar, Sánchez, & Nieto, 2019) .

Considerando lo antes expuesto, surgieron las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo las conductas de participación se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019?
- ¿De qué manera las conductas de participación electoral se asocian con las estrategias electorales promovidas por la oficina nacional de proceso electoral, y partidos políticos, Lima 2019?

- ¿De qué forma las conductas de participación asociativa se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019?
- ¿De qué manera las conductas de participación opinativa se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019?
- ¿De qué forma las conductas de participación cívica se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019?

Para (Durán, 2015) el comportamiento electoral tiene correspondencia explicativa con factores que afectan al ciudadano a largo o a corto plazo, por tal razón se considera importante evaluar como las estrategias desarrolladas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y Partidos Políticos, motivan a los ciudadanos a ejercer sus derechos, y deberes políticos. Bajo la concepción de lo antes expuesto la investigación pretendió determinar cómo las conductas de participación se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019, a través de una metodología de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, de corte transversal, y nivel correlacional.

Para las técnicas de recolección de datos se adoptó la encuesta, mediante el cuestionario, en cuanto a las técnicas de gestión para el procesamiento de información suponen la lectura general de todos los cuestionarios aplicados, organizarlos en la base de datos, para posteriormente analizarlos a través del software estadístico SPSS versión 25 en español. Una vez procesados los resultados, se procedió al análisis de discusión, elaboración de conclusiones y recomendaciones.

### 3.1 Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE INDEPENDIENTE	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Sub-Dimensiones	Indicadores	Medida
Estrategias electorales	Se entiende como las intervenciones y estrategias que buscan aumentar la participación electoral. Se pueden dividir en dos grandes categorías las que buscan efectos en el largo plazo y las que lo buscan en el corto plazo (PNUD, 2017)	Las estrategias se agrupan en dos grandes niveles, primero, aquellas estrategias de largo plazo que buscan transformar actitudes y disposiciones hacia la participación política en general y electoral en particular. Segundo, aquellas de corto plazo que apuntan a la promoción del voto para una elección específica. (PNUD, 2017)	Corto Plazo	Propaganda impresa	Nivel de información electoral recibida a través de medios impresos como panfletos, volantes, pancartas o afiches	Escala de Likert Nunca Pocas Veces Algunas Veces Muchas Veces Siempre
					Nivel de participación en la difusión de información electoral a través de medios impresos como panfletos o volantes	
				Traslado de votantes	Nivel de traslado a centro de votación por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales	
					Nivel de traslado a centro de votación por algún partido político	
				Llamados telefónicos	Nivel de recepción de llamadas telefónicas de representantes de partidos políticos invitándolo a participar en las votaciones	
					Nivel de recepción de llamadas telefónicas de representante del ONPE invitándolo a participar en las votaciones	
				Mensajes de texto	Nivel de recepción de mensajes de texto de la Oficina Nacional de Procesos Electorales invitándolo a participar en las votaciones	
					Nivel de recepción de mensajes de texto de Partidos Políticos invitándolo a participar en las votaciones	
				Conversaciones personales en	Nivel de recepción de visitas a su domicilio explicándole la importancia de su participación en las elecciones	
			Cartas o correos electrónicos	Nivel de recepción de correos electrónicos con información referente a la importancia de la participación electoral		
			Medios de comunicación masivos	Nivel de influencia de los medios de comunicación en su decisión de ir a votar		
			Largo plazo	Eventos de convocatoria masiva	Nivel de participación en eventos recreativos organizados por la Oficina Nacional de Proceso Electoral promoviendo la participación electoral	
					Nivel de participación en eventos organizados por Partidos políticos promoviendo la participación electoral	
Nivel de influencia de las campañas en redes sociales como Facebook, e Instagram, en la asistencia de la población en las elecciones						
Campañas comunicacionales	Nivel de promoción de campañas, por la oficina Nacional del Proceso, para incentivar la participación ciudadana					
Programas de educación ciudadana	Nivel de participación en programas de educación ciudadana promovidos por la Oficina Nacional de Proceso Electoral					
Simulación de elecciones	Nivel de participación en las actividades para la simulación de elecciones					



VARIABLE DEPENDIENTE	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Sub-Dimensiones	Indicadores	Medida
Conductas de participación	Conductas de participación se define multidimensionalmente como acciones de tipo electoral, asociativa, opinativa y/o cívica que llevan a cabo las personas para involucrarse, interesarse, y/o comprometerse con el bien común, y con eso ayudar, colaborar, o cooperar con su grupo, comunidad, sociedad, país o mundo.	La variable conductas de participación es compleja, por lo que se define multidimensionalmente integrando las acciones en cuatro dimensiones: conductas de participación electoral, asociativa, opinativa y cívica.	Electoral	Participación electoral	Nivel de asistencia voluntaria a las elecciones Presidenciales y del Congreso	Escala de Likert Nunca ☐ Casi Nunca ☐ Ocasionalmente ☐ Casi Siempre ☐ Siempre
					Nivel de asistencia voluntaria a las elecciones para Alcaldes y Gobernadores	
			Abstencionismo invisible	Nivel de preferencia de abstención para las elección		
				Participación en Organizaciones	Nivel de solicitud de información a las autoridades sobre los programas de gobierno	
			Opinativa	Nivel de participación en actividades o reuniones de algún partido o movimiento político		
				Servicios	Nivel de participación en manifestaciones, plantones, marchas, o protestas por fallas en los servicios públicos	
				Programas	Nivel de manifestación de quejas con respecto algún programa del gobierno	
			Cívica	Institución	Nivel de solicitud de apoyo a alguna asociación civil	
				Respeto de las normas sociales	Nivel de envío de cartas a instituciones en reclamo por alguna situación que afecte a su comunidad	
					Nivel de participación en actividades que promueven el cuidado de las áreas verdes en su localidad	
				Acciones de tipo solidario	Nivel de acciones tomadas cuando otra persona tira basura en la calle	
					Nivel de donación de alimentos, medicina, ropa alguna institución o persona	
			Acciones de convivencia básica social	Nivel de donación de dinero a alguna institución u organización social (como la cruz roja, asociaciones contra el cáncer, etc.)		
	Nivel de recaudación de fondos para contribuir a alguna causa social					

**Elaboración: Propia**

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1 Diseño Metodológico**

La metodología de la investigación fue de enfoque cuantitativo, el mismo que, (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2014): “el investigador plantea un problema de estudio delimitado y concreto sobre el fenómeno”. En otras palabras, una vez planteado el problema de estudio, se considera los antecedentes, y bases teóricas, conocidas como literaturas consultadas previamente, y en base a esto se construye un marco teórico, consecutivamente se presentan los resultados obtenidos.

En cuanto al diseño de la investigación, (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2014), señala que la investigación no experimental, se trata de estudios en los que no se hace varianza en las variables, para ver su efecto. Lo que se busca en la investigación no experimental es observar los fenómenos tal como se dan en su contexto natural, y mostrar su posible relación, para esto se establece un nivel correlacional, este consiste en describir las “relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales, o en función de la relación causa-efecto.” (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2014)

### **3.2 Diseño muestral**

#### **3.2.1 Población**

La población objeto de una investigación corresponde al “conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2014), es decir, al conjunto de elementos que cumplen con las mismas características, y se relacionan directamente con las variables de estudio.

Para efectos de la presente investigación la población estuvo conformada por 8,019,611 electores de Lima, según el padrón electoral publicado por el (Jurado Nacional de Elecciones, 2018)

### 3.2.2 Muestra

“La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población”. (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2014). Considerando lo sostenido por (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2014), se utilizó la fórmula muestral para población finita, esta permitirá determinar el subconjunto de elementos a estudiar:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2(N-1) + Z^2 pq}$$

Dónde:

n = Muestra

N = 8,019,611 electores de Lima

p = 0,30 Probabilidad de que, la información electoral si es recibida a través de medios impresos como panfletos, volantes, pancartas o afiches

q = 0,70 Probabilidad de que, la información electoral no es recibida a través de medios impresos como panfletos, volantes, pancartas o afiches

$\alpha$  = 0,05 Nivel de significación al 95% de confianza

Z = 1,96 Valor de la Normal al 95% de confianza

E = 0,047 Error

Sustituyendo los datos en la ecuación tenemos:

$$n = \frac{1,96^2(0,3)(0,7)(8,019,611)}{(0,047^2)(8,019,611 - 1) + (1,96^2)(0,3)(0,7)}$$

$$n = 365$$

Una vez aplicada la fórmula se obtuvo una muestra de 365 electores residenciados en Lima, a quienes se aplicó el cuestionario en la zona céntrica que es el lugar donde concurre la población de diferentes distritos.

### **3.3 Técnicas de Recolección de Datos**

Las técnicas de recolección de datos se entienden como los métodos utilizados para recopilar la información, en otras palabras, es “la expresión operativa del diseño de investigación, la especificación concreta de cómo se hará la investigación” (Tamayo, 2003). Para (Abero, Berardi, Capocasale, García, & Rojas, 2015) las técnicas de recolección de datos pueden ser “entrevistas, observación participante, grupos de discusión, análisis de documentos, historias de vida”, entre otras.

En la presente investigación, se adoptó como técnica de recolección de datos, la encuesta, mediante el instrumento denominado cuestionario.

Para determinar la validez del mismo, se realizó mediante el juicio de expertos, esta evaluación se puede apreciar en los anexos 2,3, y 4.

La confiabilidad del instrumento fue determinada a través del Alfa de Cronbach, el mismo que, según (Santisteban, 2009):

“Coeficiente alfa, es el valor que estima la consistencia entre los elementos que componen la prueba...Aun cuando generalmente los coeficientes de fiabilidad de las pruebas estándar suelen ser valores superiores a 0.80, también hay

casos en los que se aceptan valores mucho menores. Hay quienes interpretan que se pueden tomar en consideración valores del coeficiente a partir de 0.50, pero ésta no es una regla que se deba seguir, puesto que la precisión exigida para el instrumento de medida dependerá, entre otros condicionantes, de las características de aquello que se pretende medir y de los objetivos programados a los que la prueba tiene que servir”

Se procedió a realizar el análisis del coeficiente Alfa de Cronbach, arrojando un valor de 0.876 (cuadro 1 y cuadro 2), lo que indica que, el instrumento es altamente confiable, y podría ser utilizado en otras investigaciones.

Cuadro 1 Resumen de procesamiento de casos

		N	%
	Válido	365	100,0
Casos	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	365	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

Cuadro 2 Estadística de fiabilidad R

Alfa de Cronbach	N de elementos
,876	32

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

### **3.4 Técnicas de Gestión y Estadísticas para el Procesamiento de la Información**

Las técnicas de gestión para el procesamiento de información suponen la lectura general de todos los cuestionarios aplicados, se organizaron en la base de datos, posteriormente fueron analizados a través del software estadístico SPSS versión 25 en español.

A través del software se pudo realizar los análisis de frecuencia, y relaciones necesarias para sintetizar la información recopilada para dar respuesta a las interrogantes planteadas en los problemas de investigación. Dichos resultados fueron presentados en tablas, y gráficos. Finalizando, se establecieron las conclusiones, y recomendaciones a las autoridades correspondientes con el fin de mejorar las estrategias para fomentar la participación electoral de los ciudadanos en el país.

### **3.5 Aspectos Éticos**

Los aspectos éticos utilizados en la investigación garantizan que, durante el desarrollo, y una vez culminado el estudio, se respetó el contenido intelectual de los autores citados, en concordancia con lo establecido en las normas de la Universidad San Martín de Porres, y del Instituto de Gobierno y Gestión Pública. En cuanto a los aspectos éticos relacionados con la recolección de datos, se garantiza el resguardo de los cuestionarios, el respeto al anonimato de los participantes, y se establece que los datos presentados en la investigación solo podrán ser utilizados con fines académicos.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y PROPUESTA DE VALOR

### 4.1 Características de los entrevistados.

A continuación, se presentan los resultados de las características de los electores entrevistados en Lima.

#### 4.1.1 Sexo de los entrevistados

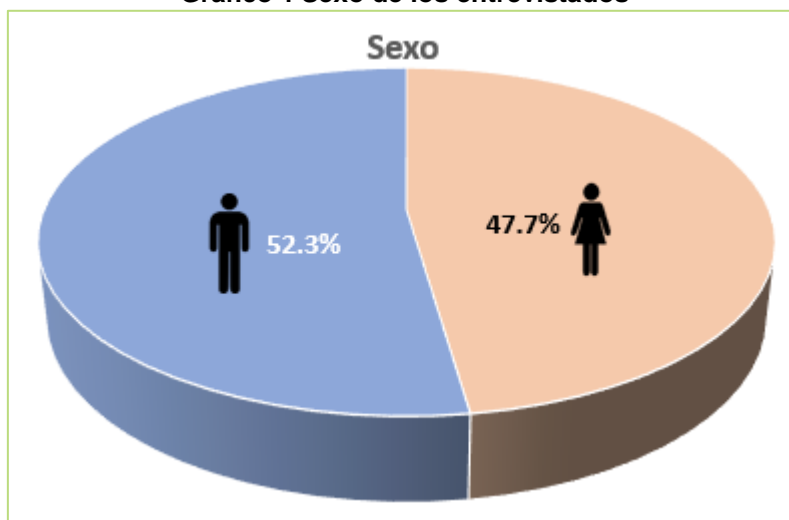
En la tabla 1 y gráfico 1 se aprecia que el 52,3% de los electores entrevistados fueron de sexo masculino, mientras que el 47,7% corresponde al sexo femenino.

**Tabla 1 Sexo de los entrevistados**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Femenino	174	47,7	47,7
Masculino	191	52,3	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residienciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 1 Sexo de los entrevistados**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residienciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.1.2 Edad de los entrevistados

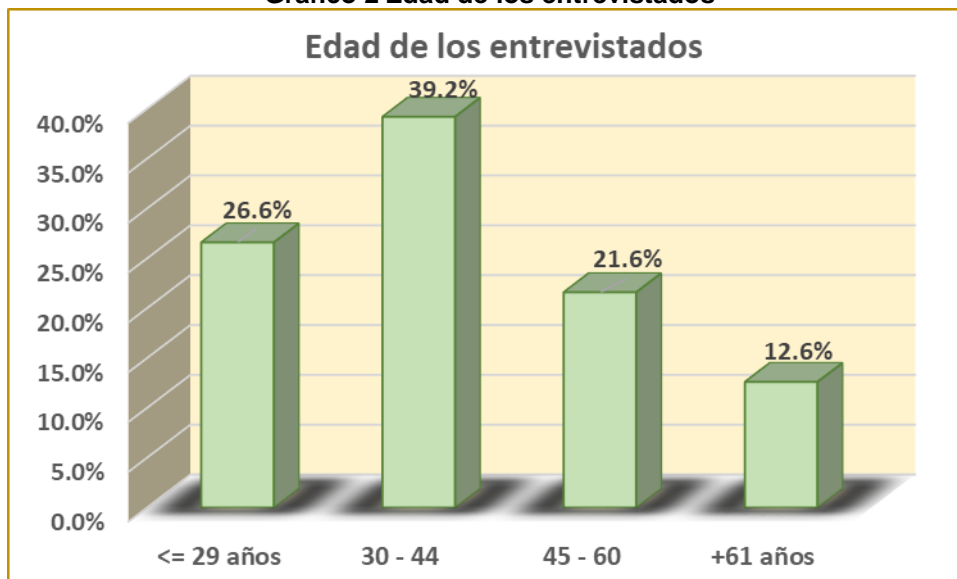
El 39.2% de los electores entrevistados en Lima, tiene edades entre los 30 y 44 años, seguido del 26,6% que tiene menos de 29 años. También se puede observar que 21,6% de los electores residenciados en Lima tiene entre los 45 y 60 años, y que solo el 12,6% tiene edades mayores a los 61 años. Estos resultados mencionados se aprecian en la tabla 2 y gráfico 2.

**Tabla 2 Edad de los entrevistados**

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<= 29 años	97	26,6	26,6
30 - 44	143	39,2	65,8
45 - 60	79	21,6	87,4
+61 años	46	12,6	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 2 Edad de los entrevistados**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia



## **4.2 Estrategias electorales.**

A continuación, se presenta los resultados concernientes a las estrategias electorales.

Las dimensiones estudiadas correspondientes a las estrategias electorales fueron:



### **4.2.1 Estrategias electorales a corto plazo, según los electores entrevistados.**

Primeramente, se aprecian los resultados referentes a la dimensión estrategias electorales a corto plazo.

#### *4.2.1.1 Propaganda impresa*

Se presenta a continuación los resultados concernientes al indicador propaganda impresa.

4.2.1.1.1 Información electoral recibida a través de medios impresos como panfletos, volantes, pancartas o afiches.

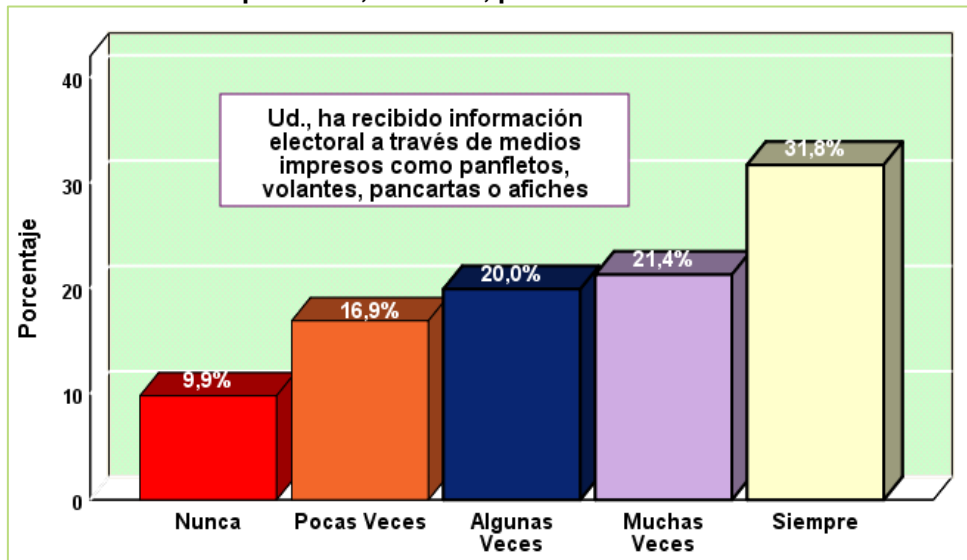
De acuerdo a lo manifestado por los electores respecto de la información electoral recibida mediante medios impresos como panfletos, volantes, pancartas o afiches, los que manifestaron siempre agrupan al 31,8%, seguido por el 21,4% que indicaron muchas veces y los que han recibido dicha información electoral algunas veces significan el 20%. Por último, los que pocas veces o nunca lo han recibido, en conjunto obtienen el 26,8%.

**Tabla 3 Información electoral recibida a través de medios impresos como panfletos, volantes, pancartas o afiches.**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	36	9,9	9,9
Pocas Veces	62	16,9	26,8
Algunas Veces	73	20,0	46,8
Muchas Veces	78	21,4	68,2
Siempre	116	31,8	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residienciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 3 Información electoral recibida a través de medios impresos como panfletos, volantes, pancartas o afiches**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residienciados en Lima  
Elaboración: Propia

4.2.1.1.2 Participación en la difusión de información electoral a través de medios impresos como panfletos o volantes.

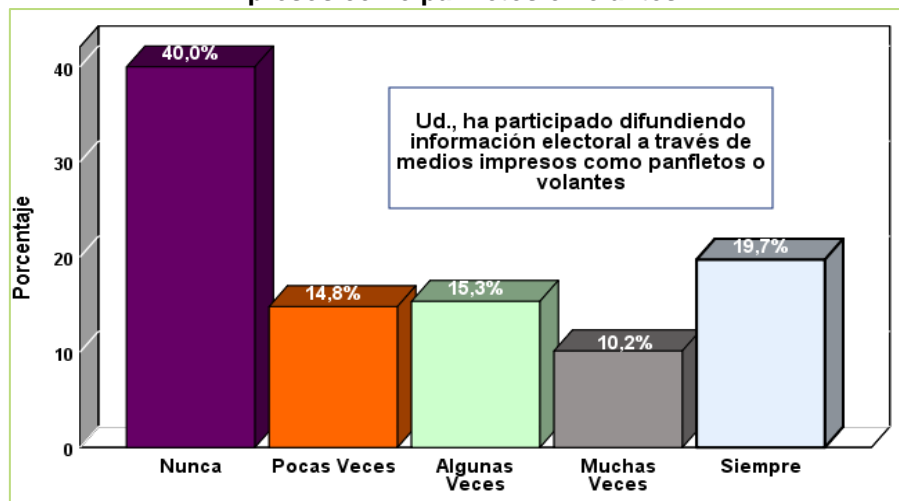
En la tabla 4 y gráfico 4 se observa que, de los electores entrevistados que indicaron que, nunca y pocas veces han participado difundiendo información electoral a través de medios impresos como panfletos o volantes, suman entre ambos 54,8%, mientras que, los que participaron en la difusión muchas veces y casi siempre, tienen un total de 29,9%. Solo el 15,3% de los electores manifestaron que algunas veces han participado difundiendo información electoral.

**Tabla 4 Participación en la difusión de información electoral a través de medios impresos como panfletos o volantes.**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	146	40,0	40,0
Pocas Veces	54	14,8	54,8
Algunas Veces	56	15,3	70,1
Muchas Veces	37	10,2	80,3
Siempre	72	19,7	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residiendo en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 4 Participación en la difusión de información electoral a través de medios impresos como panfletos o volantes.**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residiendo en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.1.2 Traslado de votantes

Seguidamente se aprecian los resultados referentes al indicador traslado de votantes.

##### 4.2.1.2.1 Traslado de votantes a centros de votación por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales.

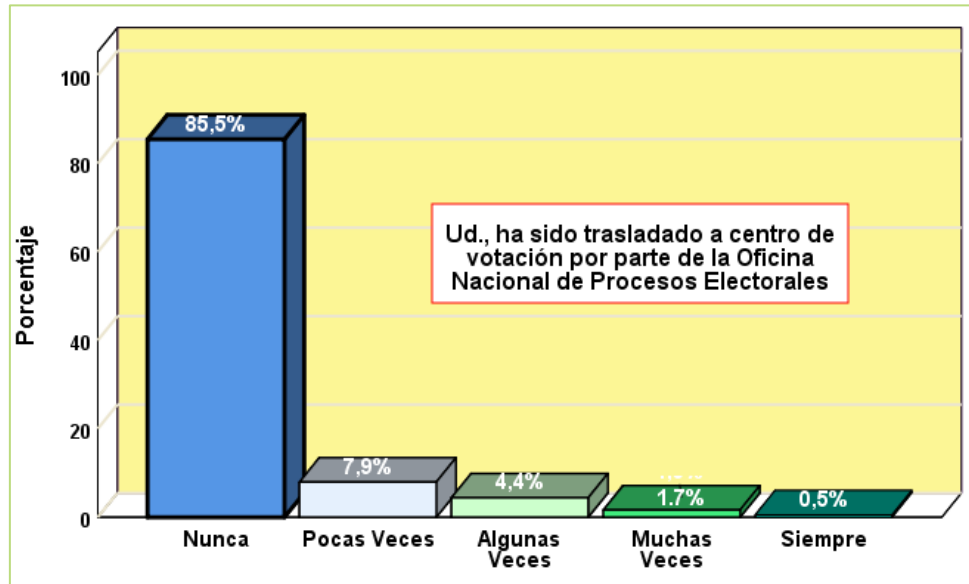
De los electores entrevistados en Lima, quienes expresaron que, nunca y pocas veces han sido trasladados a centro de votación por parte de la Oficina Nacional de procesos Electorales, suman entre ambos el 93,4%. También se aprecia que solo el 1,7% de los electores indicaron que muchas veces han sido trasladados a centro de votación por parte de la Oficina Nacional de procesos Electorales, mientras que el 4,4% manifestó que algunas veces han sido trasladados.

**Tabla 5 Traslado de votantes a centros de votación por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	312	85,5	85,5
Pocas Veces	29	7,9	93,4
Algunas Veces	16	4,4	97,8
Muchas Veces	6	1,7	99,5
Siempre	2	,5	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 5 Traslado de votantes a centros de votación por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.1.2.2 Traslado de votantes a centro de votación por algún partido político.

Los electores entrevistados en Lima que, nunca y pocas veces han sido trasladados a centro de votación por parte de algún partido político, suman un total de 72,9%. También se aprecia que solo el 10,7% de los electores indicaron que entre muchas veces y siempre han sido trasladados a centro de votación por parte de algún partido político, mientras que el 16,4% expresaron que algunas veces.

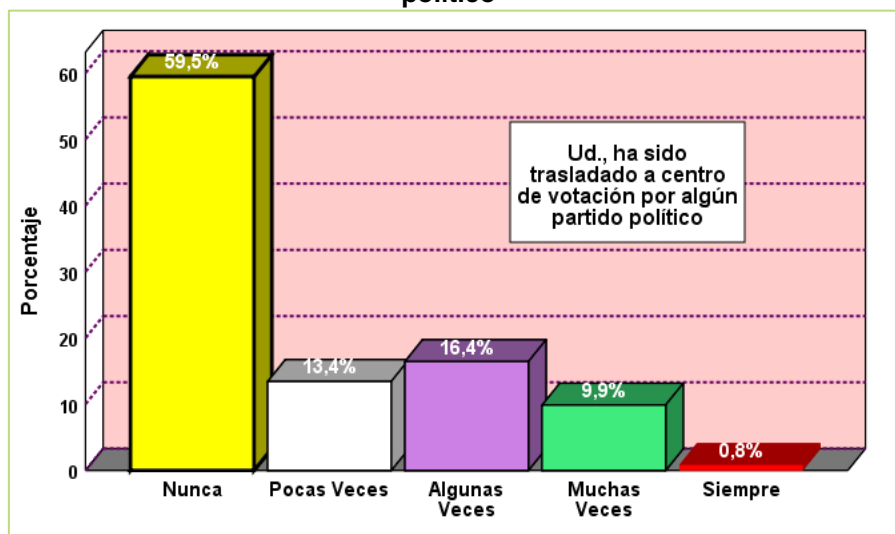
**Tabla 6 Traslado de votantes a centro de votación por algún partido político.**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	217	59,5	59,5
Pocas Veces	49	13,4	72,9
Algunas Veces	60	16,4	89,3
Muchas Veces	36	9,9	99,2
Siempre	3	,8	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

Los resultados mencionados se pueden observar a continuación en el gráfico 6.

**Gráfico 6 Traslado de votantes a centro de votación por algún partido político**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.1.3 Llamadas telefónicas

Se aprecian a continuación los resultados referentes al indicador traslado de votantes.

##### 4.2.1.3.1 Llamadas telefónicas recibidas por parte de representantes de partidos políticos invitando a participar en las votaciones.

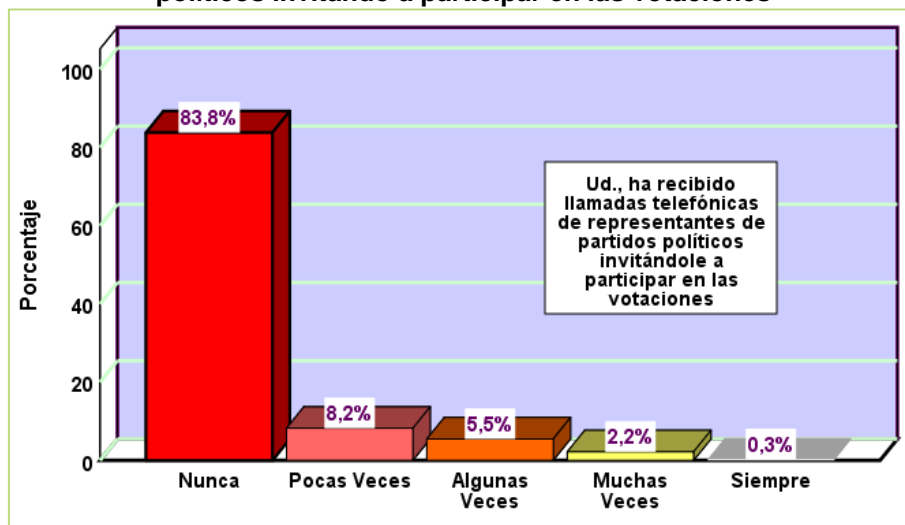
En la tabla 7 se presenta que, el 83,8% de los entrevistados indicaron que, nunca han recibido llamadas telefónicas de representantes de partidos políticos invitándole a participar en las votaciones, el 8,2% indicó que, pocas veces. Sin embargo, solo el 2,2% indicó que muchas veces reciben llamadas de partidos políticos. Solo el 5,5% de los electores indicaron que algunas veces les llaman invitándoles a participar en las votaciones. Estos resultados mencionados se pueden apreciar en el gráfico 7 de igual manera.

**Tabla 7 Llamadas telefónicas recibidas por parte de representantes de partidos políticos invitando a participar en las votaciones**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	306	83,8	83,8
Pocas Veces	30	8,2	92,1
Algunas Veces	20	5,5	97,5
Muchas Veces	8	2,2	99,7
Siempre	1	,3	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 7 Llamadas telefónicas recibidas por parte de representantes de partidos políticos invitando a participar en las votaciones**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.1.3.2 Llamadas telefónicas recibidas por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales.

En la tabla 8 se presenta que, el 91% de los entrevistados manifestaron que, nunca han recibido llamadas telefónicas de la Oficina Nacional de Procesos Electorales invitándole a participar en las votaciones. Sin embargo, los que consideraron que muchas veces y siempre reciben llamadas de la ONPE arrojan entre ellos, el 1,1%.

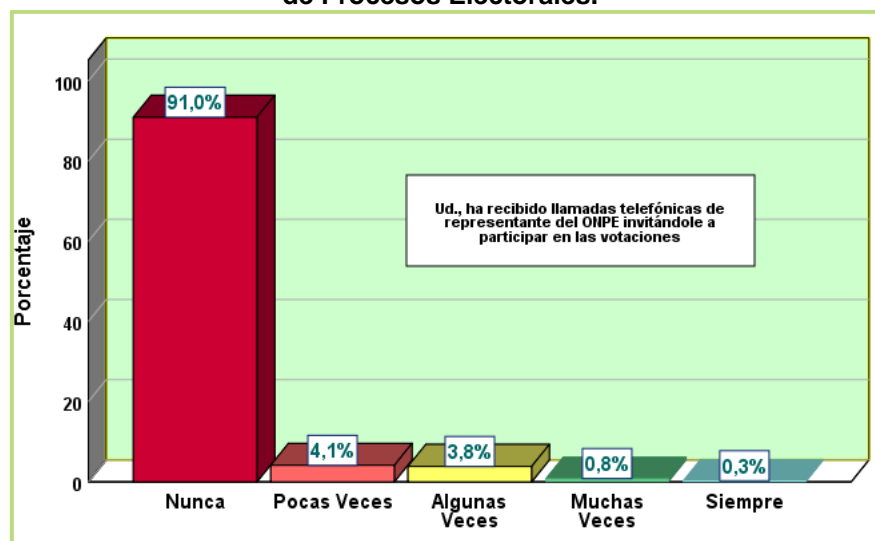
Solo el 3,8% de los electores entrevistados manifestó que algunas veces les llaman invitándoles a participar en las votaciones. Estos resultados mencionados se pueden apreciar en el gráfico 8 de igual manera.

**Tabla 8 Llamadas telefónicas recibidas por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	332	91,0	91,0
Pocas Veces	15	4,1	95,1
Algunas Veces	14	3,8	98,9
Muchas Veces	3	,8	99,7
Siempre	1	,3	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 8 Llamadas telefónicas recibidas por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales.**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia



#### 4.2.1.4 Mensajes de textos.

Se visualiza seguidamente los resultados concernientes al indicador mensajes de texto.

##### 4.2.1.4.1 Mensajes de texto recibidos por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales invitándolo a participar en las votaciones.

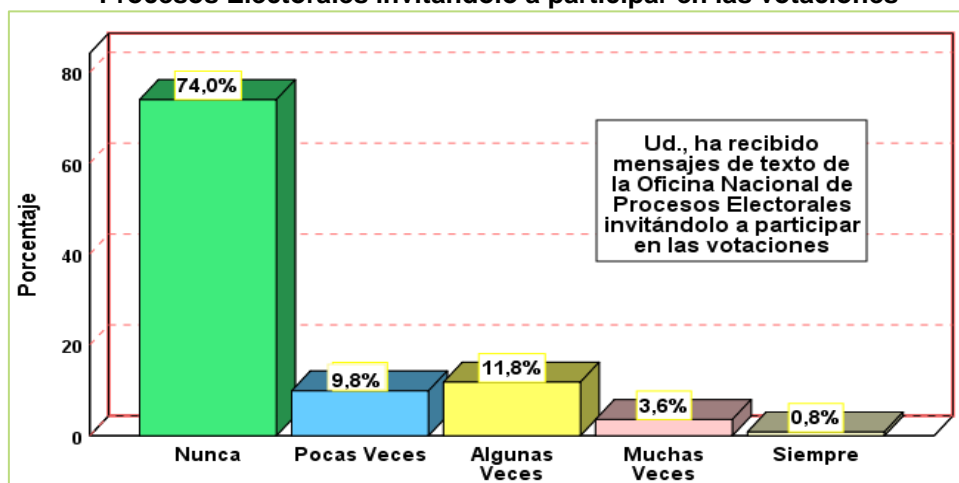
En la tabla 9 y gráfico 9 se aprecia que, de acuerdo a lo manifestado por los electores entrevistados que, nunca y pocas veces han recibido mensajes de textos de la Oficina Nacional de Procesos Electorales invitando a participar en las votaciones, en conjunto suman 83,8%, mientras que el 3,6% lo indico como muchas veces. Solo el 11,8% entrevistados manifestaron que, algunas veces han recibido mensajes de textos de la Oficina Nacional de Procesos Electorales invitando a participar en las votaciones.

**Tabla 9 Mensajes de texto recibidos por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales invitándolo a participar en las votaciones**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	270	74,0	74,0
Pocas Veces	36	9,8	83,8
Algunas Veces	43	11,8	95,6
Muchas Veces	13	3,6	99,2
Siempre	3	,8	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 9 Mensajes de texto recibidos por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales invitándolo a participar en las votaciones**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.1.4.2 Mensajes de texto recibidos por parte de los partidos invitándolo a participar en las votaciones.

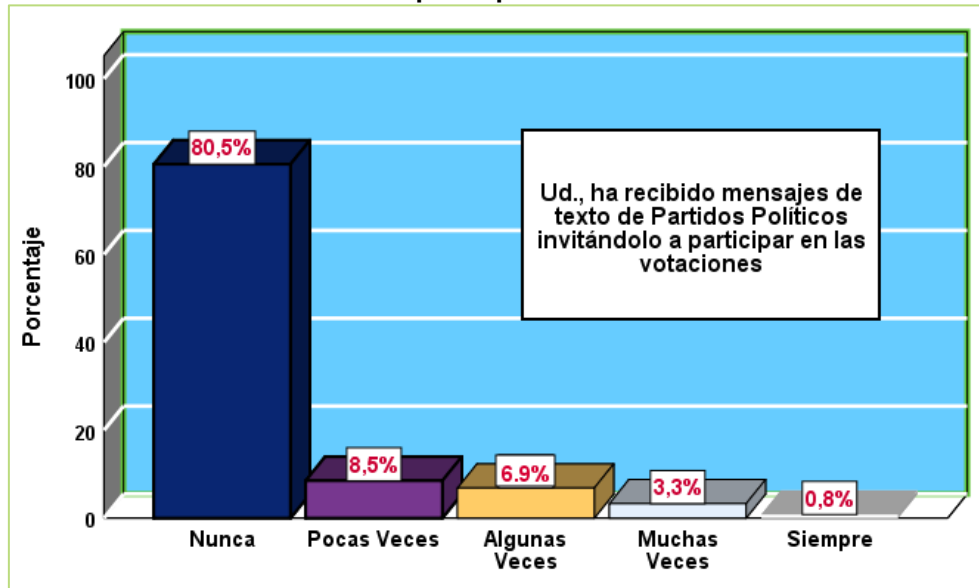
Se aprecia en la tabla 10 y gráfico 10 que, el 80,5% de los entrevistados manifestaron que, nunca han recibido mensajes de textos de partidos políticos invitando a participar en las votaciones, el 8,5% han recibido pocas veces, mientras que, el 3,3% lo consideraron muchas veces. Solo el 6,9% de los electores entrevistados manifestaron que, algunas veces han recibido mensajes de textos de partidos políticos invitando a participar en las elecciones invitando a participar en las votaciones.

**Tabla 10 Mensajes de texto recibidos por parte de los partidos invitándolo a participar en las votaciones.**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	294	80,5	80,5
Pocas Veces	31	8,5	89,0
Algunas Veces	25	6,9	95,9
Muchas Veces	12	3,3	99,2
Siempre	3	,8	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 10 Mensajes de texto recibidos por parte de los partidos invitándolo a participar en las votaciones.**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.1.5 Conversaciones personales en domicilios

Se aprecia seguidamente los resultados referentes al indicador conversaciones personales en domicilios.

4.2.1.5.1 Visitas recibidas a domicilio explicando la importancia de la participación en las elecciones.

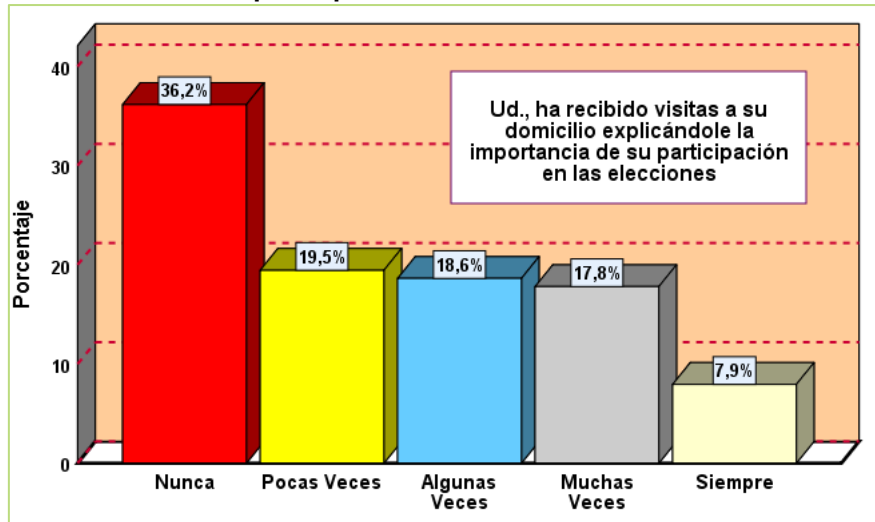
En la tabla 11 y gráfico 11 se observa que, el 55,7% de los electores entrevistados manifestaron que, nunca y pocas veces han recibido visitas a su domicilio explicándoles la importancia de su participación en las elecciones, mientras que el 25,7% consideraron que muchas veces y siempre reciben visitas a domicilio. Solo el 18,6% manifestó que algunas veces han recibido visitas a su domicilio explicándoles la importancia de su participación en las elecciones.

**Tabla 11 Visitas recibidas a domicilio explicando la importancia de la participación en las elecciones**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	132	36,2	36,2
Pocas Veces	71	19,5	55,6
Algunas Veces	68	18,6	74,2
Muchas Veces	65	17,8	92,1
Siempre	29	7,9	100,0
<b>Total</b>	<b>365</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 11 Visitas recibidas a domicilio explicando la importancia de la participación en las elecciones**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.1.6 Cartas o correos electrónicos.

Se observa a continuación los resultados referentes al indicador cartas o correos electrónicos.

##### 4.2.1.6.1 Correos electrónicos recibidos con información referente a la importancia de la participación electoral.

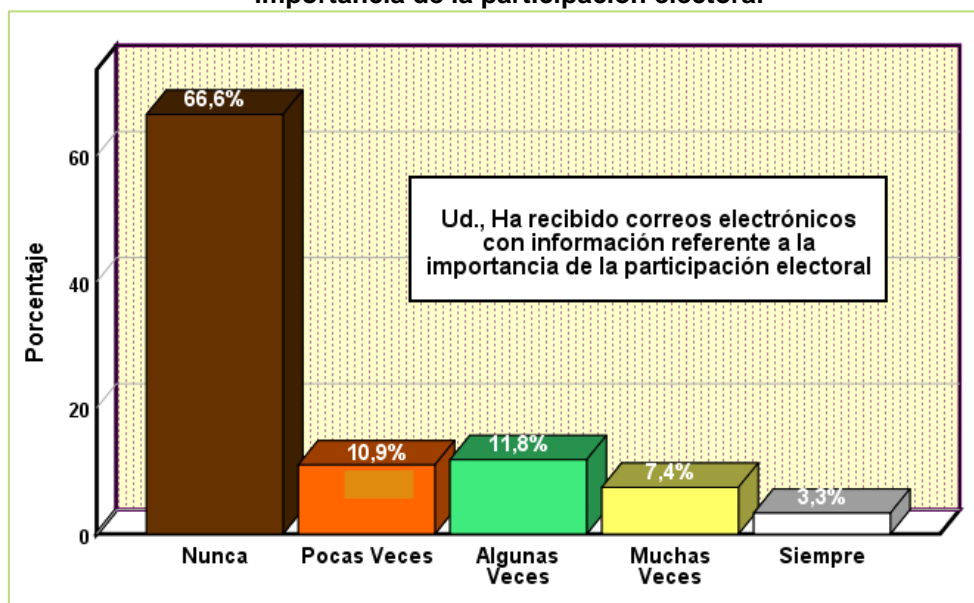
Se puede apreciar en la tabla 12 y gráfico 12 que, el 77,5% de los electores entrevistados expresaron que, nunca y pocas veces han recibido correos electrónicos con información referente a la importancia de la participación electoral, mientras que, también se observó que el 10,7% indicó que muchas veces y siempre han recibido información referente a la importancia de la participación electoral, solo el 11,8% manifestó que algunas veces reciben correos.

**Tabla 12 Correos electrónicos recibidos con información referente a la importancia de la participación electoral**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	243	66,6	66,6
Pocas Veces	40	10,9	77,5
Algunas Veces	43	11,8	89,3
Muchas Veces	27	7,4	96,7
Siempre	12	3,3	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 12 Correos electrónicos recibidos con información referente a la importancia de la participación electoral**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residiendo en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.1.7 Medios de comunicación masivos

Se muestra a continuación los resultados correspondientes al indicador Medios de comunicación masivos.

##### 4.2.1.7.1 Influencia de los medios de comunicación, en la toma de decisiones para ir a votar.

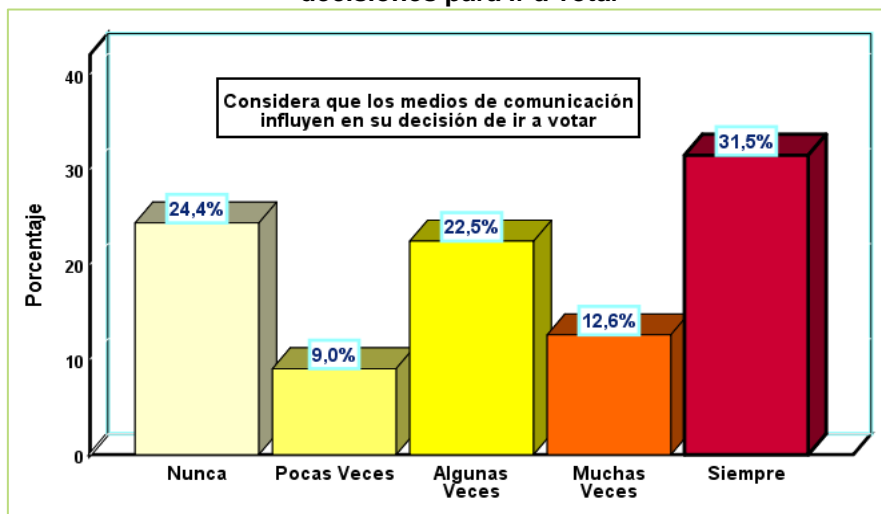
El 33,4% de los electores entrevistados consideraron que, los medios de comunicaciones nunca y pocas veces influyen en su decisión para ir a votar. sin embargo, el 44,1% consideró que muchas veces y siempre influyen, solo el 22,5% manifestaron que algunas veces influyen. Estos resultados mencionados se visualizan a continuación en la tabla 13 y gráfico 13.

**Tabla 13 Influencia de los medios de comunicación, en la toma de decisiones para ir a votar.**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	89	24,4	24,4
Pocas Veces	33	9,0	33,4
Algunas Veces	82	22,5	55,9
Muchas Veces	46	12,6	68,5
Siempre	115	31,5	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 13 Influencia de los medios de comunicación, en la toma de decisiones para ir a votar**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.1.8 Eventos de convocatoria masiva.

Se aprecia a continuación los resultados correspondientes a los eventos de convocatoria masiva.

4.2.1.8.1 Participación en eventos recreativos organizados por la Oficina Nacional de Proceso Electoral promoviendo la participación electoral.

El 68,2% de los electores consideraron que, nunca y pocas veces han participado en eventos recreativos organizados por la Oficina Nacional de Procesos electoral promoviendo la participación electoral, mientras que por otro lado el 16,7% manifestó que muchas veces y siempre han participado en esos eventos promovidos por la ONPE. Solo el 15,1% de los electores expresaron que, algunas veces han participado en eventos recreativos organizados por la Oficina Nacional de Procesos electoral promoviendo la participación electoral. Los resultados mencionados se observan a continuación en la tabla 14 y gráfica 14.

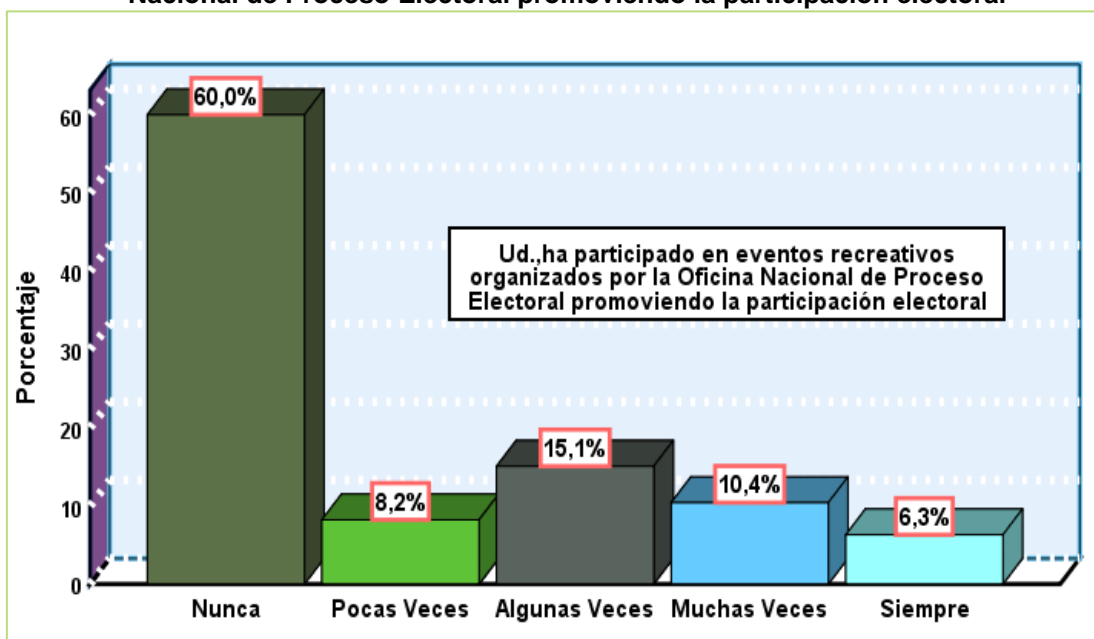
**Tabla 14 Participación en eventos recreativos organizados por la Oficina Nacional de Proceso Electoral promoviendo la participación electoral**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	219	60,0	60,0
Pocas Veces	30	8,2	68,2
Algunas Veces	55	15,1	83,3
Muchas Veces	38	10,4	93,7
Siempre	23	6,3	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia



**Gráfico 14 Participación en eventos recreativos organizados por la Oficina Nacional de Proceso Electoral promoviendo la participación electoral**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.1.8.2 Participación en eventos organizados por Partidos políticos promoviendo la participación electoral.

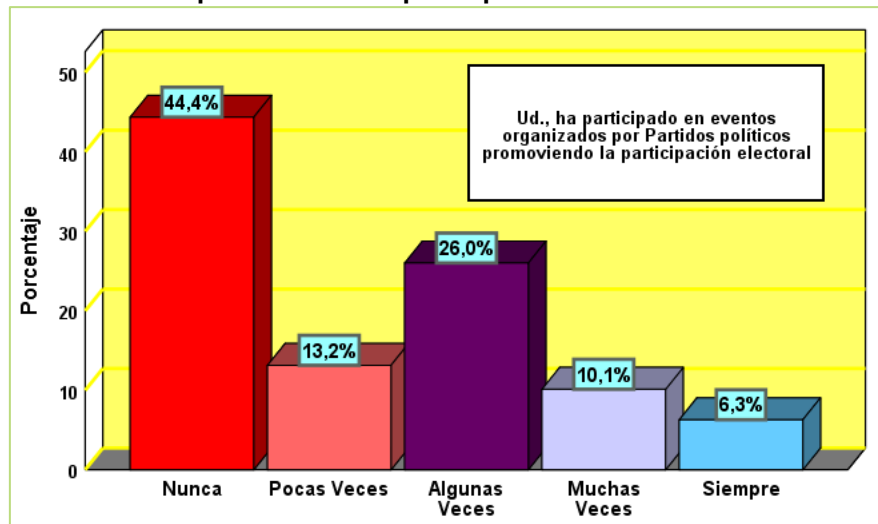
El 57,6% de los electores consideró que, nunca y pocas veces han participado en eventos organizados por los partidos políticos promoviendo la participación electoral, mientras que por otro lado el 16,4% manifestó que muchas veces y siempre han participado en esos eventos promovidos por los partidos políticos. Solo el 26% de los electores expresaron que, algunas veces han participado en eventos organizados por los partidos políticos promoviendo la participación electoral

**Tabla 15 Participación en eventos organizados por Partidos políticos promoviendo la participación electoral**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	162	44,4	44,4
Pocas Veces	48	13,2	57,5
Algunas Veces	95	26,0	83,6
Muchas Veces	37	10,1	93,7
Siempre	23	6,3	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 15 Participación en eventos organizados por Partidos políticos promoviendo la participación electoral**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.1.9 Resumen de las estrategias electorales a corto plazo según los electores entrevistados.

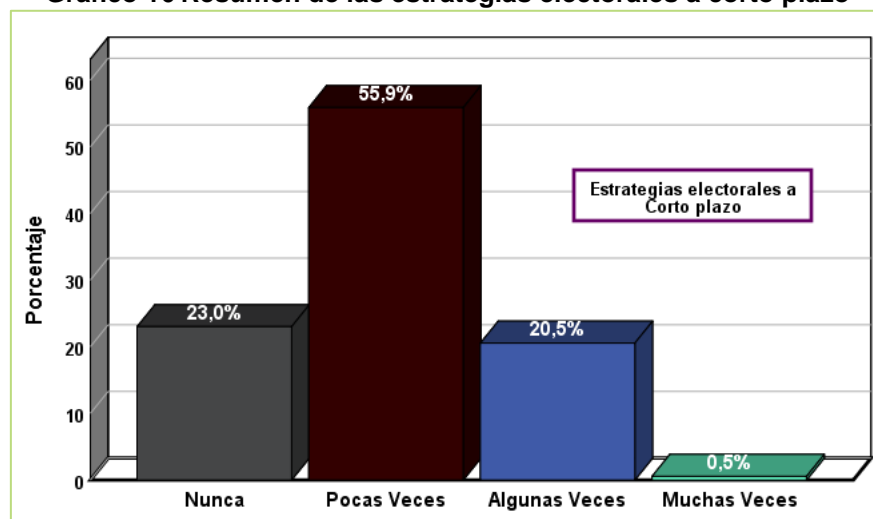
En resumen, se pueden apreciar de manera general que el 78,9% de los electores entrevistados expresaron que nunca y pocas se promueve las estrategias electorales a corto plazo, mientras que solo el 0,5% manifestó que muchas veces se promueven. El 20,5% consideró que algunas veces se promueve las estrategias electorales a corto plazo. Estos resultados mencionados se pueden apreciar en la tabla 16 y gráfico 16.

**Tabla 16 Resumen de las estrategias electorales a corto plazo**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	84	23,0	23,0
Pocas Veces	204	55,9	78,9
Algunas Veces	75	20,5	99,5
Muchas Veces	2	,5	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residiendo en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 16 Resumen de las estrategias electorales a corto plazo**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residiendo en Lima  
Elaboración: Propia

También se presentó en la siguiente tabla 17, el promedio general de las estrategias electorales a corto plazo, observándose un promedio de “2” indicando un valor cualitativo “Pocas veces”. Estos resultados mencionados se observan en el gráfico 17.

**Tabla 17 Promedio del resumen de las estrategias electorales a corto plazo**

Ud., ha recibido información electoral a través de medios impresos como panfletos, volantes, pancartas o afiches	<b>3,5</b>	<b>Muchas veces</b>
Ud., ha participado difundiendo información electoral a través de medios impresos como panfletos o volantes	<b>2,5</b>	<b>Algunas veces</b>
Ud., ha sido trasladado a centro de votación por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales	<b>1,2</b>	<b>Nunca</b>
Ud., ha sido trasladado a centro de votación por algún partido político	<b>1,8</b>	<b>Pocas veces</b>
Ud., ha recibido llamadas telefónicas de representantes de partidos políticos invitándole a participar en las votaciones	<b>1,3</b>	<b>Nunca</b>
Ud., ha recibido llamadas telefónicas de representante del ONPE invitándole a participar en las votaciones	<b>1,2</b>	<b>Nunca</b>
Ud., ha recibido mensajes de texto de la Oficina Nacional de Procesos Electorales invitándolo a participar en las votaciones	<b>1,5</b>	<b>Pocas veces</b>
Ud., ha recibido mensajes de texto de Partidos Políticos invitándolo a participar en las votaciones	<b>1,4</b>	<b>Nunca</b>
Ud., ha recibido visitas a su domicilio explicándole la importancia de su participación en las elecciones	<b>2,4</b>	<b>Pocas veces</b>
Ud., Ha recibido correos electrónicos con información referente a la importancia de la participación electoral	<b>1,7</b>	<b>Pocas veces</b>
Considera que los medios de comunicación influyen en su decisión de ir a votar	<b>3,2</b>	<b>Algunas veces</b>
Ud., ha participado en eventos recreativos organizados por la Oficina Nacional de Proceso Electoral promoviendo la participación electoral	<b>1,9</b>	<b>Pocas veces</b>
Ud., ha participado en eventos organizados por Partidos políticos promoviendo la participación electoral	<b>2,2</b>	<b>Pocas veces</b>
Estrategias electorales a corto plazo.	<b>2,0</b>	<b>Pocas veces</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 17 Promedio del resumen de las estrategias electorales a corto plazo**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
 Elaboración: Propia

#### 4.2.2 Estrategias electorales a largo plazo, según los electores entrevistados.

Seguidamente, se aprecian los resultados correspondientes a la dimensión estrategias electorales a largo plazo.

##### 4.2.2.1 Campañas comunicacionales

A continuación, se observa los resultados referentes a las campañas comunicacionales.

4.2.2.1.1 Campañas en redes sociales como Facebook, e Instagram y su influencia en la asistencia de la población en las elecciones.

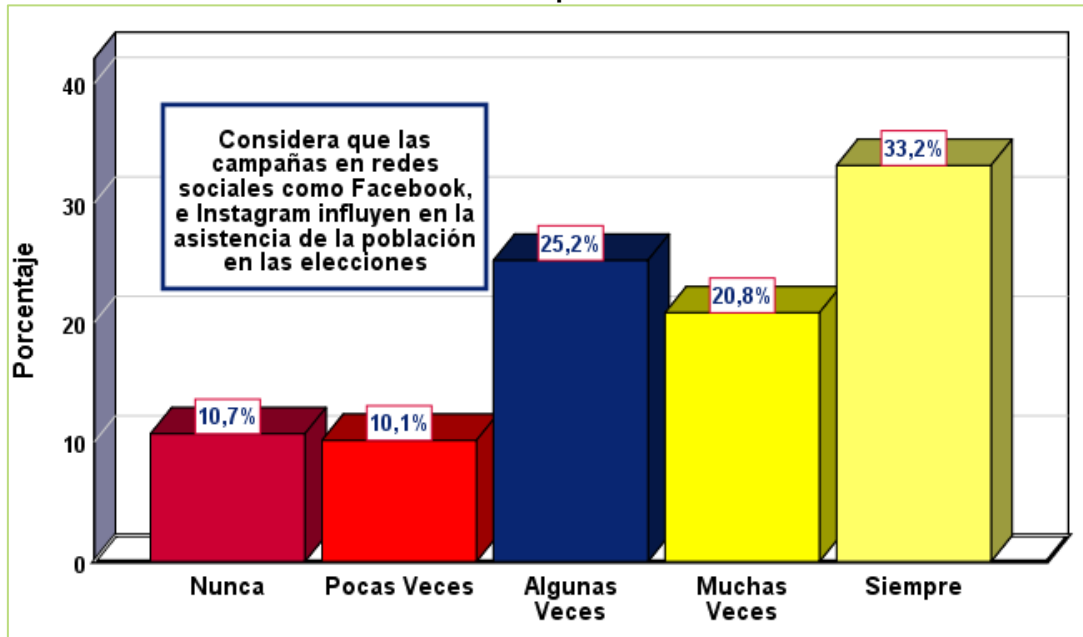
En la tabla 18 y gráfico 18 se presenta que, el 20,8% de los entrevistados consideraron que, las campañas en redes sociales como Facebook, e Instagram nunca y pocas veces influyen en la asistencia de la población en las elecciones, sin embargo, el 54% expresaron que, las redes sociales influyen entre muchas veces y siempre. Solo el 25,2% de los electores consideraron que algunas veces las redes influyen en la asistencia de la población en las elecciones.

**Tabla 18 Campañas en redes sociales como Facebook, e Instagram y su influencia en la asistencia de la población en las elecciones**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	39	10,7	10,7
Pocas Veces	37	10,1	20,8
Algunas Veces	92	25,2	46,0
Muchas Veces	76	20,8	66,8
Siempre	121	33,2	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 18 Campañas en redes sociales como Facebook, e Instagram y su influencia en la asistencia de la población en las elecciones**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.2.1.2 Promoción de campañas por la oficina nacional para incentivar la participación ciudadana.

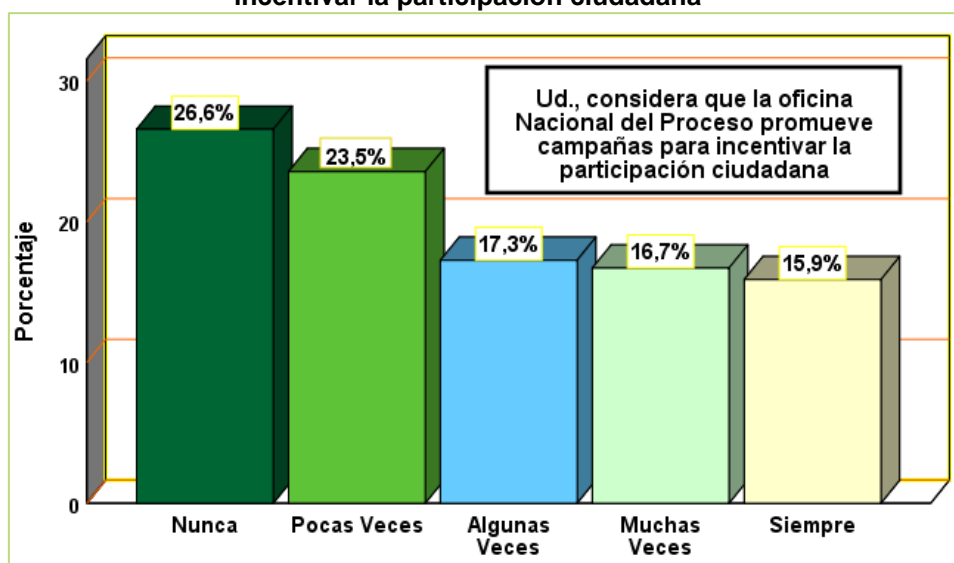
Se aprecia en la tabla 19 y gráfico 19 que, el 50,1% de los entrevistados consideraron que, la Oficina Nacional de Procesos Electorales nunca y pocas veces promueve campañas para incentivar la participación ciudadana, sin embargo, el 32,6% expresó que, la ONPE promueve entre muchas veces y siempre. Solo el 17,3% de los electores consideraron que algunas veces la ONPE promueve campañas para incentivar la participación ciudadana.

**Tabla 19 Promoción de campañas por la oficina nacional para incentivar la participación ciudadana**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	97	26,6	26,6
Pocas Veces	86	23,5	50,1
Algunas Veces	63	17,3	67,4
Muchas Veces	61	16,7	84,1
Siempre	58	15,9	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residiados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 19 Promoción de campañas por la oficina nacional para incentivar la participación ciudadana**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residiados en Lima  
Elaboración: Propia



#### 4.2.2.2 Programas de educación ciudadana

Seguidamente, se aprecian los resultados concernientes los programas de educación ciudadana.

##### 4.2.2.2.1 Participación en programas de educación ciudadana promovidos por la Oficina Nacional de Proceso Electoral.

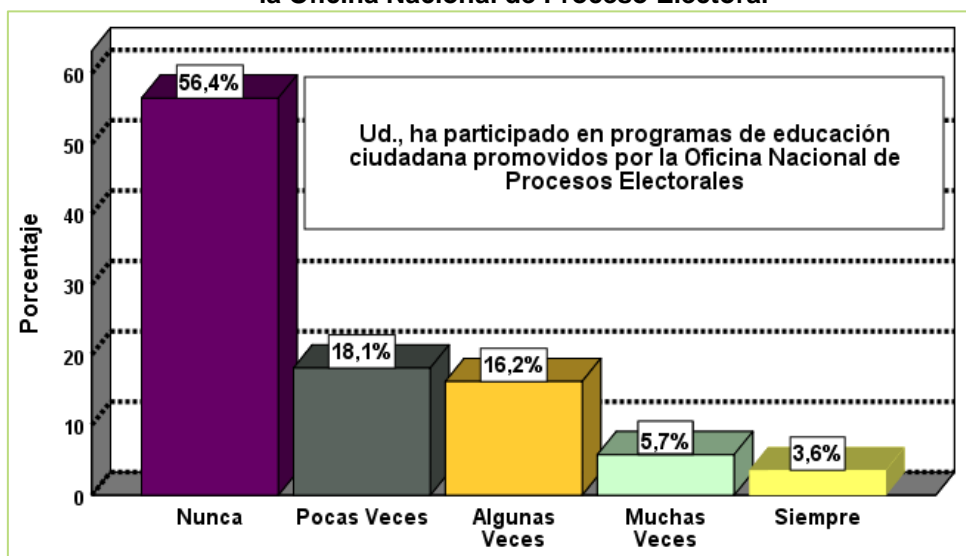
El 74,5% de los electores manifestaron que han participado en programas de educación ciudadana promovidos por la Oficina Nacional de Procesos Electorales entre nunca y pocas veces, mientras que el 9.3% consideró que han participado entre muchas veces y siempre. Solo el 16,2% indicaron que algunas veces han participado en programas de educación ciudadana promovidos por la Oficina Nacional de Procesos Electorales. Estos resultados mencionados se presentan a continuación en la tabla 20 y gráfico 20.

**Tabla 20 Participación en programas de educación ciudadana promovidos por la Oficina Nacional de Proceso Electoral**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	206	56,4	56,4
Pocas Veces	66	18,1	74,5
Algunas Veces	59	16,2	90,7
Muchas Veces	21	5,7	96,4
Siempre	13	3,6	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 20 Participación en programas de educación ciudadana promovidos por la Oficina Nacional de Proceso Electoral**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia.

#### 4.2.2.3 Simulación de elecciones.

Se observa a continuación los resultados concernientes la simulación de elecciones.

##### 4.2.2.3.1 Participación en las actividades para la simulación de elecciones.

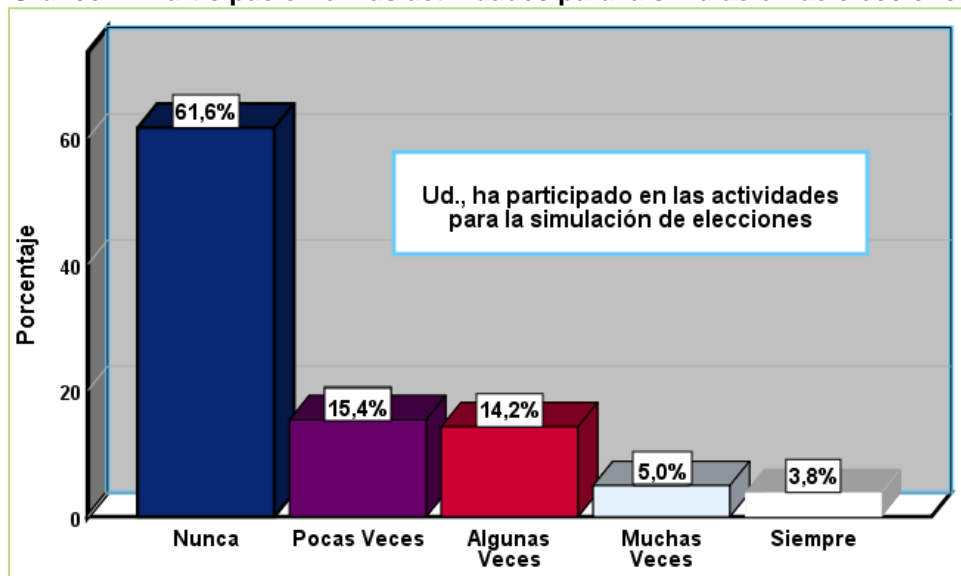
Para el 77% de los electores la participación en las actividades para la simulación de elecciones ha sido entre nunca y pocas veces, mientras que el 8,8% lo consideró entre muchas veces y siempre. Solo el 14,2% indicó que los electores han participado en las actividades para la simulación de elecciones algunas veces. Estos resultados se aprecian en la tabla 21 y gráfico 21.

**Tabla 21 Participación en las actividades para la simulación de elecciones**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	225	61,6	61,6
Pocas Veces	56	15,4	77,0
Algunas Veces	52	14,2	91,2
Muchas Veces	18	5,0	96,2
Siempre	14	3,8	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 21 Participación en las actividades para la simulación de elecciones**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

*4.2.2.4 Resumen de las estrategias electorales a largo plazo, según los electores entrevistados.*

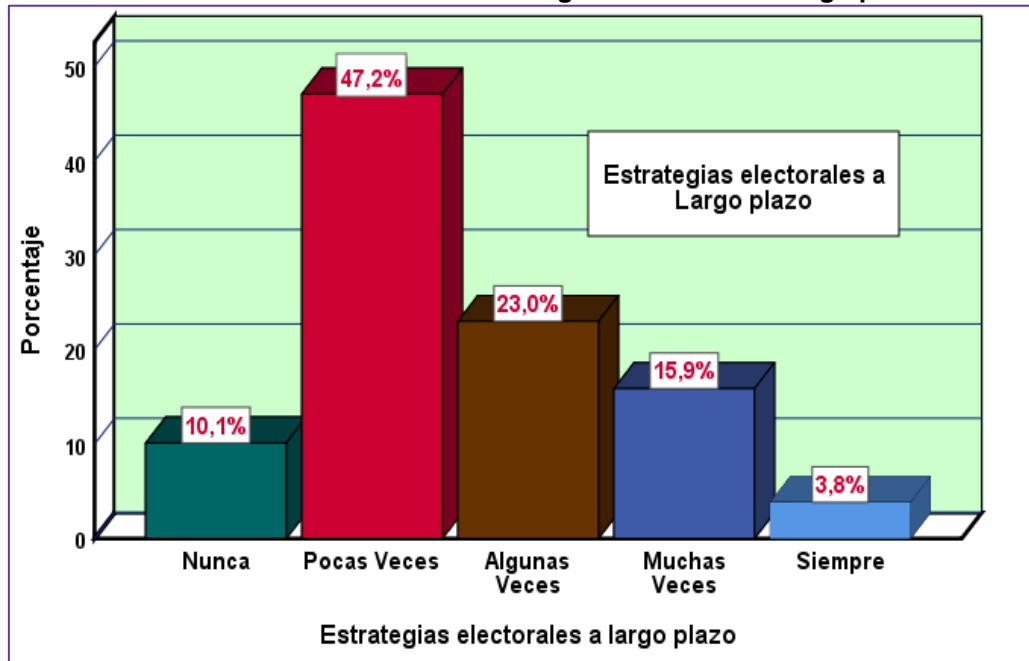
En resumen, se pueden observar de manera general que de los electores entrevistados que indicaron que nunca y pocas veces se promueve las estrategias electorales a largo plazo, suman entre ambos el 57,2%, mientras que, solo el 15,9% manifestó que muchas veces se promueve. El 23% consideró que algunas veces se promueve las estrategias electorales a largo plazo. Estos resultados mencionados se pueden visualizar en la tabla 22 y gráfico 22.

**Tabla 22 Resumen de las estrategias electorales a largo plazo.**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	37	10,1	10,1
Pocas Veces	172	47,2	57,3
Algunas Veces	84	23,0	80,3
Muchas Veces	58	15,9	96,2
Siempre	14	3,8	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 22 Resumen de las estrategias electorales a largo plazo**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

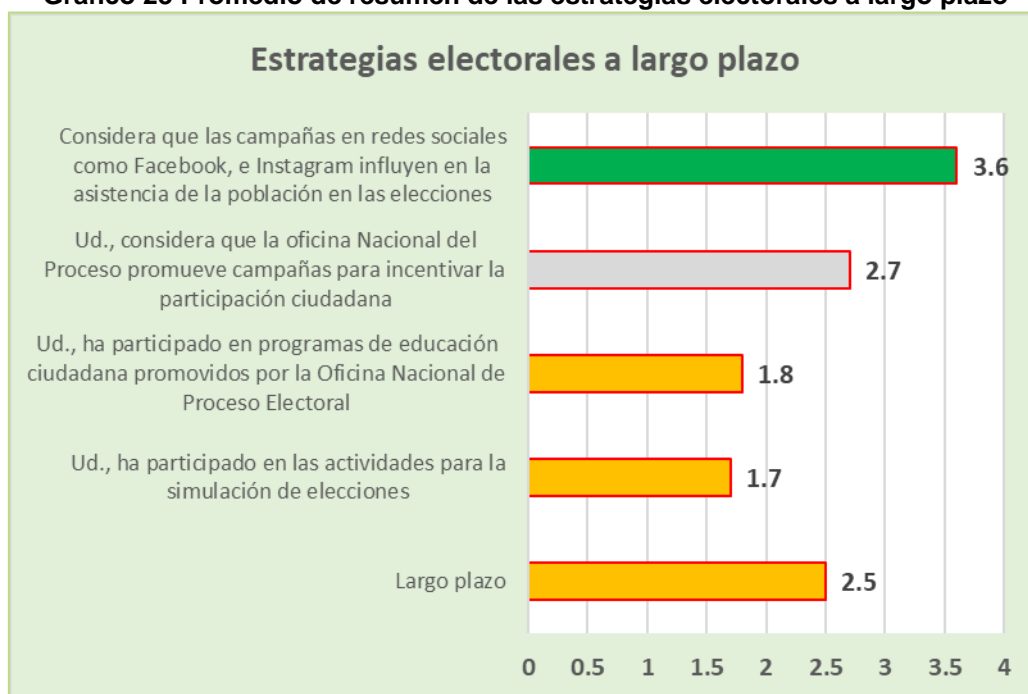
En la tabla 23, se observa el promedio general de las estrategias electorales a largo plazo, apreciándose un promedio de “2,5” indicando un valor cualitativo “algunas veces”, sin embargo, también se aprecia que los electores entrevistados pocas veces han participado en programas de educación ciudadana promovidos por la Oficina Nacional de Proceso Electoral y en las actividades para la simulación de elecciones. Estos resultados mencionados se observan en el gráfico 23.

**Tabla 23 Promedio de resumen de las estrategias electorales a largo plazo**

Considera que las campañas en redes sociales como Facebook, e Instagram influyen en la asistencia de la población en las elecciones	3,6	Muchas veces
Ud., considera que la oficina Nacional del Proceso promueve campañas para incentivar la participación ciudadana	2,7	Algunas veces
Ud., ha participado en programas de educación ciudadana promovidos por la Oficina Nacional de Proceso Electoral	1,8	Pocas veces
Ud., ha participado en las actividades para la simulación de elecciones	1,7	Pocas veces
Largo plazo	2,5	Algunas veces

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 23 Promedio de resumen de las estrategias electorales a largo plazo**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.3 Resumen de las estrategias electorales según los electores entrevistados.

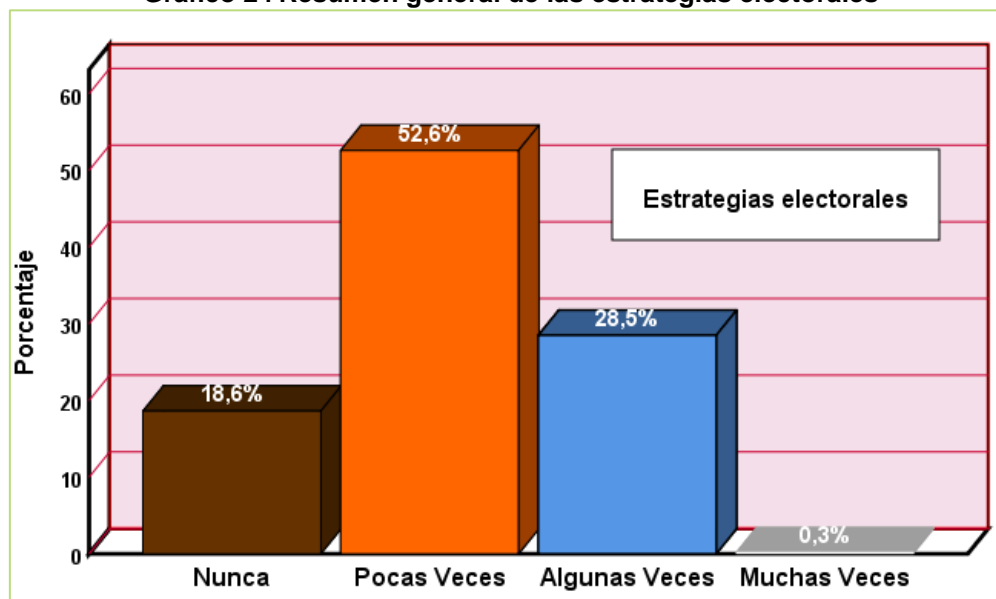
Se puede notar en la tabla 24, y gráfico 24, que el **18,6%** de los electores entrevistados en Lima, consideraron que nunca se están promoviendo las estrategias electorales en Lima, para el 52,6% pocas veces, se promueven las estrategias, mientras que, el 28,5% expreso que algunas veces se promueve. Solo el 0,3% de los electores notaron que las estrategias electorales se promueven muchas veces.

**Tabla 24 Resumen general de las estrategias electorales**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	68	18,6	18,6
Pocas Veces	192	52,6	71,2
Algunas Veces	104	28,5	99,7
Muchas Veces	1	,3	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 24 Resumen general de las estrategias electorales**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

En la tabla 25, se observa el promedio general de las estrategias electorales, apreciándose un promedio de “2,1” indicando un valor cualitativo “pocas veces”. Lo que quiere decir que hay deficiencia en las estrategias electorales en Lima.

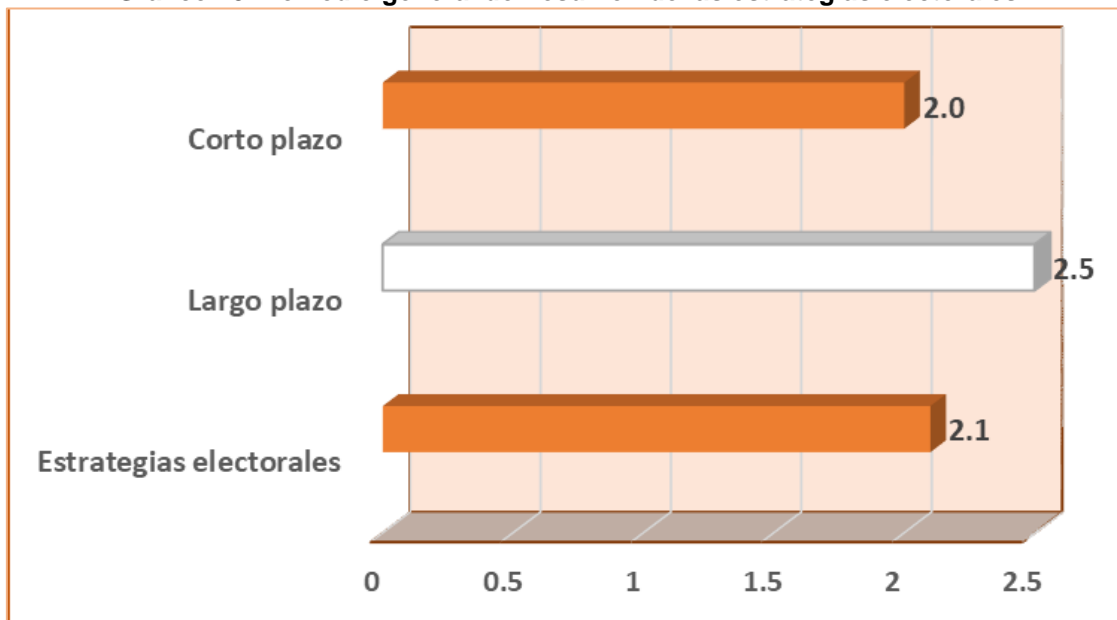
**Tabla 25 Promedio general del resumen de las estrategias electorales**

Corto plazo	2,0	Pocas veces
Largo plazo	2,5	Algunas veces
Estrategias electorales	2,1	Pocas veces

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

En el siguiente gráfico 25 se aprecia los resultados mencionados en la tabla 25.

**Gráfico 25 Promedio general del resumen de las estrategias electorales**

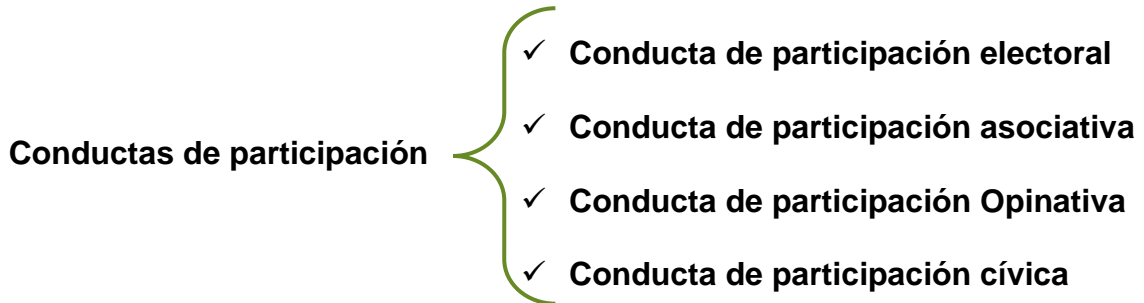


Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia



## **4.2 Conductas de participación según los electores entrevistados.**

Seguidamente, se presenta los resultados correspondientes a las conductas de participación electoral. Las dimensiones estudiadas correspondientes a las conductas electorales son:



### **4.2.1 Conductas de participación electoral según los electores entrevistados.**

Se observa a continuación, los resultados concernientes a la dimensión conductas de participación electoral.

#### *4.2.1.1 Participación electoral.*

Se observa inmediatamente los resultados referentes a la participación electoral.

##### **4.2.1.1.1 Asistencia voluntaria a las elecciones Presidenciales y del Congreso.**

Se aprecia en la tabla 26 que, el 6,3% de los entrevistados indicaron que nunca y casi nunca asisten voluntariamente a las elecciones presidenciales y del congreso, mientras que por otro lado el 92,6% manifestó que, casi siempre y siempre asisten voluntariamente. Solo el 1,1% expresó que ocasionalmente asisten voluntariamente.

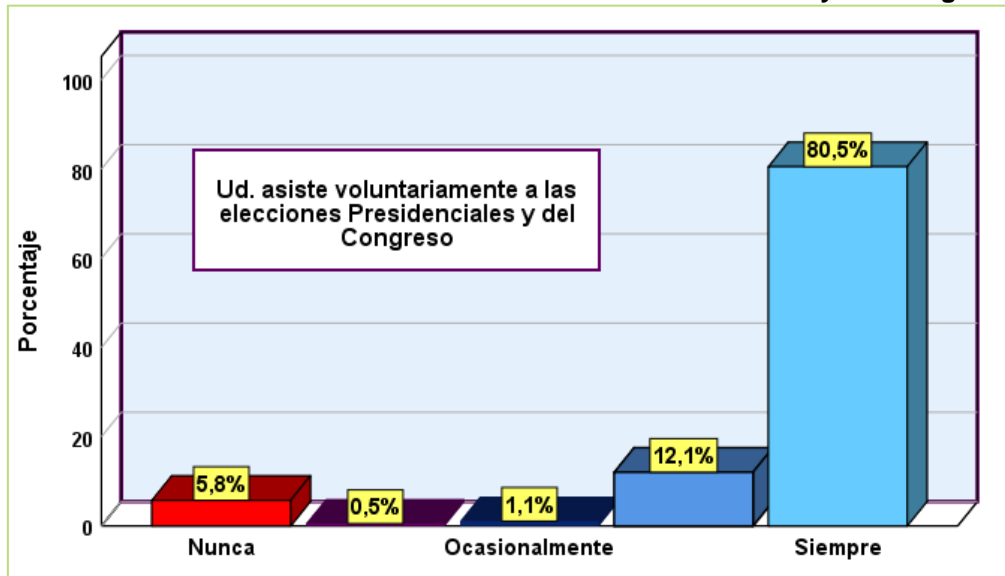
**Tabla 26 Asistencia voluntaria a las elecciones Presidenciales y del Congreso**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	21	5,8	5,8
Casi Nunca	2	,5	6,3
Ocasionalmente	4	1,1	7,4
Casi Siempre	44	12,1	19,5
Siempre	294	80,5	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
 Elaboración: Propia

Los resultados mencionados se pueden apreciar a continuación en el gráfico 26 a continuación.

**Gráfico 26 Asistencia voluntaria a las elecciones Presidenciales y del Congreso**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
 Elaboración: Propia

#### 4.2.1.1.2 Asistencia voluntaria a las elecciones para Alcaldes y Gobernadores.

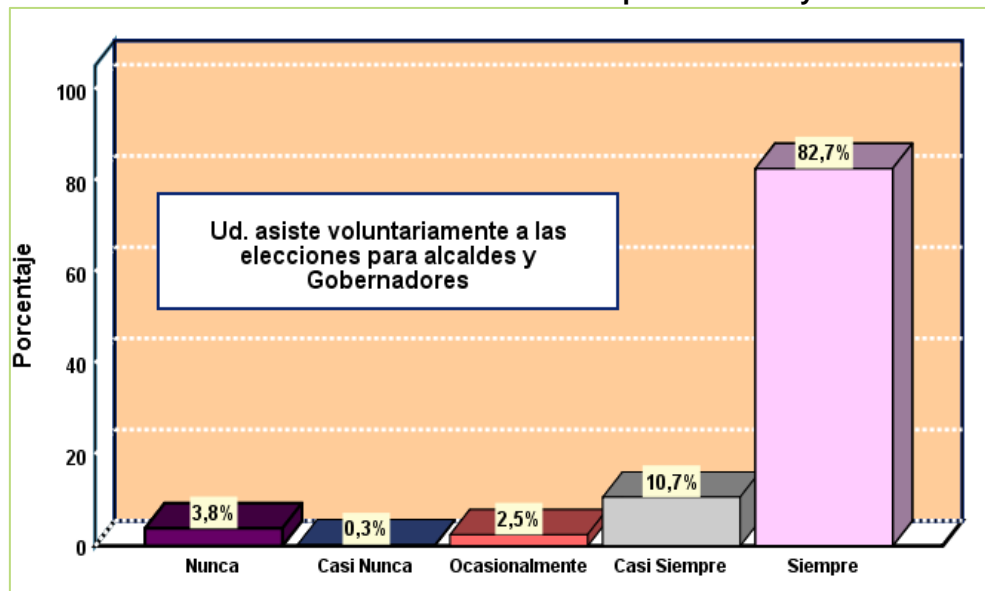
El 4,1% de los entrevistados indicaron que nunca y casi nunca asisten voluntariamente a las elecciones para alcaldes y gobernadores, mientras que por otro lado el 93,4% manifestó que, casi siempre y siempre asisten voluntariamente. Solo el 2,5% manifestó que ocasionalmente asisten voluntariamente. Los resultados que se mencionaron se visualizan a continuación en la tabla 27 y gráfico 27.

**Tabla 27 Asistencia voluntaria a las elecciones para alcaldes y Gobernadores**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	14	3,8	3,8
Casi Nunca	1	,3	4,1
Ocasionalmente	9	2,5	6,6
Casi Siempre	39	10,7	17,3
Siempre	302	82,7	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 27 Asistencia voluntaria a las elecciones para alcaldes y Gobernadores**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.1.2 Abstencionismo invisible.

Consecutivamente, se observan los resultados correspondientes al abstencionismo invisible.

##### 4.2.1.2.1 Oportunidad para abstención en las elecciones

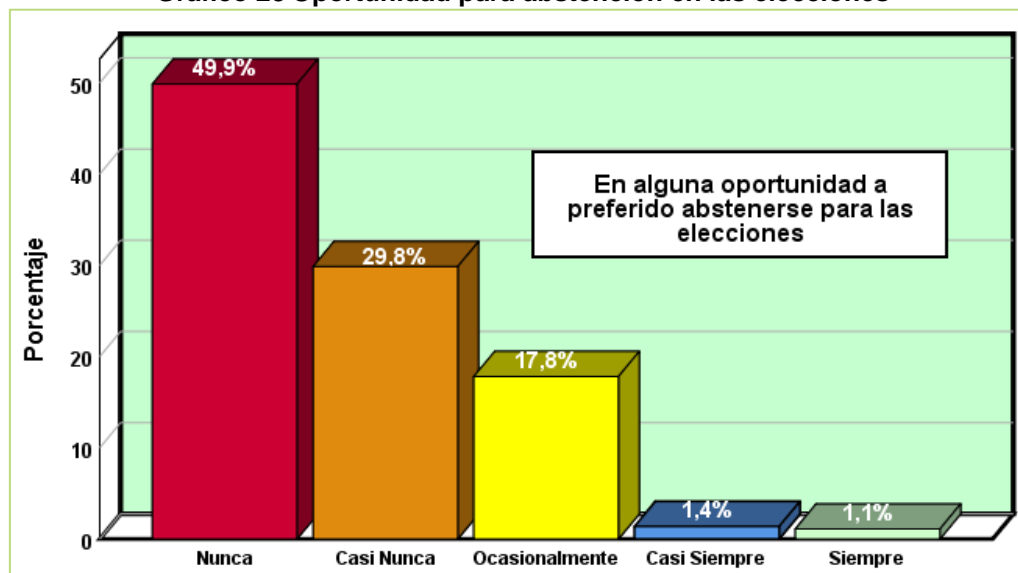
Se nota en la tabla 28 y gráfico 28 que, el 79,7% de los entrevistados señalaron que, en alguna oportunidad nunca y casi nunca se han abstenido para las elecciones, sin embargo, el 2,5% casi siempre y siempre se han abstenido. Por otro lado, el 17,8% de los electores entrevistados ocasionalmente ha preferido abstenerse para las elecciones.

**Tabla 28 Oportunidad para abstención en las elecciones**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	182	49,9	49,9
Casi Nunca	109	29,8	79,7
Ocasionalmente	65	17,8	97,5
Casi Siempre	5	1,4	98,9
Siempre	4	1,1	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 28 Oportunidad para abstención en las elecciones**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.1.3 Resumen de las conductas de participación electoral.

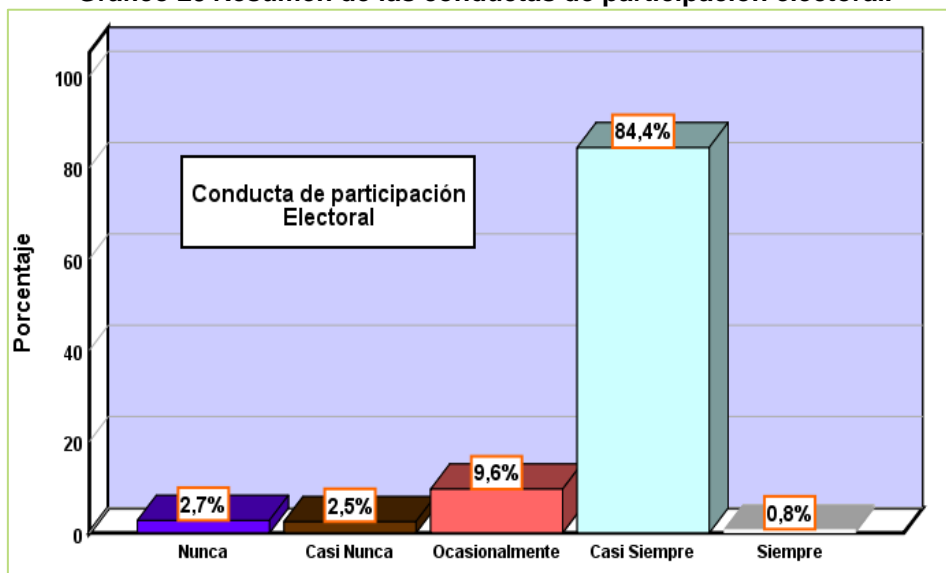
Se puede observar a continuación de manera resumida que el 5,2% de los electores entrevistados expresaron que entre nunca y casi nunca manifiestan conductas de participación electoral, mientras que el 85,2% manifestó que casi siempre y siempre manifiestan conductas de participación. El 9,6% consideró que ocasionalmente manifiestan conductas de participación electoral. Estos resultados se pueden apreciar en la tabla 29 y gráfico 29.

**Tabla 29 Resumen de las conductas de participación electoral.**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	10	2,7	2,7
Casi Nunca	9	2,5	5,2
Ocasionalmente	35	9,6	14,8
Casi Siempre	308	84,4	99,2
Siempre	3	,8	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 29 Resumen de las conductas de participación electoral.**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residiendo en Lima  
Elaboración: Propia

Se elaboró la tabla 30 donde se presenta el promedio general de 3,8 en las conductas de participación electoral con un valor cualitativo de casi siempre. Sin embargo, también se aprecia que en algunas oportunidades los electores han preferido abstenerse para las elecciones.

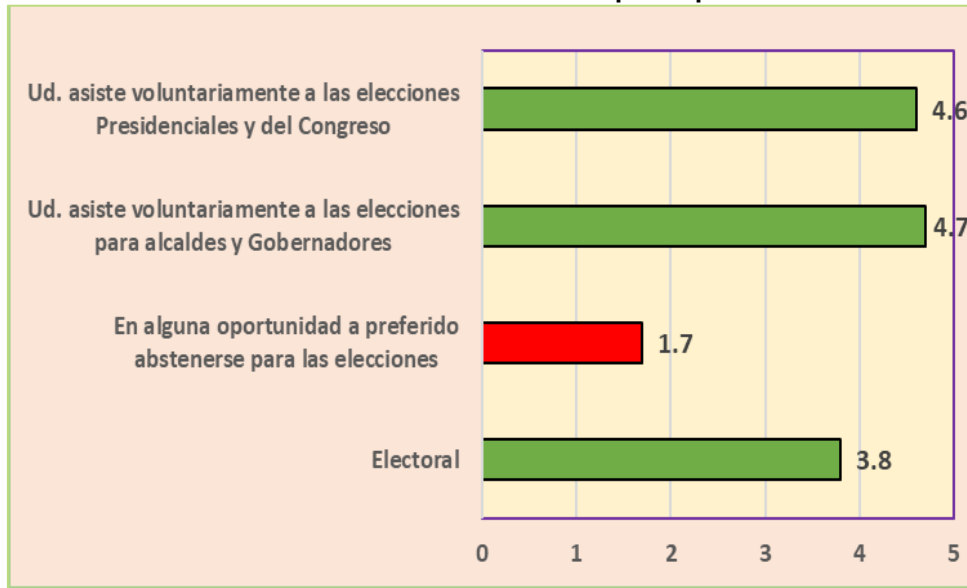
**Tabla 30 Promedio de las conductas de participación electoral.**

Ud. asiste voluntariamente a las elecciones Presidenciales y del Congreso	4,6	Siempre
Ud. asiste voluntariamente a las elecciones para alcaldes y Gobernadores	4,7	Siempre
En alguna oportunidad a preferido abstenerse para las elecciones	1,7	Casi nunca
Electoral	3,8	Casi siempre

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residiendo en Lima  
Elaboración: Propia

Los resultados mencionados se visualizan a continuación en el gráfico 30.

**Gráfico 30 Promedio de las conductas de participación electoral**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### **4.2.2 Conductas de participación asociativa**

Se aprecia a continuación, los resultados concernientes a la dimensión conductas de participación asociativa.

##### *4.2.2.1 Participación en Organizaciones*

Seguidamente, se notan los resultados correspondientes a la participación en organizaciones.

##### **4.2.2.1.1 Solicitud de información a las autoridades sobre los programas de gobierno de los partidos políticos.**

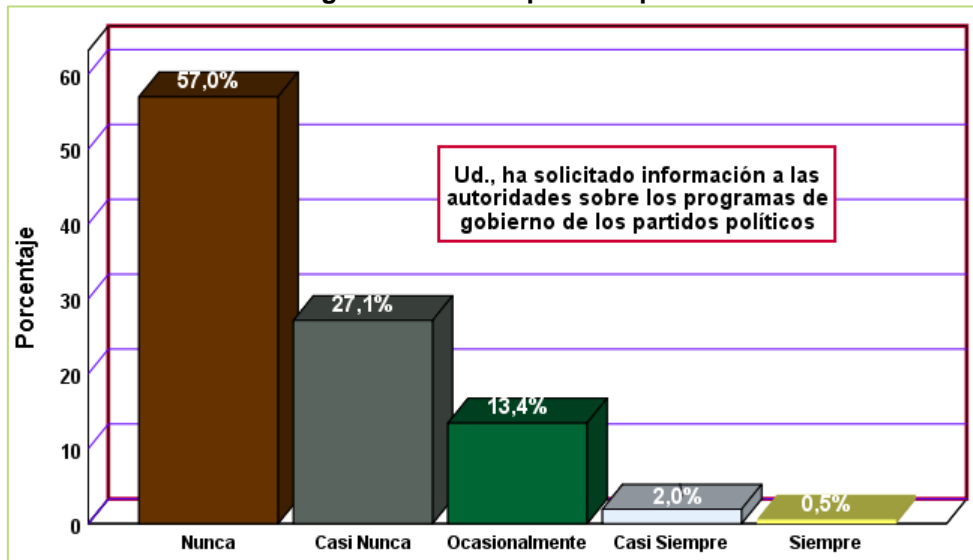
El 84,1% de los electores manifestaron que, nunca y casi nunca han solicitado información a las autoridades sobre los programas de gobierno, mientras que el 2,5% indicó que casi siempre y siempre lo solicitan. También se aprecia que el 13,4% ocasionalmente han solicitado información a las autoridades sobre los programas de gobierno como se observa a continuación en la tabla 31 y gráfico 31.

**Tabla 31 Solicitud de información a las autoridades sobre los programas de gobierno de los partidos políticos**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	208	57,0	57,0
Casi Nunca	99	27,1	84,1
Ocasionalmente	49	13,4	97,5
Casi Siempre	7	2,0	99,5
Siempre	2	0,5	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
 Elaboración: Propia

**Gráfico 31 Solicitud de información a las autoridades sobre los programas de gobierno de los partidos políticos**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
 Elaboración: Propia



4.2.2.1.2 Participación en actividades o reuniones de algún partido o movimiento político.

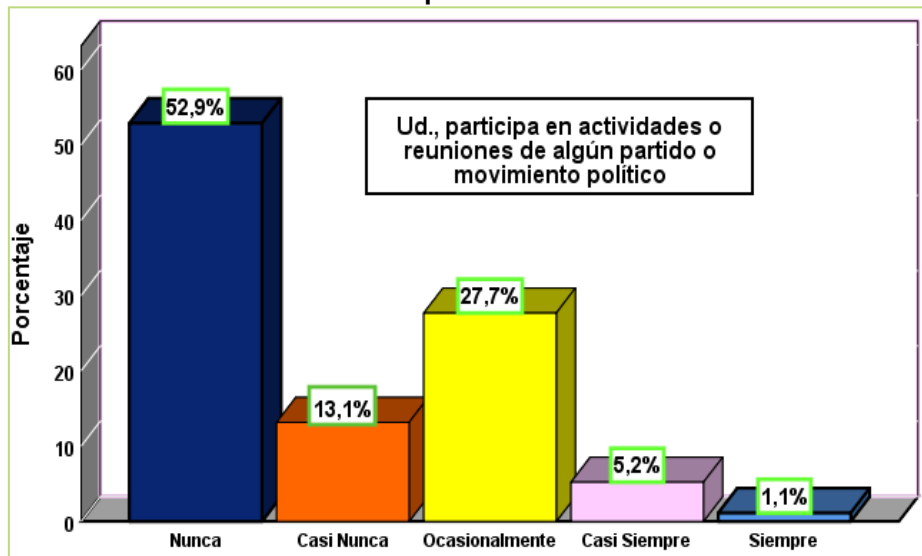
Se aprecia que el 66% de los entrevistados expresaron que, nunca y casi nunca participan en actividades o reuniones de algún partido o movimiento político. Mientras que el 6,3% manifestó que casi siempre y siempre participan en actividades o reuniones de algún partido o movimiento político, solo el 27,7% expresaron que ocasionalmente participan.

**Tabla 32 Participación en actividades o reuniones de algún partido o movimiento político**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	193	52,9	52,9
Casi Nunca	48	13,1	66,0
Ocasionalmente	101	27,7	93,7
Casi Siempre	19	5,2	98,9
Siempre	4	1,1	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 32 Participación en actividades o reuniones de algún partido o movimiento político**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.2.2 Resumen de las conductas de participación asociativa.

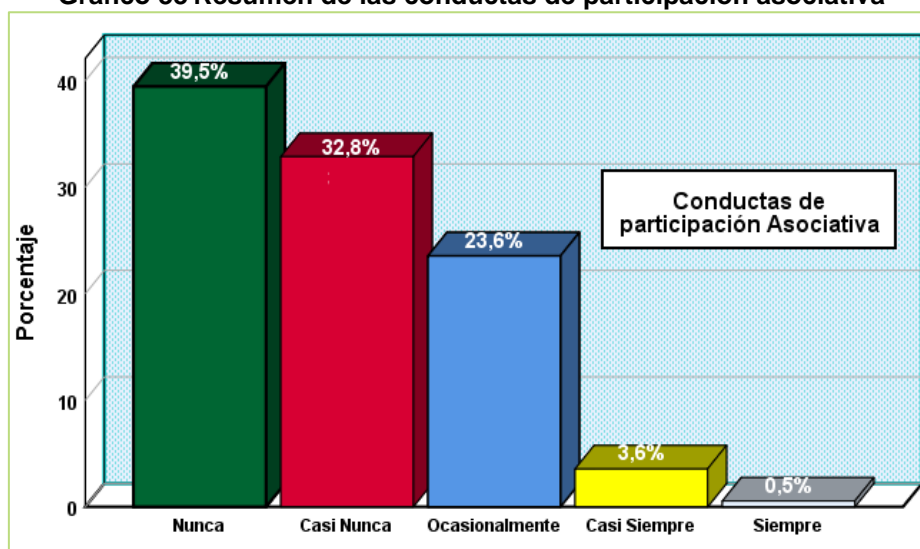
Se visualiza de manera resumida que el 72,3% de los electores entrevistados expresaron que nunca y casi nunca manifiestan conductas de participación asociativa, mientras que el 4,1% manifestó que casi siempre y siempre manifiestan. El 23,6% consideró que ocasionalmente manifiestan conductas de participación asociativa. Estos resultados mencionados se pueden visualizar en la tabla 33 y gráfico 33.

**Tabla 33 Resumen de las conductas de participación asociativa**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	144	39,5	39,5
Casi Nunca	120	32,8	72,3
Ocasionalmente	86	23,6	95,9
Casi Siempre	13	3,6	99,5
Siempre	2	0,5	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 33 Resumen de las conductas de participación asociativa**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

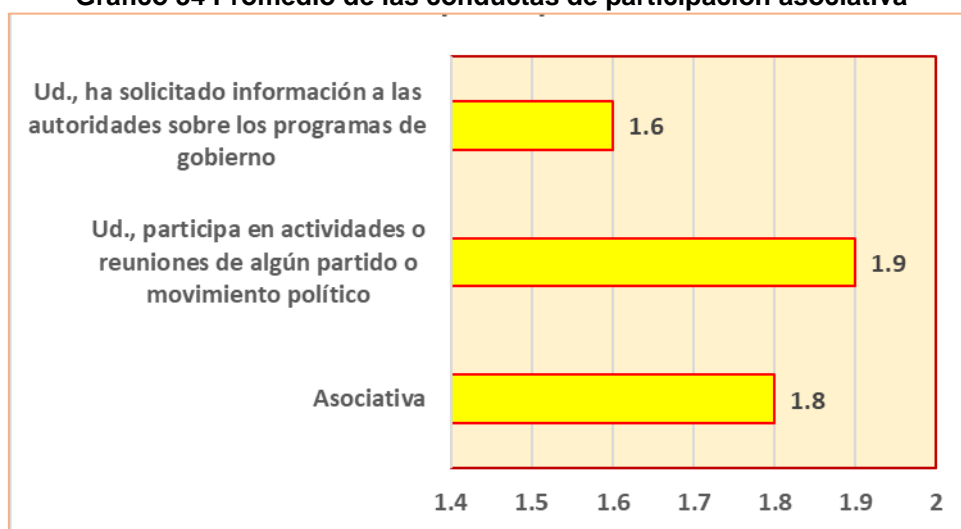
Se elaboró la tabla 34 y gráfico 34 donde se presenta el promedio general de 1,8 en las conductas de participación asociativa con un valor cualitativo de casi nunca.

**Tabla 34 Promedio de las conductas de participación asociativa**

Ud., ha solicitado información a las autoridades sobre los programas de gobierno	1,6	Casi nunca
Ud., participa en actividades o reuniones de algún partido o movimiento político	1,9	Casi nunca
Asociativa	1,8	Casi nunca

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 34 Promedio de las conductas de participación asociativa**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

### 4.2.3 Conductas de participación Opinativa

Se observa a continuación, los resultados concernientes a las conductas de participación opinativa.

#### 4.2.3.1 Servicios

Se presentan nuevamente los resultados correspondientes a los servicios.

4.2.3.1.1 Participación en manifestaciones, plantones, marchas, o protestas por fallas en los servicios públicos.

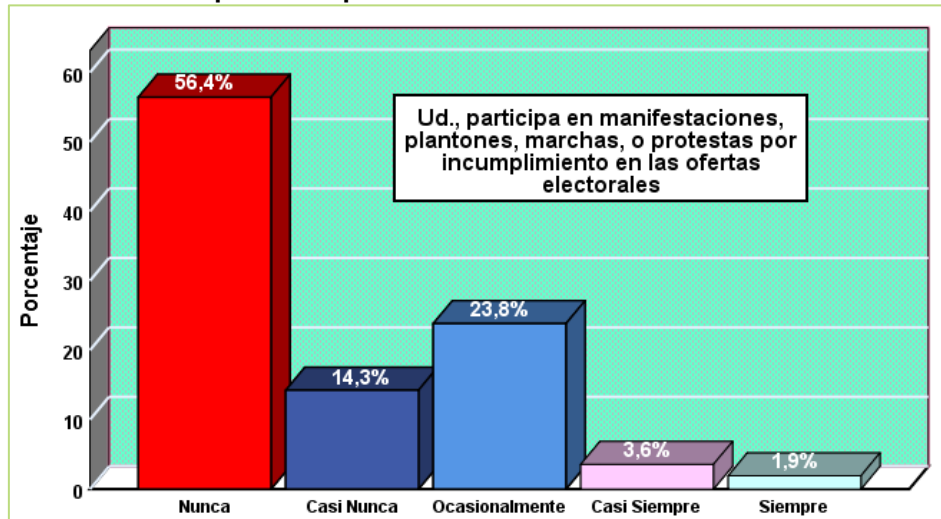
Se aprecia en la tabla 35 y gráfico 35 que el 70,7% de los encuestados expresaron que nunca y casi nunca, participan en manifestaciones, plantones, marchas, o protestas por el incumplimiento en las ofertas electorales, mientras que el 5,5% indicó que casi siempre y siempre participan, y solo el 23,8% ocasionalmente participa.

**Tabla 35 Participación en manifestaciones, plantones, marchas, o protestas por incumplimiento en las ofertas electorales**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	206	56,4	56,4
Casi Nunca	52	14,3	70,7
Ocasionalmente	87	23,8	94,5
Casi Siempre	13	3,6	98,1
Siempre	7	1,9	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 35 Participación en manifestaciones, plantones, marchas, o protestas por incumplimiento en las ofertas electorales**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.3.2 Programas

Se aprecian a continuación, los resultados correspondientes a los programas.

4.2.3.2.1 Quejas manifestadas con respecto a algún programa del gobierno no cumplido.

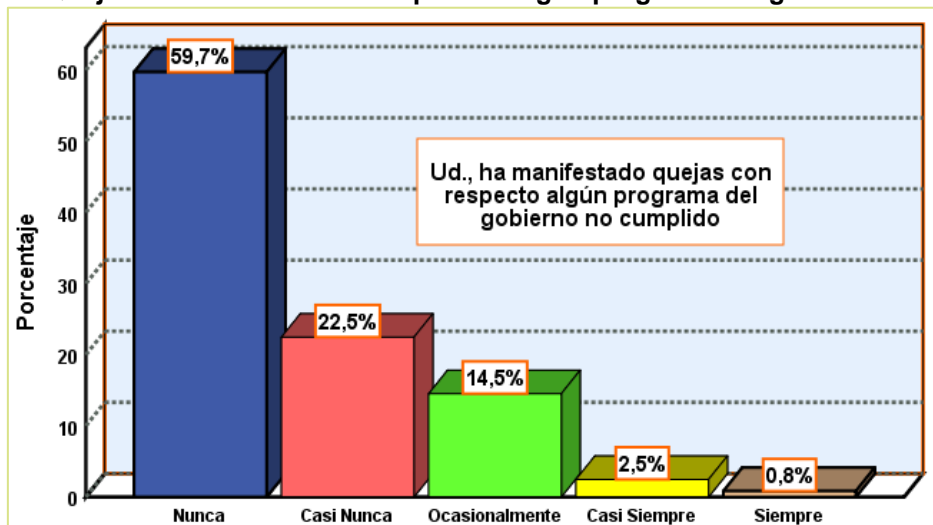
Se aprecia en la tabla 36 y gráfico 36 que, el 82,2% de los electores expresaron que nunca y casi nunca han manifestado quejas con respecto algún programa del gobierno no cumplido, sin embargo, el 3,3% casi siempre y siempre manifestaron quejas. Solo el 14,5% de los electores indicaron que ocasionalmente han manifestado quejas.

**Tabla 36 Quejas manifestadas con respecto a algún programa del gobierno no cumplido**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	218	59,7	59,7
Casi Nunca	82	22,5	82,2
Ocasionalmente	53	14,5	96,7
Casi Siempre	9	2,5	99,2
Siempre	3	0,8	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 36 Quejas manifestadas con respecto a algún programa del gobierno no cumplido**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.3.3 Institución

Se observa a continuación, los resultados correspondientes a la institución

##### 4.2.3.3.1 Apoyo pedido a algún partido político.

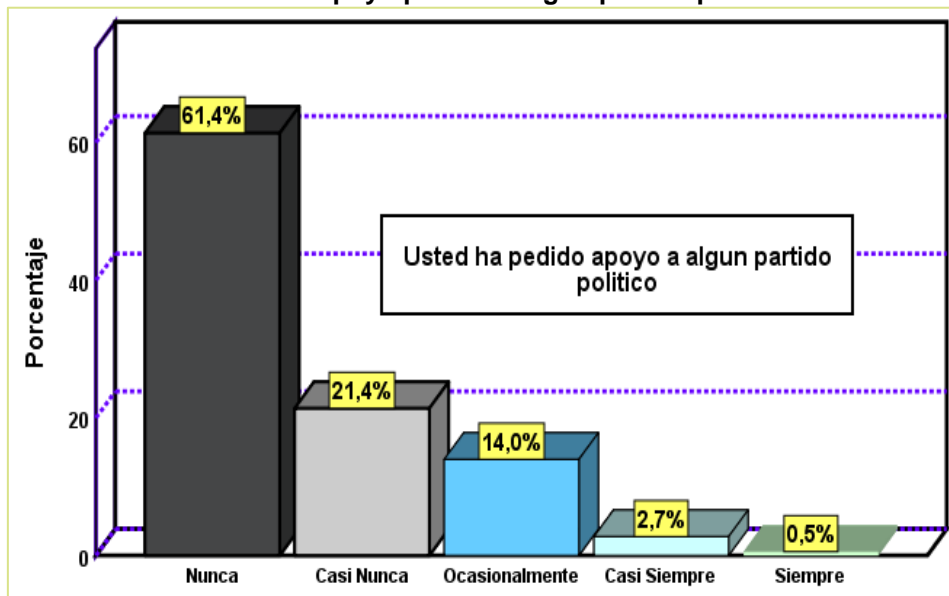
En la tabla 37 se puede notar que, el 82,8% de los electores expresaron que, nunca y casi nunca han pedido apoyo a algún partido político. También se puede notar que el 3,2% de los entrevistados casi siempre y siempre han pedido apoyo a algún partido político, mientras que solo el 14% ha pedido apoyo ocasionalmente.

**Tabla 37 Apoyo pedido a algún partido político**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	224	61,4	61,4
Casi Nunca	78	21,4	82,7
Ocasionalmente	51	14,0	96,7
Casi Siempre	10	2,7	99,5
Siempre	2	0,5	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

Gráfico 37 Apoyo pedido a algún partido político



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residienciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.3.3.2 Cartas enviadas a las instituciones en reclamo por algún partido político que afecte su comunidad.

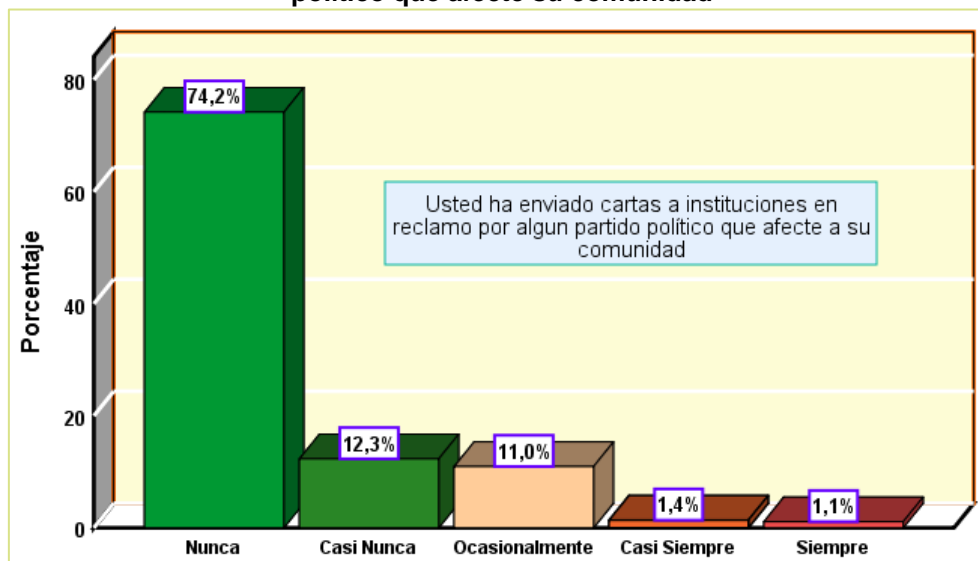
El 86,5% de los electores encuestados en Lima, manifestaron que nunca y casi nunca han enviado cartas a instituciones en reclamo por algún partido político que afecte a su comunidad, mientras que, el 2,5% indicó que casi siempre y siempre. Solo el 11% expresaron que ocasionalmente han enviado cartas a instituciones en reclamo por algún partido político que afecte a su comunidad. Estos resultados mencionados se aprecian a continuación en la tabla 38 y gráfico 38.

**Tabla 38 Cartas enviadas a las instituciones en reclamo por algún partido político que afecte su comunidad**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	271	74,2	74,2
Casi Nunca	45	12,3	86,6
Ocasionalmente	40	11,0	97,5
Casi Siempre	5	1,4	98,9
Siempre	4	1,1	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 38 Cartas enviadas a las instituciones en reclamo por algún partido político que afecte su comunidad**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia



#### 4.2.3.4 Resumen de las conductas de participación opinativa.

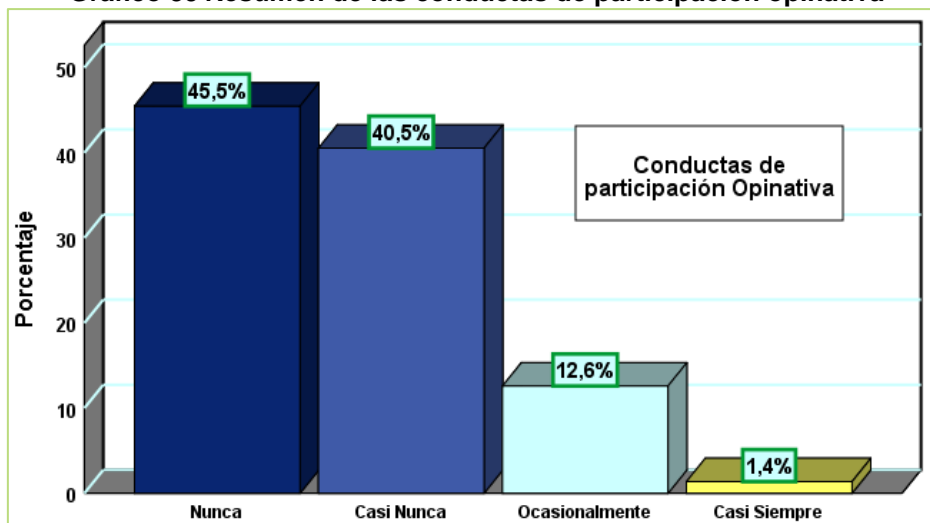
Se puede notar de manera resumida que el 86% de los electores entrevistados expresaron que nunca y casi nunca manifiestan conductas de participación opinativa, mientras que el 1,4% manifestó que casi siempre manifiesta. El 12,6% consideró que ocasionalmente manifiestan conductas de participación opinativa. Estos resultados mencionados se pueden visualizar en la tabla 39 y gráfico 39.

**Tabla 39 Resumen de las conductas de participación opinativa**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	166	45,5	45,5
Casi Nunca	148	40,5	86,0
Ocasionalmente	46	12,6	98,6
Casi Siempre	5	1,4	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residiendo en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 39 Resumen de las conductas de participación opinativa**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residiendo en Lima  
Elaboración: Propia

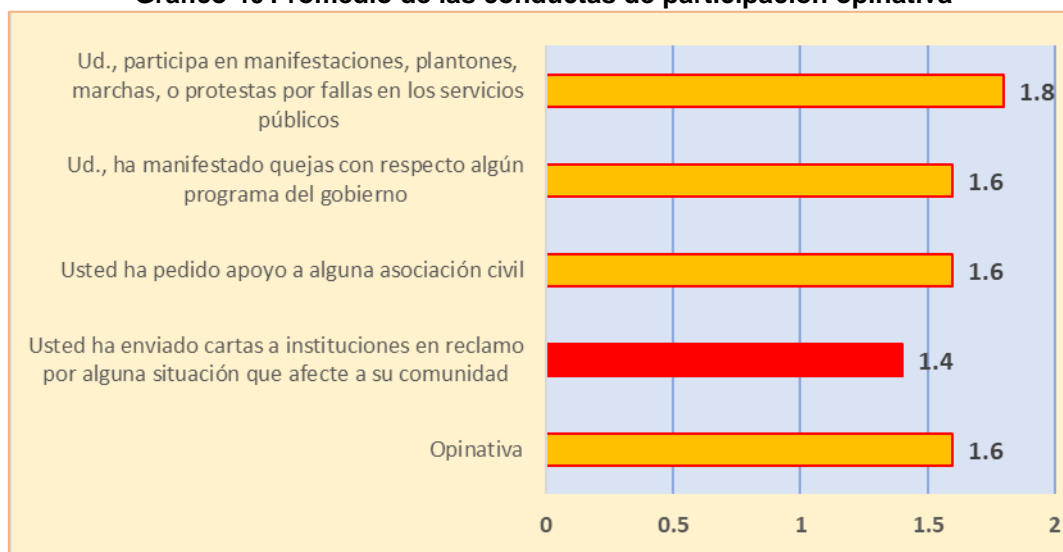
Se presenta en la tabla 40 y gráfico 40 el promedio general de 1,8 en las conductas de participación opinativa apreciándose un valor cualitativo de casi nunca.

**Tabla 40 Promedio de las conductas de participación opinativa**

Ud., participa en manifestaciones, plantones, marchas, o protestas por incumplimiento en las ofertas laborales	1,8	Casi nunca
Ud., ha manifestado quejas con respecto algún programa del gobierno no cumplido	1,6	Casi nunca
Usted ha pedido apoyo a algún partido político	1,6	Casi nunca
Usted ha enviado cartas a instituciones en reclamo por algún partido político que afecte a su comunidad	1,4	Nunca
<b>Opinativa</b>	<b>1,6</b>	<b>Casi nunca</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 40 Promedio de las conductas de participación opinativa**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.4 Conductas de participación cívica

Para finalizar se aprecia, los resultados concernientes a las conductas de participación cívica.

##### 4.2.4.1 Respeto de las normas sociales.

Se observa seguidamente los resultados concernientes al respeto de las normas sociales.

##### 4.2.4.1.1 Participación en actividades que promueven el cuidado de las áreas verdes durante el proceso electoral

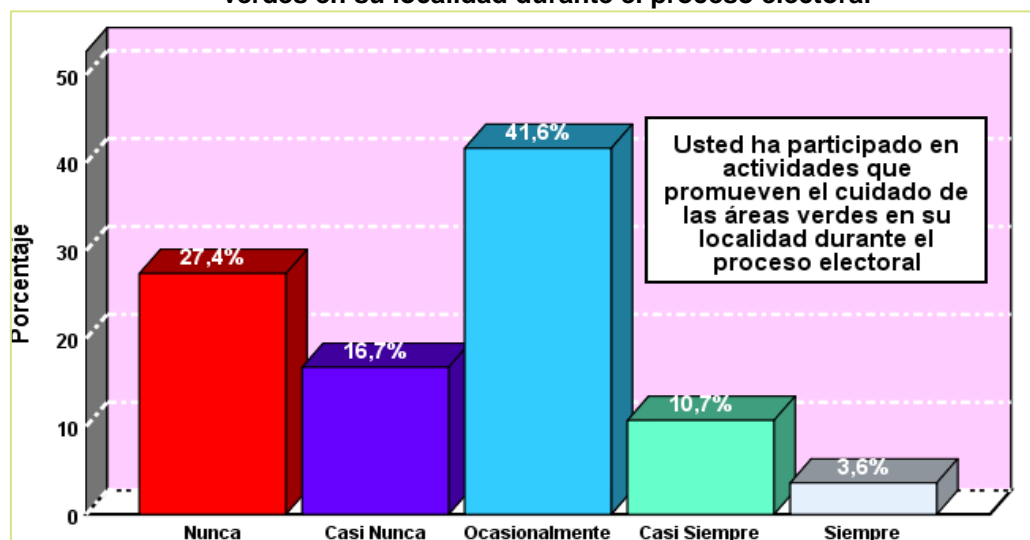
Para el 44,1% de los electores entrevistados nunca y casi nunca participan en actividades que promueven el cuidado de las áreas verdes en su localidad durante el proceso electoral, mientras que por otro lado el 14,3% casi siempre y siempre participan. El 41,6% indicó que ocasionalmente participan en actividades que promueven el cuidado de las áreas verdes en su localidad durante el proceso electoral. Los resultados que se mencionaron se pueden apreciar a continuación en la tabla 41 y gráfico 41.

**Tabla 41 Participación en actividades que promueven el cuidado de las áreas verdes en su localidad durante el proceso electoral.**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	100	27,4	27,4
Casi Nunca	61	16,7	44,1
Ocasionalmente	152	41,6	85,8
Casi Siempre	39	10,7	96,4
Siempre	13	3,6	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 41 Participación en actividades que promueven el cuidado de las áreas verdes en su localidad durante el proceso electoral**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.4.1.2 Acciones tomadas cuando las personas tiran basura en la calle durante el proceso electoral.

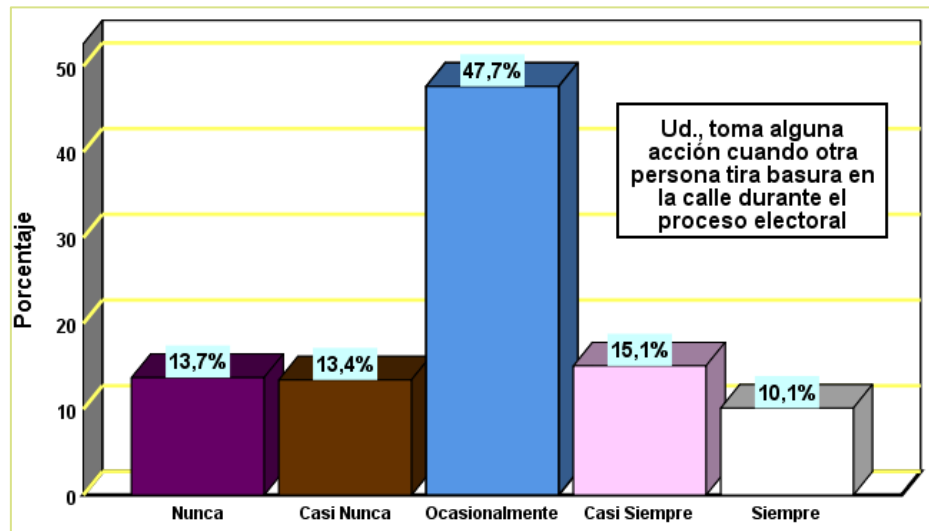
Se aprecia en la tabla 42 y gráfico 42, que el 27,1% de los entrevistados manifestaron que, nunca y casi nunca toman alguna acción cuando otra persona tira basura en la calle durante el proceso electoral. También se aprecia que el 25,2% casi siempre y siempre los entrevistados toman acciones cuando las personas tiran basura en la calle durante el proceso electoral, y por otro lado el 47,7% ocasionalmente toma acciones.

**Tabla 42 Acciones tomadas cuando las personas tiran basura en la calle, durante el proceso electoral**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	50	13,7	13,7
Casi Nunca	49	13,4	27,1
Ocasionalmente	174	47,7	74,8
Casi Siempre	55	15,1	89,9
Siempre	37	10,1	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 42 Acciones tomadas cuando las personas tiran basura en la calle durante el proceso electoral**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.4.2 Acciones de tipo solidario

Se aprecia consecutivamente los resultados correspondientes a las acciones de tipo solidario.

##### 4.2.4.2.1 Donación de alimentos o medicina, a alguna institución o persona durante el proceso electoral.

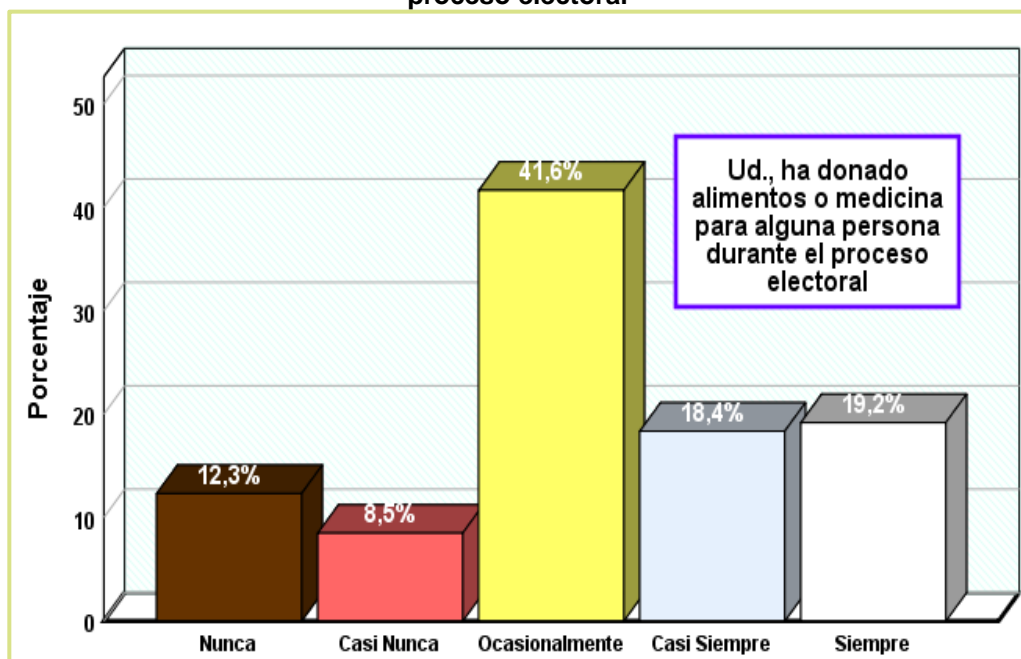
El 20,8% de los electores manifestaron que entre nunca y casi nunca ha donado alimentos o medicina, a alguna persona durante el proceso electoral, mientras que el 18,4% expresaron que casi siempre, y el 19,2% siempre, han donado alimentos o medicina. Por otro lado, el 41,6% señaló que ocasionalmente han donado alimentos o medicina, a alguna persona durante el proceso electoral. Estos resultados mencionados se aprecian en la tabla 43 y gráfico 43 a continuación.

**Tabla 43 Donación de alimentos, o medicina a alguna persona durante el proceso electoral**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	45	12,3	12,3
Casi Nunca	31	8,5	20,8
Ocasionalmente	152	41,6	62,5
Casi Siempre	67	18,4	80,8
Siempre	70	19,2	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
 Elaboración: Propia

**Gráfico 43 Donación de alimentos, o medicina, a alguna persona durante el proceso electoral**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
 Elaboración: Propia

#### 4.2.4.2.2 Donación de dinero a alguna institución u organización social

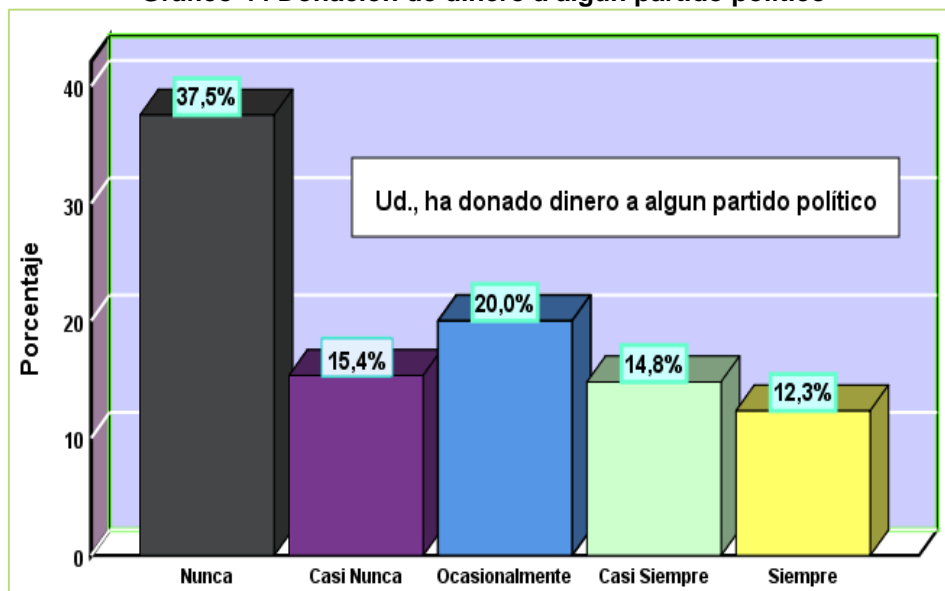
El 52,9% de los electores expresaron que entre nunca y casi nunca han donado dinero a algún partido político, mientras que el 14,8% señaló que casi siempre, seguido del 12,3% que indicaron que siempre han donado dinero. Por otro lado, solo el 20% de los entrevistados indicaron que ocasionalmente han donado dinero a algún partido político. Estos resultados mencionados se aprecian en la tabla 44 y gráfico 44 a continuación.

**Tabla 44 Donación de dinero a algún partido político**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	137	37,5	37,5
Casi Nunca	56	15,4	52,9
Ocasionalmente	73	20,0	72,9
Casi Siempre	54	14,8	87,7
Siempre	45	12,3	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 44 Donación de dinero a algún partido político**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.4.3 Acciones de convivencia básica social

Finalmente se observa los resultados correspondientes a las acciones de convivencia básica social.

##### 4.2.4.4.1 Recaudación de fondos para contribuir a algún partido político

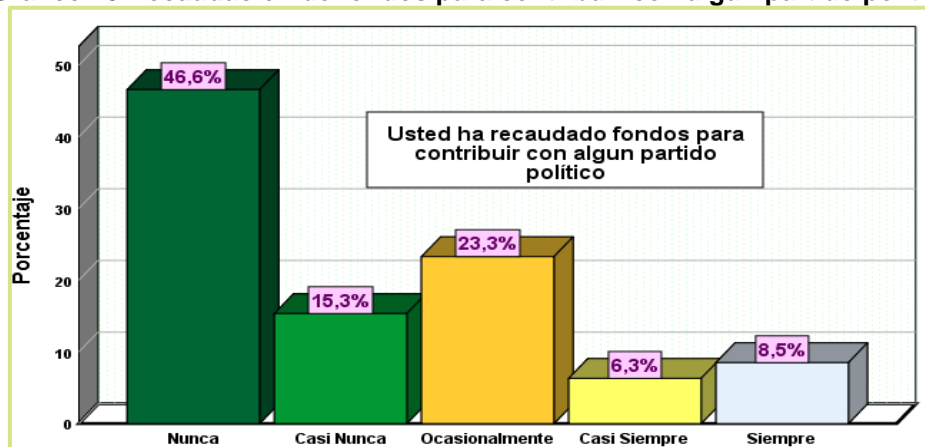
Se observa que el 61,9% de los electores entrevistados en Lima, indicaron que, nunca y casi nunca han recaudado fondos para contribuir con algún partido político, mientras que por otro lado el 14,8% expresó que casi siempre y siempre contribuyen con algún partido político. Solo el 23,3% de los entrevistados señalaron que ocasionalmente han recaudado fondos para contribuir con algún partido político.

**Tabla 45 Recaudación de fondos para contribuir con algún partido político**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	170	46,6	46,6
Casi Nunca	56	15,3	61,9
Ocasionalmente	85	23,3	85,2
Casi Siempre	23	6,3	91,5
Siempre	31	8,5	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 45 Recaudación de fondos para contribuir con algún partido político**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia



#### 4.2.4.4 Resumen de conductas de participación cívica.

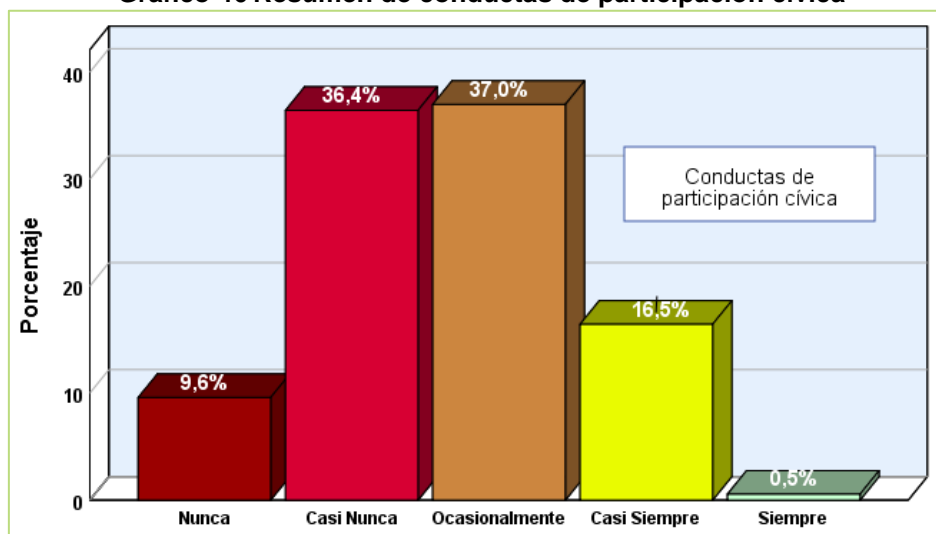
Para finalizar se aprecia en la tabla 46 y gráfico 46 que el 46% de los electores entrevistados expresaron que nunca y casi nunca manifiestan conductas de participación cívica, mientras que el 17% manifestó que casi siempre y siempre manifiestan conductas cívicas. El 37% consideró que ocasionalmente manifiesta conductas de participación cívica.

**Tabla 46 Resumen de conductas de participación cívica**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	35	9,6	9,6
Casi Nunca	133	36,4	46
Ocasionalmente	135	37,0	83,0
Casi Siempre	60	16,5	99,5
Siempre	2	0,5	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 46 Resumen de conductas de participación cívica**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

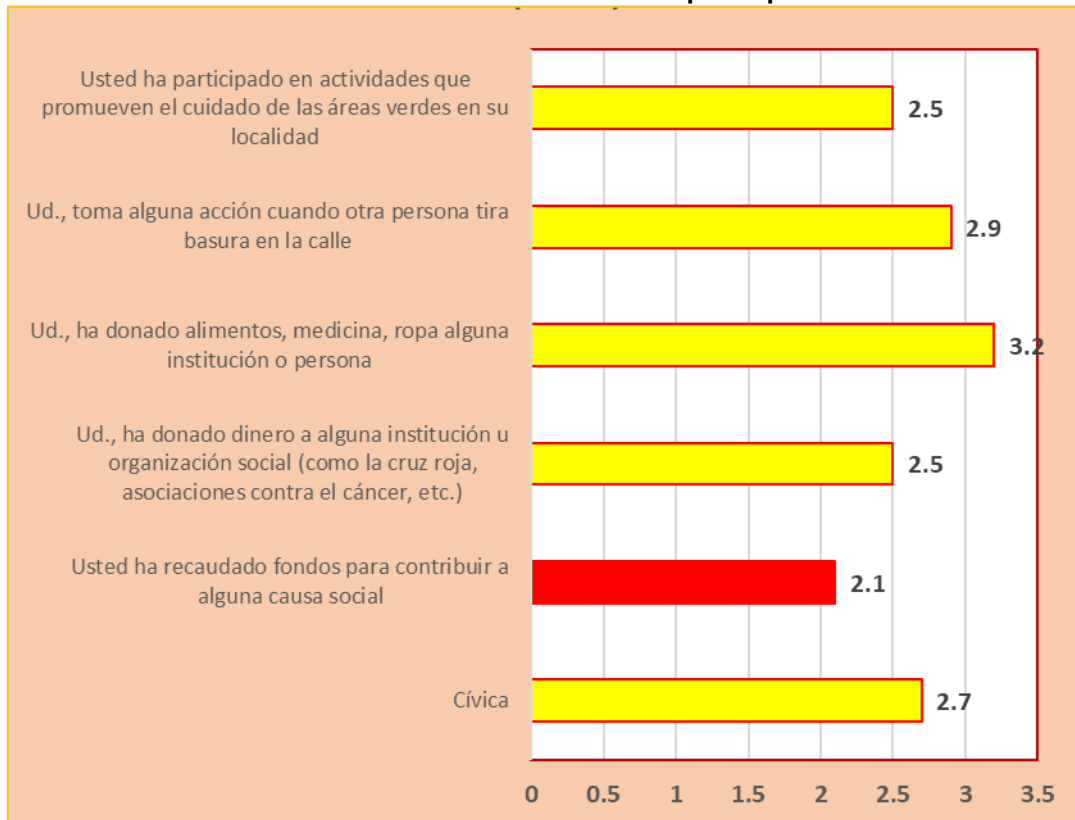
Se elaboró la tabla 47 y gráfico 47 donde se presenta el promedio general de 2,7 en las conductas de participación cívica con un valor cualitativo de ocasionalmente.

**Tabla 47 Promedio de las conductas de participación cívica**

Usted ha participado en actividades que promueven el cuidado de las áreas verdes en su localidad durante el proceso electoral	2,5	Ocasionalmente
Ud., toma alguna acción cuando otra persona tira basura en la calle durante el proceso electoral	2,9	Ocasionalmente
Ud., ha donado alimentos o medicina a alguna persona durante el proceso electoral	3,2	Ocasionalmente
Ud., ha donado dinero a algún partido político	2,5	Ocasionalmente
Usted ha recaudado fondos para contribuir a algún partido político	2,1	Casi nunca
<b>Cívica</b>	<b>2,7</b>	<b>Ocasionalmente</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 47 Promedio de las conductas de participación cívica**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.2.5 Resumen de las conductas de participación.

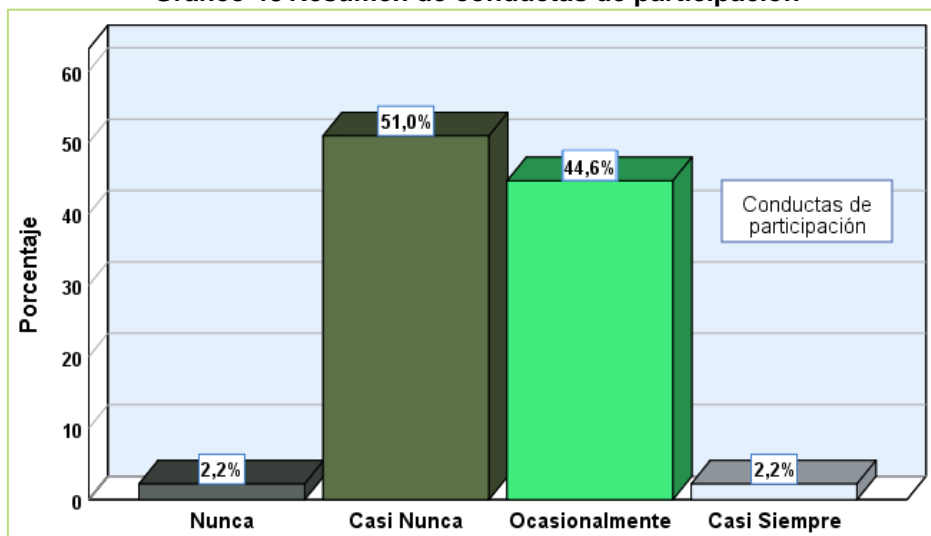
Para culminar se presenta los resultados de manera general de las conductas de participación observándose en la tabla 48, y gráfico 48 que, el **53,2%** de los entrevistados en Lima, expresaron que nunca y casi nunca manifiestan conductas de participación, mientras que, por otro lado, el 2,2% manifestó que casi siempre presentan conductas de participación. También se aprecia en la tabla 49 que, 44,7% de los electores notaron que ocasionalmente expresan conductas de participación.

**Tabla 48 Resumen de conductas de participación**

Valor cualitativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	8	2,2	2,2
Casi Nunca	199	51,0	53,2
Ocasionalmente	150	44,6	97,8
Casi Siempre	8	2,2	100,0
Total	365	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 48 Resumen de conductas de participación**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

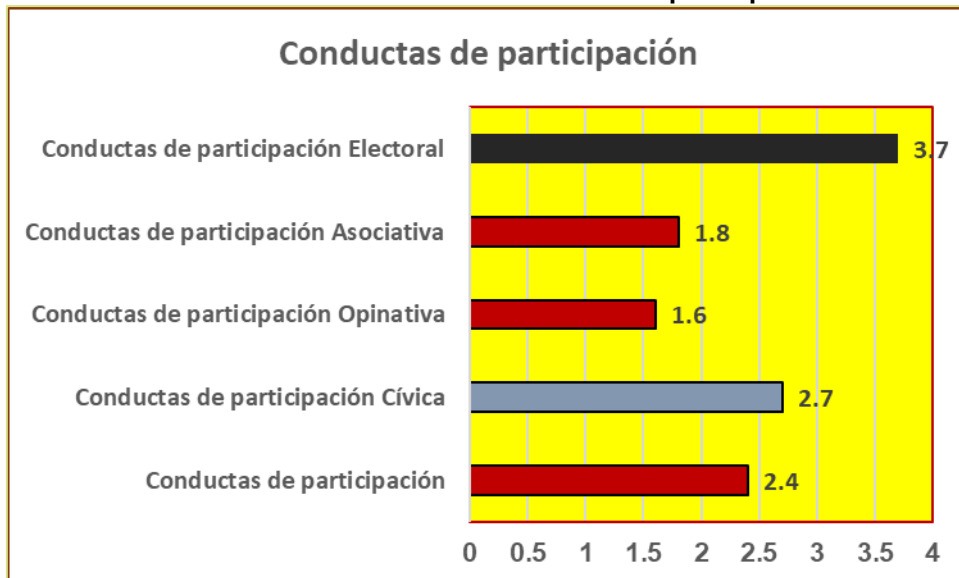
En la tabla 49 se aprecia los resultados correspondientes a las dimensiones de las conductas de participación, encontrándose un promedio general de 2,4 con un valor cualitativo de casi nunca lo que quiere decir que los electores casi nunca manifiestan conductas de participación.

**Tabla 49 Resumen de las conductas de participación**

Conductas de participación Electoral	3,7	Casi siempre
Conductas de participación Asociativa	1,8	Casi nunca
Conductas de participación Opinativa	1,6	Casi nunca
Conductas de participación Cívica	2,7	Ocasionalmente
Conductas de participación	2,4	Casi nunca

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residienciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 49 Resumen de las conductas de participación**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residienciados en Lima  
Elaboración: Propia

### 4.3 Conductas de participación y su asociación con las estrategias electorales.

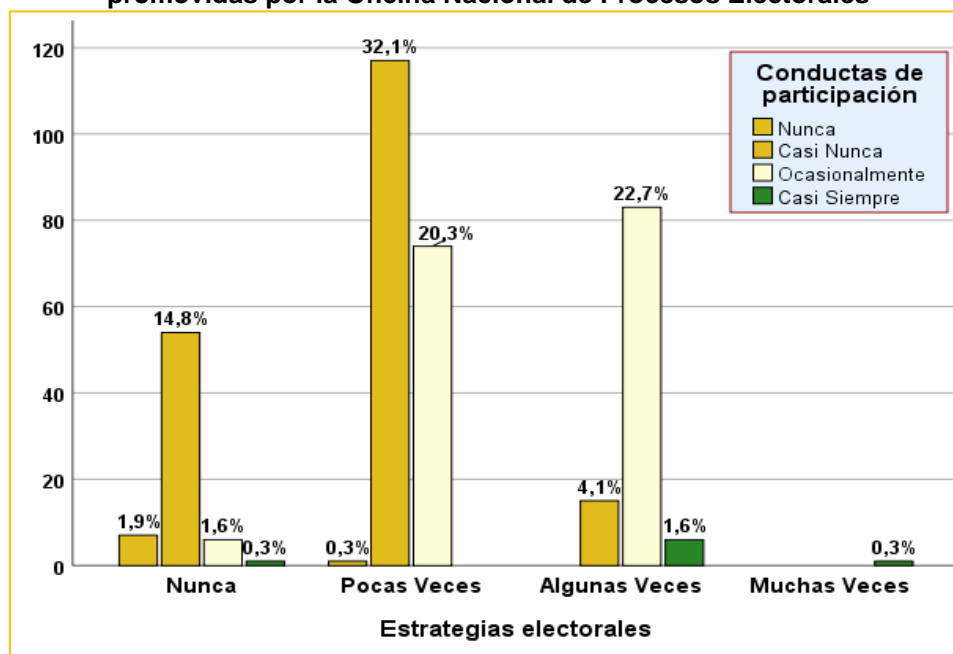
En la tabla 50 y gráfico 50, se puede observar la relación entre las conductas de participación y las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, arrojando que, el 71,2% de los electores expresan que nunca o pocas veces la Oficina Nacional de Procesos Electorales y partidos políticos utilizan estrategias electorales. Sin embargo, el 46,9% de los electores mantiene entre ocasionalmente y casi siempre conductas de participación.

**Tabla 50 Conductas de participación y su asociación con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales**

		Conductas de participación				Total	
		Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre		
Estrategias electorales	Nunca	Recuento	7	54	6	1	68
		% del total	1,9%	14,8%	1,6%	0,3%	18,6%
	Pocas Veces	Recuento	1	117	74	0	192
		% del total	0,3%	32,1%	20,3%	0,0%	52,6%
	Algunas Veces	Recuento	0	15	83	6	104
		% del total	0,0%	4,1%	22,7%	1,6%	28,5%
	Muchas Veces	Recuento	0	0	0	1	1
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%
	Total	Recuento	8	186	163	8	365
		% del total	2,2%	51,0%	44,7%	2,2%	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 50 Conductas de participación y su asociación con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

Estos resultados de la relación entre las conductas de participación y las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, se puede apreciar en la tabla 51, que, el  $p\text{-valor} = 0.000 < \alpha 0,05$ , por lo que, se puede afirmar que existe una asociación muy significativa, entre las conductas de participación y las estrategias electorales.

**Tabla 51 Chi cuadrado de las Conductas de participación y su asociación con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	171,891 <sup>a</sup>	9	,000
Razón de verosimilitud	144,253	9	,000
Asociación lineal por lineal	110,732	1	,000
N de casos válidos	365		

a. 10 casillas (62.5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .02.

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

### 4.3.1 Conductas de participación electoral y su asociación con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019.

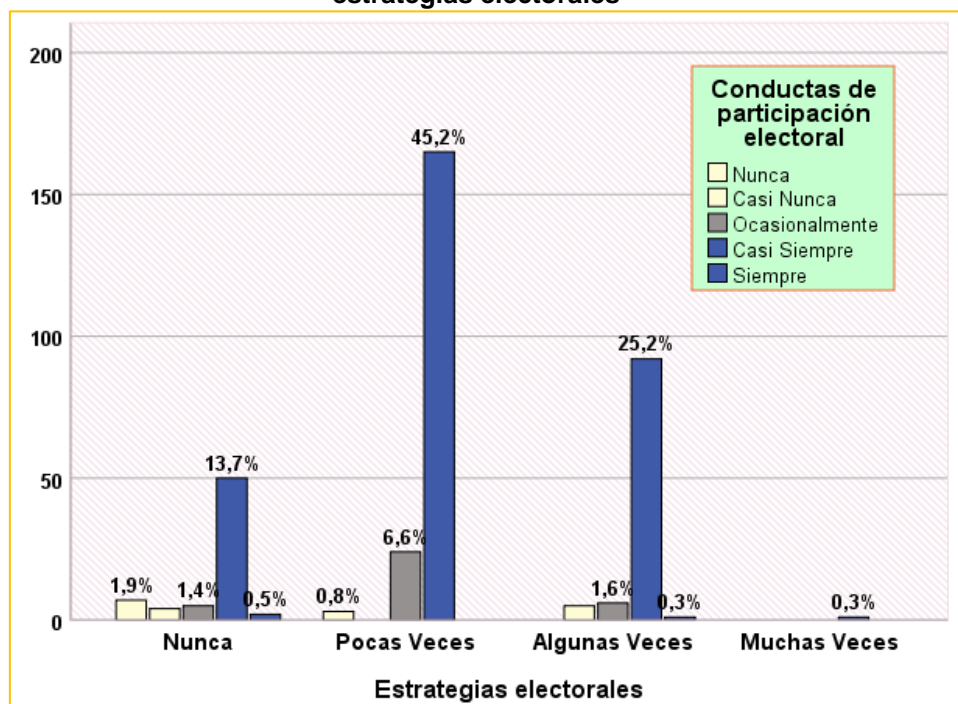
Se puede observar en la tabla 50 y gráfico 50 la relación entre las conductas de participación electoral y las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, presentándose que, el 71,2% de los electores manifestaron que nunca o pocas veces la Oficina Nacional de Procesos Electorales y partidos políticos utilizan estrategias electorales. Sin embargo, el 85,2% de los electores mantiene casi siempre y siempre conductas de participación electoral.

**Tabla 52 Conductas de participación electoral y su asociación con las estrategias electorales**

		Conductas de participación electoral					Total	
		Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre		
Estrategias electorales	Nunca	Recuento	7	4	5	50	2	68
		% del total	1,9%	1,1%	1,4%	13,7%	0,5%	18,6%
	Pocas Veces	Recuento	3	0	24	165	0	192
		% del total	0,8%	0,0%	6,6%	45,2%	0,0%	52,6%
	Algunas Veces	Recuento	0	5	6	92	1	104
		% del total	0,0%	1,4%	1,6%	25,2%	0,3%	28,5%
	Muchas Veces	Recuento	0	0	0	1	0	1
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%
	Total	Recuento	10	9	35	308	3	365
		% del total	2,7%	2,5%	9,6%	84,4%	0,8%	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 51 Conductas de participación electoral y su asociación con las estrategias electorales**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

La relación entre las conductas de participación electoral y las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, se puede apreciar en la tabla 53, que, el  $p\text{-valor} = 0.000 < \alpha 0,05$ , por lo que, se puede afirmar que existe una asociación muy significativa, entre las conductas de participación electoral y las estrategias electorales.

**Tabla 53 Chi cuadrado de las conductas de participación electoral y su asociación con las estrategias electorales**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	38,598 <sup>a</sup>	12	,000
Razón de verosimilitud	39,458	12	,000
Asociación lineal por lineal	9,267	1	,002
N de casos válidos	365		

a. 13 casillas (65.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .01.

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia



### 4.3.2 Conductas de participación asociativa y su relación con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019.

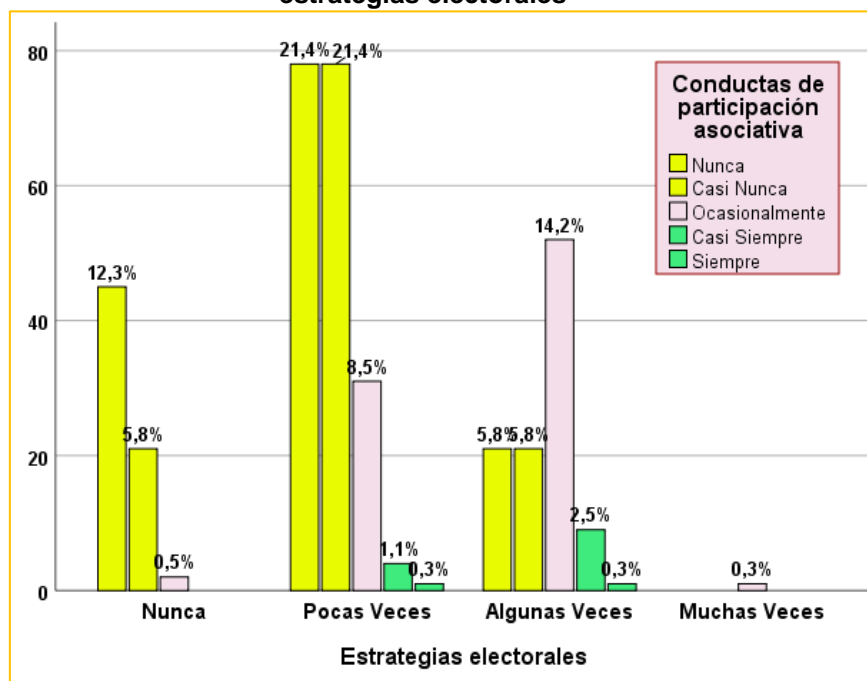
En las relaciones alcanzadas entre las conductas de participación asociativa y las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, se presenta que, el 71,2% de los electores manifestaron que nunca o pocas veces la Oficina Nacional de Procesos Electorales y partidos políticos utilizan estrategias electorales. Sin embargo, el 27,7% de los electores mantiene ocasionalmente, casi siempre y siempre conductas de participación asociativa.

**Tabla 54 Conductas de participación asociativa y su relación con las estrategias electorales**

		Conductas de participación asociativa					Total	
		Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre		
Estrategias electorales	Nunca	Recuento	45	21	2	0	0	68
		% del total	12,3%	5,8%	0,5%	0,0%	0,0%	18,6%
	Pocas Veces	Recuento	78	78	31	4	1	192
		% del total	21,4%	21,4%	8,5%	1,1%	0,3%	52,6%
	Algunas Veces	Recuento	21	21	52	9	1	104
		% del total	5,8%	5,8%	14,2%	2,5%	0,3%	28,5%
	Muchas Veces	Recuento	0	0	1	0	0	1
		% del total	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,3%
	Total	Recuento	144	120	86	13	2	365
		% del total	39,5%	32,9%	23,6%	3,6%	0,5%	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 52 Conductas de participación asociativa y su relación con las estrategias electorales**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

Los resultados logrados de la relación entre las conductas de participación asociativa y las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, se puede apreciar en la tabla 55, que, el  $p\text{-valor} = 0.000 < \alpha 0,05$ , por lo que, se puede afirmar que existe una asociación muy significativa, entre las conductas de participación y las estrategias electorales.

**Tabla 55 Chi cuadrado de las conductas de participación asociativa y su relación con las estrategias electorales**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	93,555 <sup>a</sup>	12	,000
Razón de verosimilitud	94,999	12	,000
Asociación lineal por lineal	70,547	1	,000
N de casos válidos	365		

a. 10 casillas (50.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .01.

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

### 4.3.3 Conductas de participación opinativa y su asociación con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019.

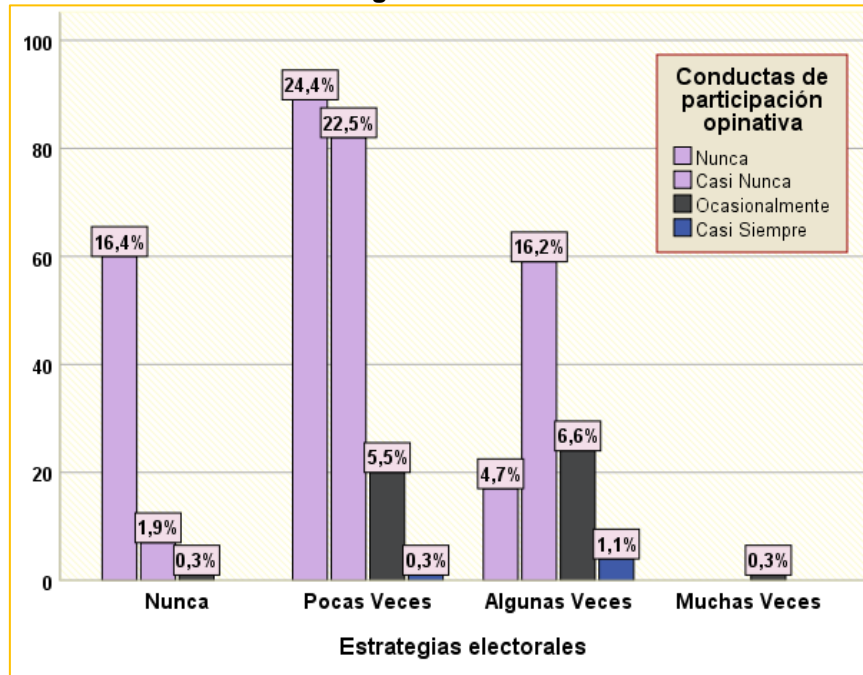
Se puede notar en la tabla 56 y gráfico 53 entre las conductas de participación opinativa y las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, que, el 71,2% de los electores manifestaron que nunca o pocas veces la Oficina Nacional de Procesos Electorales y partidos políticos utilizan estrategias electorales. Sin embargo, el 14% de los electores mantiene ocasionalmente, y casi siempre conductas de participación opinativa.

**Tabla 56 Conductas de participación opinativa y su asociación con las estrategias electorales**

		Conductas de participación opinativa				Total	
		Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre		
Estrategias electorales	Nunca	Recuento	60	7	1	0	68
		% del total	16,4%	1,9%	0,3%	0,0%	18,6%
	Pocas Veces	Recuento	89	82	20	1	192
		% del total	24,4%	22,5%	5,5%	0,3%	52,6%
	Algunas Veces	Recuento	17	59	24	4	104
		% del total	4,7%	16,2%	6,6%	1,1%	28,5%
	Muchas Veces	Recuento	0	0	1	0	1
		% del total	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%
	Total	Recuento	166	148	46	5	365
		% del total	45,5%	40,5%	12,6%	1,4%	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 53 Conductas de participación opinativa y su asociación con las estrategias electorales**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

Se puede observar en la tabla 57 la relación entre las conductas de participación opinativa y las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, se puede apreciar que, el  $p\text{-valor} = 0.000 < \alpha 0,05$ , por lo que, se puede afirmar que existe una asociación muy significativa, entre las conductas de participación opinativa y las estrategias electorales.

**Tabla 57 Chi cuadrado de las conductas de participación opinativa y su asociación con las estrategias electorales**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	99,062 <sup>a</sup>	9	,000
Razón de verosimilitud	104,665	9	,000
Asociación lineal por lineal	81,373	1	,000
N de casos válidos	365		

a. 7 casillas (43.8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .01.

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

#### 4.3.4 Conductas de participación cívica y su asociación con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima 2019.

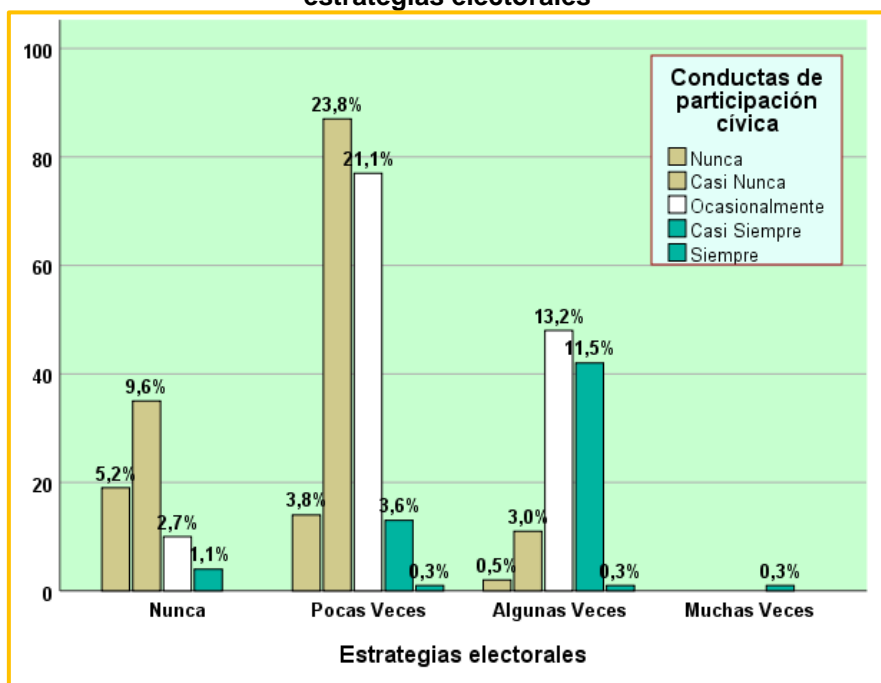
Para finalizar se observa en la tabla 58 y gráfico 54 las relaciones logradas entre las conductas de participación cívica y las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, donde se presenta que, el 71,2% de los electores manifestaron que nunca o pocas veces la Oficina Nacional de Procesos Electorales y partidos políticos utilizan estrategias electorales. Mientras que, el 53,9% de los electores mantiene ocasionalmente, casi siempre y siempre conductas de participación cívica.

**Tabla 58 Conductas de participación cívica y su asociación con las estrategias electorales**

			Conductas de participación cívica					Total
			Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre	
Estrategias electorales	Nunca	Recuento	19	35	10	4	0	68
		% del total	5,2%	9,6%	2,7%	1,1%	0,0%	18,6%
	Pocas Veces	Recuento	14	87	77	13	1	192
		% del total	3,8%	23,8%	21,1%	3,6%	0,3%	52,6%
	Algunas Veces	Recuento	2	11	48	42	1	104
		% del total	0,5%	3,0%	13,2%	11,5%	0,3%	28,5%
	Muchas Veces	Recuento	0	0	0	1	0	1
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%
	Total	Recuento	35	133	135	60	2	365
		% del total	9,6%	36,4%	37,0%	16,4%	0,5%	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

**Gráfico 54 Conductas de participación cívica y su asociación con las estrategias electorales**



Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

Para finalizar se calculó mediante la prueba del chi cuadrado las relaciones entre las conductas de participación cívica y las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, donde se puede apreciar en la tabla 59, que, el  $p\text{-valor} = 0.000 < \alpha 0,05$ , por lo que, se puede afirmar a continuación que existe una asociación muy significativa, entre las conductas de participación cívica y las estrategias electorales.

**Tabla 59 Chi cuadrado de las Conductas de participación cívica y su asociación con las estrategias electorales**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	128,352 <sup>a</sup>	12	,000
Razón de verosimilitud	125,562	12	,000
Asociación lineal por lineal	96,242	1	,000
N de casos válidos	365		

a. 8 casillas (40.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .01.

Fuente: Cuestionario aplicado a los 365 electores residenciados en Lima  
Elaboración: Propia

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

En la presente investigación para el 54,8% de los electores, entre nunca y pocas veces han participado difundiendo información electoral a través de medios impresos como panfletos o volantes. Por su parte, (Cuevas, 2013) en su tesis "Participación política y percepción de la democracia de las mujeres en el área metropolitana de Monterrey, Nuevo León, México", en resumen, presentó lo siguiente:

"El 50% de las encuestadas establece nunca realizar esta actividad de activación del voto a favor de un candidato que le sea conveniente. El 36 % se posiciona en un poco o nada en cuanto a la realización de esta actividad de influencia en momentos electorales, esta baja actividad de las ciudadanas muestra la poca influencia que ejercen en otros para el ejercicio del voto; además que es una actividad que tiene poco interés para su ejercicio, tal vez por no ser una característica perteneciente al rol y posición de influencia de la mujer en el ámbito familiar".

Se pueden apreciar similitudes entre ambas investigaciones, puesto que, entre 50% y 54,8%, nunca realizan actividades de difusión electoral, es decir, no influyen en la decisión de otros electores.

Por otro lado, de los electores entrevistados que, ocasionalmente ha preferido abstenerse para las elecciones es el 17,8%. Por su parte, (Gómez, 2016) en su investigación "Participación Electoral de los Estudiantes de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez" encontró que:

“Las elecciones anteriores registraron en la encuesta 40.1% de votos, contra 46.7% de abstención”

Se puede apreciar grandes diferencias entre ambas investigaciones, por haberse encontrado en la presente investigación el 17,8% de abstención, sin embargo, en lo encontrado por (Gómez, 2016), existe mayor atención con el 46,7%.

De los electores entrevistados que nunca y casi nunca, participan en manifestaciones, plantones, marchas, o protestas por el incumplimiento en las ofertas electorales, suman entre ambos el 70,7%. Por otro lado, (Cuevas, 2013) en su tesis “Participación política y percepción de la democracia de las mujeres en el área metropolitana de Monterrey, Nuevo León, México”, encontró que:

“No existe interés por participar en marchas o plantones, ni en el establecimiento de mantas en realidad establecer una postura en contra de una decisión gubernamental no existe, esto en congruencia con los números expresados en las respuestas de las neolonesas quienes responden en un 76.6% no realizar estas actividades nunca”

Se pueden apreciar ciertas similitudes en ambas investigaciones puesto que, entre el 70,7%, y 76,6% casi nunca y nunca, participan en manifestaciones, plantones, marchas, o protestas por el incumplimiento en las ofertas electorales.



En cuanto a las conductas de participación cívica, los que nunca y casi nunca manifiestan conductas de participación cívica, presentaron un total de 46% de electores. En la investigación desarrollada por (González, 2017) titulada “Nivel de participación ciudadana de los pobladores del Distrito de San Martín de Porres”, se encontró lo siguiente:

“Sobre la percepción de los pobladores sobre la participación cívica en el nivel de participación ciudadana del distrito de San Martín de Porres, el 58.22% de los pobladores perciben poca participación del nivel de participación ciudadana del distrito de San Martín de Porres, mientras que el 9.40% de los mismos perciben mucha participación del nivel de participación ciudadana de los pobladores del distrito de San Martín de Porres. El 32,38% Nada de participación”.

Se puede observar que, existe un gran porcentaje de poca participación cívica, en ambas investigaciones, encontrándose que, en la presente investigación, el 46% de los electores entrevistados expresaron que nunca y casi nunca manifiestan conductas de participación cívica, y en lo encontrado por (González, 2017), el 58.22% de los pobladores perciben poca participación del nivel de participación ciudadana del distrito de San Martín de Porres.

En cuanto a los electores que ocasionalmente manifiestan conductas de participación asociativa, es el 23,6%. Por su parte, (Cutimbo, 2016) en su investigación encontró que:

“En la dimensión asociativa, 79 mujeres, que representan el 52,7% del conjunto, se ubican en la categoría de participación ocasional. Por otro lado, un grupo de 69 mujeres, que representan el 46% del total, no supera la categoría de participación inusual. En contraste, sólo dos mujeres, que representan apenas el 1,3% del conjunto, evidencian una participación frecuente”.

En la presente investigación, el 23,6% consideró que ocasionalmente manifiestan conductas de participación asociativa, a diferencia de lo encontrado por (Cutimbo, 2016), donde, en la dimensión asociativa, el 52,7% del conjunto, se ubican en la categoría de participación ocasional.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** Existe asociación muy significativa entre las conductas de participación y las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos. Para el 71,2% de los electores, la Oficina Nacional de Procesos Electorales y partidos políticos, entre nunca y pocas veces, utilizan estrategias electorales. Sin embargo, el 46,9% de los electores mantiene entre ocasionalmente y casi siempre mantienen conductas de participación.

**SEGUNDA:** Existe relación muy significativa, entre las conductas de participación electoral y las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos. El 85,2% de los electores mantiene casi siempre y siempre conductas de participación electoral.

**TERCERA:** Existe asociación muy significativa, entre las conductas de participación asociativa y las estrategias electorales, y partidos políticos. El 28% de los electores mantiene ocasionalmente, casi siempre y siempre conductas de participación asociativa. El 72% entre nunca y casi nunca mantiene la conducta de participación asociativa.

**CUARTA:** Existe asociación muy significativa, entre las conductas de participación opinativa y las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos. El 14% de los electores mantiene ocasionalmente, y casi siempre conductas de participación opinativa. El 86% de los electores entre nunca y casi nunca, mantiene conductas de participación opinativa.

**QUINTA:** Existe asociación muy significativa, entre las conductas de participación cívica y las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos. El 53,9% de los electores mantiene ocasionalmente, casi siempre y siempre conductas de participación cívica.

## RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** A las autoridades de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, se les recomienda, mejorar las estrategias electorales, con la finalidad de que las conductas de participación puedan mejorar, a través de las siguientes acciones:

- Ofrecer información electoral a través de medios impresos como panfletos, volantes, pancartas o afiches
- Invitar a los electores a participar difundiendo información electoral a través de medios impresos como panfletos o volantes
- Brindar el traslado a los centros de votación, a las personas que tengan alguna incapacidad
- Invitar a los electores a participar en las votaciones, a través de llamadas telefónicas, enviar mensajes de texto, y correo electrónico, así como también, explicar la importancia de su participación en las elecciones
- Promover la participación electoral, organizando eventos recreativos.
- Invitar a los electores, a participar en la simulación de elecciones.
- Promover campañas para incentivar la participación ciudadana
- Ofrecer programas de educación ciudadana

**SEGUNDA:** Siendo que, las estrategias electorales, tienen relación con la participación electoral, a las autoridades de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, se les recomienda, mejorar la participación electoral, incentivando a los electores a participar de manera voluntaria en las elecciones presidenciales, del

congreso, de gobernadores, y alcaldes, de esta manera, reduciría la abstención.

**TERCERA:** A las autoridades de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, se les recomienda promover la participación de los electores en actividades asociativas o reuniones de algún partido político, y a solicitar información sobre los programas de gobierno, a las autoridades. De esta manera se estaría mejorando la participación asociativa.

**CUARTA:** A las autoridades de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, se les recomienda, promover el conocimiento de derechos y deberes, a los electores, de esta manera se estaría incrementando las conductas opinativas, a través de su participación pública, o reclamar a los partidos políticos que incumplan con sus promesas.

**QUINTA:** Por haberse encontrado que, las conductas de participación cívica están relacionadas con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, a las autoridades de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, se les recomienda, promover la participación en actividades relacionadas con el cuidado de las áreas verdes en su localidad, incentivar a las personas a que no tiren basura en la calle, promover la donación de alimentos o medicinas, durante los procesos electorales.

## REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS

- Abero, L., Berardi, L., Capocasale, A., García, S., & Rojas, R. (2015). Investigación Educativa. Uruguay: CLACSO.
- Asociación Civil Transparencia. (2006). Comunicación política en campañas electorales (Agora Democrática ed.).
- Bedoya, J., Escobar, J., Sánchez, A., & Nieto, F. (2019). Estudios sobre comportamiento electoral, ¿qué explica la participación en las urnas? Un estado del arte. Estudios Políticos, pp. 177-198. Obtenido de <https://www.academia.edu/38301399>
- Congreso de la República. (1997). Ley Orgánica de Elecciones. Ley N° 26859. Lima. Obtenido de <http://pdba.georgetown.edu/Electoral/Peru/leyelecciones.pdf>
- Cuevas, V. (2013). Participación política y percepción de la democracia de las mujeres en el área metropolitana de Monterrey, Nuevo León, México. Tesis, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN, México. Obtenido de <http://eprints.uanl.mx/3334/1/1080256858.pdf>
- Cutimbo, G. (2016). La intensidad ética y la participación ciudadana en mujeres del Distrito de Moquegua, 2015. Tesis, UNIVERSIDAD NACIONAL DE MOQUEGUA, MOQUEGUA – PERÚ. Obtenido de [http://repositorio.unam.edu.pe/bitstream/handle/UNAM/16/T\\_095\\_46594195\\_T.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.unam.edu.pe/bitstream/handle/UNAM/16/T_095_46594195_T.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Durán, C. (2015). Aspectos interventores en la participación política y electoral de jóvenes. Una reflexión sobre la información, interacción y difusión de contenidos

- en redes sociales para futuras investigaciones en Santander. *Desafíos*, 27(1), 47-81. Obtenido de <https://revistas.urosario.edu.co/xml/3596/359638976003/html/index.html>
- Gómez, H. (2016). Participación Electoral de los Estudiantes de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Tesis, México. Obtenido de <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2017/08/TESIS-G%C3%B3mez-Dom%C3%ADnguez-H%C3%A9ctor-Daniel.pdf>
- González, R. (2017). Nivel de participación ciudadana de los pobladores del distrito de San Martín de Porres. Tesis, Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8835/Gonz%C3%A1lez\\_F\\_R.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8835/Gonz%C3%A1lez_F_R.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hevia, F., & Vergara, S. (2011). ¿Cómo medir la participación? Creación, validación y aplicación del Cuestionario Conductas de Participación (Primera ed.). (N. V. Lope, Ed.) México: CIESAS - INDESOL.
- Jaramillo, C., Delgado, R., Julcarima, G., Tuñón, G., & Feierherd, G. (2019). Sanciones, multas y abstencionismo electoral en el Perú. Tres estudios sobre participación electoral y voto obligatorio (Primera ed.). Lima: Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE).
- Jurado Nacional de Elecciones. (2018). Estadísticas del Padrón Electoral. DIRECCIÓN DE REGISTROS, ESTADÍSTICA Y DESARROLLO TECNOLÓGICO, Lima.



Obtenido de [https://portal.jne.gob.pe/portal\\_documentos/files/ec47d996-961a-41b6-8aad-abf3d0ab8f11.pdf](https://portal.jne.gob.pe/portal_documentos/files/ec47d996-961a-41b6-8aad-abf3d0ab8f11.pdf)

Martínez, E., García, L., & Pico, H. (2016). Participación política y capital social en el nivel subnacional de Colombia -estudio de caso del Departamento de Cundinamarca. *Reflexión Política*, 18(35), pp. 84-97. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/110/11046399008.pdf>

Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE). (2019). Servicios/ Educación Electoral / Los Programas. Obtenido de <http://www.onpe.gob.pe:>  
<http://www.onpe.gob.pe/servicios/educacion-electoral/programas-edu/>

Oficina Nacional de Procesos Electorales. (2019). SERVICIOS / EDUCACIÓN ELECTORAL / ¿EN QUÉ CONSISTE? Obtenido de ONPE: <http://www.onpe.gob.pe/servicios/educacion-electoral/>

ONPE. (2018). Elecciones Regionales y Municipales Octubre 2018. Guía Informativa, Oficina Nacional de Procesos Electorales, Lima.

Pérez, J. (22 de 07 de 2019). Seguridad Política: Participación política, cuotas electorales, retos y desafíos. *Mundo Electoral*. Obtenido de <https://revistamundoelectoral.com/articulo-nacional/el-sistema-penal-acusatorio/>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2017). Promoviendo la participación electoral. Programa de Gobernabilidad Democrática, Chile. Obtenido de [https://www.undp.org/content/dam/chile/docs/gobernabilidad/undp\\_cl\\_gobernabilidad-texto-Guia-Buenas-Practicas-Elec.pdf](https://www.undp.org/content/dam/chile/docs/gobernabilidad/undp_cl_gobernabilidad-texto-Guia-Buenas-Practicas-Elec.pdf)

- Red de conocimientos electorales. (2019). Administración electoral, Panorama General . Administración electoral. Obtenido de <http://aceproject.org/aces/topics/em/em20>
- Red de conocimientos electorales. (2019). Electores. Integridad Electoral. Obtenido de <http://aceproject.org/main/espanol/ei/eif04.htm>
- Red de Conocimientos electorales. (2019). Participación Política. Partidos y Candidatos. Obtenido de <http://aceproject.org/main/espanol/pc/pc24.htm>
- República del Perú. (2019). Constitución Política del Perú 1993. Lima: Congreso de la República. Obtenido de <http://www.congreso.gob.pe/Docs/files/constitucion/Constitucion-politica-08-04-19.pdf>
- Rojas, M. (2018). Nuestra Decisión, Nuestro Voto. Guía para electoras y electores críticos. Perú: Fundación Friedrich Ebert (FES) Perú. Obtenido de <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/peru/14701.pdf>
- Santisteban, R. (2009). Principios de psicometría. Madrid, España: Síntesis. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/426608053/Principios-de-psicometria-Carmen-Santisteban-Requena-1-pdf>
- Soto, I., & Cortez, W. (2014). Determinantes de la participación electoral en México. Estudios Sociológicos, XXXII(95), pp. 323-353. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/598/59840008004.pdf>
- Tamayo, M. (2003). El proceso de la Investigación Científica (Cuarta ed.). Mexico: Editorial LIMUSA, S.A.

Toledo, Y. (2013). Educación y Participación Política: Influencia de las políticas públicas en el currículum de la formación ciudadana, a partir de la Reforma Educacional de 1998. Santiago, Chile. Obtenido de [http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/115799/toledo\\_yessenia.pdf?sequence=1](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/115799/toledo_yessenia.pdf?sequence=1)

## ANEXO 1: CUESTIONARIO CONDUCTAS Y ESTRATEGIAS DE PARTICIPACIÓN ELECTORAL

### Presentación. -

El cuestionario tiene por objetivo determinar cómo las conductas de participación se asocian con las estrategias electorales promovidas por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, y partidos políticos, Lima. Los datos suministrados solo serán tomados para fines académicos, guardando el anonimato de vuestras respuestas.

### Datos Generales:

SEXO		EDAD
F	M	

### Instrucciones. -

Para cada una de ellas tendrá 5 alternativas de respuestas, de las cual debe seleccionar solo una, marcando con una (X). Se sugiere responder cada una de las afirmaciones o preguntas presentadas a continuación:

Estrategias electorales	Nunca	Pocas Veces	Algunas Veces	Muchas Veces	Siempre
1. Ud., ha recibido información electoral a través de medios impresos como panfletos, volantes, pancartas o afiches					
2. Ud., ha participado difundiendo información electoral a través de medios impresos como panfletos o volantes					
3. Ud., ha sido trasladado a centro de votación por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales					
4. Ud., ha sido trasladado a centro de votación por algún partido político					
5. Ud., ha recibido llamadas telefónicas de representantes de partidos políticos invitándole a participar en las votaciones					
6. Ud., ha recibido llamadas telefónicas de representante del ONPE invitándole a participar en las votaciones					
7. Ud., ha recibido mensajes de texto de la Oficina Nacional de Procesos Electorales invitándolo a participar en las votaciones					
8. Ud., ha recibido mensajes de texto de Partidos Políticos invitándolo a participar en las votaciones					
9. Ud., ha recibido visitas a su domicilio explicándole la importancia de su participación en las elecciones					
10. Ud., Ha recibido correos electrónicos con información referente a la importancia de la participación electoral					
11. Considera que los medios de comunicación influyen en su decisión de ir a votar					
12. Ud., ha participado en eventos recreativos organizados por la Oficina Nacional de Procesos Electorales promoviendo la participación electoral					
13. Ud., ha participado en eventos organizados por Partidos políticos promoviendo la participación electoral					

14. Considera que las campañas en redes sociales como Facebook, e Instagram influyen en la asistencia de la población en las elecciones					
15. Ud., considera que la oficina Nacional del Proceso promueve campañas para incentivar la participación ciudadana					
16. Ud., ha participado en programas de educación ciudadana promovidos por la Oficina Nacional de Procesos Electorales					
17. Ud., ha participado en las actividades para la simulación de elecciones					

<b>Conductas de participación</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi Nunca</b>	<b>Ocasionalmente</b>	<b>Casi Siempre</b>	<b>Siempre</b>
18. Ud. asiste voluntariamente a las elecciones Presidenciales y del Congreso					
19. Ud. asiste voluntariamente a las elecciones para alcaldes y Gobernadores					
20. En alguna oportunidad a preferido abstenerse para las elecciones					
21. Ud., ha solicitado información a las autoridades sobre los programas de gobierno de los partidos políticos					
22. Ud., participa en actividades o reuniones de algún partido o movimiento político					
23. Ud., participa en manifestaciones, plantones, marchas, o protestas por incumplimiento en las ofertas electorales					
24. Ud., ha manifestado quejas con respecto algún programa del gobierno no cumplido					
25. Usted ha pedido apoyo algún partido político					
26. Usted ha enviado cartas a instituciones en reclamo por algún partido político que afecte a su comunidad					
27. Usted ha participado en actividades que promueven el cuidado de las áreas verdes en su localidad durante el proceso electoral					
28. Ud., toma alguna acción cuando otra persona tira basura en la calle durante el proceso electoral					
29. Ud., ha donado alimentos o medicina alguna persona durante el proceso electoral					
30. Ud., ha donado dinero algún partido político					
31. Usted ha recaudado fondos para contribuir a algún partido político					

## ANEXO 2: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

### Informe de Juicio de Experto sobre Instrumento de Investigación

I. Datos Generales

- Título de la Investigación: "CONDUCTA DE PARTICIPACIÓN, Y SU ASOCIACIÓN CON LAS ESTRATEGIAS ELECTORALES PROMOVIDAS POR LA OFICINA NACIONAL DE PROCESO ELECTORAL, Y PARTIDOS POLÍTICOS LIMA 2019"
- Apellidos y Nombres del experto: **MARIA DEL PILAR BIGGIO PASTOR**
- Grado Académico: **BACHILER**
- Institución en la que trabaja el experto: **ONPE**
- Cargo que desempeña: **GERENTE DE INFORMACIÓN Y EDUCACION ELECTORA**
- Instrumento motivo de evaluación: Cuestionario
- Autor de instrumento: GELACIO LLONTOPE ERLITA ANGELA

• ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado, es decir libre de ambigüedades.					X
OBJETIVIDAD	Los ítems del instrumento permitirán mensurar la variable en todas sus dimensiones e indicadores en sus aspectos conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico y legal.			X		
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento traducen organicidad lógica en concordancia con la definición operacional y conceptual relacionada con las variables en todas dimensiones e indicadores, de manera que permitan hacer abstracciones e inferencias en función a los problemas y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento expresan suficiencia en cantidad y calidad.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento evidencian ser adecuados para el examen de contenido y mensuración de las evidencias inherentes.					X
CONSISTENCIA	La información que se obtendrá mediante los ítems, permitirá analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.			X		
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan coherencia entre la variable, dimensiones e indicadores.					X
METODOLOGÍA	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación.					X
PERTINENCIA	El instrumento responde al momento oportuno o más adecuado.					X
<b>SUBTOTAL</b>					2	40
<b>TOTAL</b>					4	8

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN: Es válido para su aplicación

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 4.7 Excelente

  
 Lima, 11 de octubre del 2019  
 FIRMA DEL EXPERTO  
 DNI: 10802298

## ANEXO 3: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

### Informe de Juicio de Experto sobre Instrumento de Investigación

**i. Datos Generales**

- Título de la Investigación: "CONDUCTA DE PARTICIPACIÓN, Y SU ASOCIACIÓN CON LAS ESTRATEGIAS ELECTORALES PROMOVIDAS POR LA OFICINA NACIONAL DE PROCESOS ELECTORALES, Y PARTIDOS POLÍTICOS LIMA 2019"
- Apellidos y Nombres del experto: **GISELLE ELGUERA CARBAJAL**
- Grado Académico: **BACHILLER**
- Institución en la que trabaja el experto: **ONPE**
- Cargo que desempeña: **SUB-GERENTE DE ASESORIA ELECTORAL DE GERENCIA DE ASESORIA JURIDICA ONPE**
- Instrumento motivo de evaluación: Cuestionario
- Autor de instrumento: GELACIO LLONTOP ERLITA ANGELA

**ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
<b>CLARIDAD</b>	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado, es decir libre de ambigüedades.				X	
<b>OBJETIVIDAD</b>	Los ítems del instrumento permitirán mensurar la variable en todas sus dimensiones e indicadores en sus aspectos conceptuales y operacionales.					X
<b>ACTUALIDAD</b>	El instrumento evidencia vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico y legal.					X
<b>ORGANIZACIÓN</b>	Los ítems del instrumento traducen organicidad lógica en concordancia con la definición operacional y conceptual relacionada con las variables en todas dimensiones e indicadores, de manera que permitan hacer abstracciones e inferencias en función a los problemas y objetivos de la investigación.					X
<b>SUFICIENCIA</b>	Los ítems del instrumento expresan suficiencia en cantidad y calidad.					X
<b>INTENCIONALIDAD</b>	Los ítems del instrumento evidencian ser adecuados para el examen de contenido y mensuración de las evidencias inherentes.			X		
<b>CONSISTENCIA</b>	La información que se obtendrá mediante los ítems, permitirá analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.					X
<b>COHERENCIA</b>	Los ítems del instrumento expresan coherencia entre la variable, dimensiones e indicadores.					X
<b>METODOLOGÍA</b>	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación.					X
<b>PERTINENCIA</b>	El instrumento responde al momento oportuno o más adecuado.				X	
<b>SUBTOTAL</b>					12	35
<b>TOTAL</b>					47	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN: Es válido para su aplicación

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 4.7 Excelente

Lima, 11 de octubre del 2019

  
 FIRMA DEL EXPERTO  
 DNI: 28317216  
 Giselle Elguera Carabajal

## ANEXO 4: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

### Informe de Juicio de Experto sobre Instrumento de Investigación

II. Datos Generales

- Título de la Investigación: "CONDUCTA DE PARTICIPACIÓN, Y SU ASOCIACIÓN CON LAS ESTRATEGIAS ELECTORALES PROMOVIDAS POR LA OFICINA NACIONAL DE PROCESO ELECTORAL, Y PARTIDOS POLÍTICOS LIMA 2019"
- Apellidos y Nombres del experto: **CARLOS CARDO SORIA**
- Grado Académico: **BACHILLER**
- Institución en la que trabaja el experto: **ONPE**
- Cargo que desempeña: **ABOGADO DE LA GERENCIA DE INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN ELECTORAL**
- Instrumento motivo de evaluación: Cuestionario
- Autor de instrumento: GELACIO LLONTOP ERLITA ANGELA

• ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado, es decir libre de ambigüedades.					X
OBJETIVIDAD	Los ítems del instrumento permitirán mensurar la variable en todas sus dimensiones e indicadores en sus aspectos conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico y legal.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento traducen organicidad lógica en concordancia con la definición operacional y conceptual relacionada con las variables en todas dimensiones e indicadores, de manera que permitan hacer abstracciones e inferencias en función a los problemas y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento expresan suficiencia en cantidad y calidad.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento evidencian ser adecuados para el examen de contenido y mensuración de las evidencias inherentes.					X
CONSISTENCIA	La información que se obtendrá mediante los ítems, permitirá analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan coherencia entre la variable, dimensiones e indicadores.					X
METODOLOGÍA	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación.					X
PERTINENCIA	El instrumento responde al momento oportuno o más adecuado.					X
<b>SUBTOTAL</b>					<b>8</b>	<b>40</b>
<b>TOTAL</b>						<b>48</b>

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN: Es válido para su aplicación

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 4.8 Excelente

Lima, 11 de octubre del 2019

  
 FIRMA DEL EXPERTO  
 DNI: **07201810**







**ANEXO 7: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN**

	SEXO	EDAD	Edad grupo	Ud. ha. ecib	Ud. ha. parti	Ud. ha. sido	Ud. ha. ecib	Ud. ha. ecib	Ud. ha. ecib	Ud. ha. Ha. Ha.	Ud. Ha. Ha.	Ud. Ha. Ha.	Co. sid. ra. q	Ud. ha. parti	Ud. ha. parti	Cort. o. pl. azo	Co. sid. ra. q	Ud. ha. cor. parti	Ud. ha. Ha. Ha. Ha.	Larg. o. pl. azo	Lari. o. pl. azo	Est. ate. ias	Est. ate. ias	Ud. asi. te. v	Ud. asi. te. v	En. alg. va. n.	Elec. total	Elec. 2	Ud. ha. soli. cipa	Aso. ciat. va.	Aso. ciat. va. 2	Ud. ha. cipa	Ud. ha. man	Ust. ed. ha.	Ust. ed. ha.	Opi. nativ. a.	Opi. nativ. a. 2	Ust. ed. ha.	Ud. ton. a.	Ud. ha. don.	Ud. ha. don.	Ust. ed. ha.	Us. ed. ha. i.	Civi. ca	Civi. ca. 2	Cor. duc. as.	Cor. duc. as.					
53	1	30	2	5	5	1	4	3	1	1	2	1	1	5	1	3	2,5	3	5	1	1	2	2,3	2	2,5	2	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,0	1	1,7	2			
54	1	33	2	3	2	1	4	1	1	1	2	1	1	4	2	1	1,8	2	5	1	1	1	2,0	2	1,9	2	5	4	4	4,3	4	1	3	2,0	2	1	2	2	1	1,5	2	1	3	1	1	2	1	1,5	2	2,1	2	
55	2	36	2	5	3	1	4	3	1	1	3	1	1	5	1	3	2,5	2	5	5	1	1	3,0	3	2,6	3	5	5	1	3,7	4	3	1	2,0	2	1	1	1	3	1,5	2	3	3	3	1	1	1	2,0	2	2,2	2	
56	2	39	2	3	3	1	4	1	1	1	1	1	3	3	5	1	1	2,2	2	5	5	1	2	3,3	3	2,4	2	5	5	3	4,3	4	2	2	2,0	2	1	1	1	1	1,0	1	4	4	1	1	1	2,0	2	2,2	2	
57	2	26	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1,3	1	4	2	1	1	2,0	2	1,5	1	4	4	3	3,7	4	2	2	2,0	2	1	2	1	1	1,3	1	3	3	1	1	1	1,7	2	2,0	2	
58	2	40	2	5	1	1	4	3	1	1	3	1	1	5	1	3	2,3	2	5	5	1	1	3,0	3	2,5	2	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	4	1	3	1	2	1	2,0	2	2,1	2	
59	1	30	2	4	1	1	3	1	1	3	1	1	1	3	1	3	1,8	2	4	5	1	1	2,8	3	2,1	2	5	5	3	4,3	4	2	1	1,5	2	3	3	1	1	2,0	2	1	1	3	1	3	1	1,7	2	2,3	2	
60	1	33	2	5	5	1	3	1	1	1	4	1	1	4	1	1	2,2	2	4	1	2	2	2,3	2	2,2	2	4	4	2	3,3	3	1	1	1,0	1	3	4	4	4	3,8	4	3	3	3	2	1	2,5	3	2,8	3		
61	1	38	2	2	1	1	2	3	2	1	1	2	3	4	1	1	1,8	2	3	3	1	1	2,0	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,3	1	1,7	2			
62	2	30	2	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1,5	1	5	1	1	1	2,0	2	1,6	2	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	4	3	4	3	3	1	3,0	3	2,5	2	
63	1	22	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1,4	1	4	2	1	1	2,0	2	1,5	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	3	3	3	2	2	2,3	2	2,1	2	
64	2	29	1	3	3	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1,6	2	3	1	1	1	1,5	2	1,6	2	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	3	2	1	1	1	1,5	2	1,9	2		
65	1	20	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1,3	1	3	1	1	1	1,5	2	1,4	1	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	4	4	2	2	2,3	2	2,2	2	
66	1	19	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1,3	1	4	1	1	1	1,8	2	1,4	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	3	1	3	3	3	1	2,3	2	1,5	2
67	2	30	2	3	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	3	1,8	2	3	2	1	2	2,0	2	1,8	2	3	3	2	2,7	3	2	3	2,5	3	3	2	1	1	1,8	2	1	3	3	1	1	1	1,7	2	2,0	2	
68	2	33	2	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	1,6	2	2	1	1	2	1,5	2	1,6	2	4	4	1	3,0	3	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	2	2	3	1	3	3	2,3	2	1,9	2	
69	1	55	3	2	3	1	1	1	3	3	3	3	2	3	3	2	2,3	2	4	4	3	2	3,3	3	2,5	3	5	5	3	4,3	4	3	3	3,0	3	4	4	3	5	4,0	4	4	5	4	3	3	4	3,8	4	3,9	4	
70	2	58	3	4	1	2	3	4	3	1	1	2	3	3	1	2	2,3	2	5	5	2	5	4,3	4	2,8	3	4	1	2	2,3	2	3	1	2,0	2	4	5	4	3	4,0	4	1	2	4	2	3	3	2,5	3	2,8	3	
71	1	28	1	4	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	1	1	1,7	2	4	3	2	2	2,8	3	1,9	2	5	5	2	4,0	4	3	1	2,0	2	1	1	1	1	1,0	1	3	4	3	2	1	2	2,5	3	2,3	2	
72	2	55	3	4	3	1	1	1	1	1	3	4	1	5	5	4	2,6	3	5	5	3	3	4,0	4	2,9	3	5	5	2	4,0	4	1	1	1,0	1	2	3	3	1	2,3	2	4	3	5	2	5	4	3,8	4	3,1	3	
73	1	33	2	4	2	1	1	1	1	1	3	4	1	5	5	5	2,6	3	5	5	3	3	4,0	4	2,9	3	5	5	2	4,0	4	3	3	3,0	3	3	2	4	1	2,5	3	2	3	4	4	3	5	3,5	4	3,3	3	
74	1	39	2	5	1	1	1	1	1	3	2	4	1	5	3	2	2,3	2	5	4	2	3	3,5	4	2,6	3	5	5	2	4,0	4	1	4	2,5	3	5	4	1	1	2,8	3	3	4	4	3	4	1	3,2	3	3,1	3	
75	1	20	1	3	2	1	1	1	1	2	1	2	1	4	3	2	1,8	2	5	5	1	1	3,0	3	2,1	2	5	5	2	4,0	4	1	1	1,0	1	1	1	2	1	1,3	1	3	3	4	4	5	3	3,7	4	2,7	3	
76	2	72	4	1	1	2	2	1	1	3	1	2	1	3	5	5	2,2	2	5	4	4	2	3,8	4	2,5	3	5	5	1	3,7	4	2	3	2,5	3	1	2	1	1	1,3	1	2	3	4	5	4	3	3,5	4	2,8	3	
77	2	61	4	4	1	1	1	1	1	1	1	3	1	4	3	3	1,9	2	4	4	2	1	2,8	3	2,1	2	5	5	1	3,7	4	2	2	2,0	2	2	3	2	1	2,0	2	3	4	5	3	1	2	3,0	3	2,7	3	
78	1	44	2	2	3	1	1	1	1	1	1	4	1	4	2	3	1,9	2	5	4	1	1	2,8	3	2,1	2	5	5	1	3,7	4	2	3	2,5	3	1	1	2	1	1,3	1	3	4	5	1	1	3	2,8	3	2,5	3	

### ANEXO 8: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN

	SEX O	ED AD	Eda d_a grup	Ud_ ha_ ecib	Ud_ ha_ parti	Ud_ ha_ sido	Ud_ ha_ sido	Ud_ ha_ ecib	Ud_ ha_ ecib	Ud_ ha_ ecib	Ud_ ha_ ecib	Ud_ ha_ ecib	Ud_ ha_ reci	Co sid ra_q	Ud_ ha_ parti	Ud_ ha_ parti	Cort o_pl azo	Cor o_p azo	Co sid ra_q	Ud_ ha_ side	Ud_ ha_ parti	Ud_ ha_ parti	Larg ha_ o_pl azo	Lari o_p azo	Est ate ias	Est ate ias	Ud_ asi: te_v	Ud_ asi: te_v	En alg vna	Elec total 2	Elec total 2	Ud_ ha_ soli	Ud_ ha_ cipa	Aso ciati va	Aso ciati va	Ud_ par cipa	Ud_ ha_ man	Ust ed_ ha_	Ust ed_ ha_	Opi nati a	Opi nati a	Ust ed_ ha_	Ud_ ton a	Ud_ ha_ don	Ud_ ha_ don	Ust ed_ ha_	Us ed_ ha_	Civi ca	Civi ca2	Cor duc as_	Cor duc as_		
79	2	55	3	5	4	1	1	2	1	1	1	4	1	5	2	3	2,4	2	5	4	2	1	3,0	3	2,5	3	5	5	1	3,7	4	2	3	2,5	3	1	1	1	1	1	1,0	1	3	4	5	1	2	1	2,7	3	2,4	2	
80	1	51	3	4	5	1	1	1	1	1	1	4	1	5	3	3	2,4	2	5	4	2	2	3,3	3	2,6	3	5	5	1	3,7	4	2	3	2,5	3	2	1	1	1	1,3	1	3	2	5	3	1	1	2,5	3	2,4	2		
81	1	29	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	1,5	1	3	3	3	3	3,0	3	1,8	2	4	4	3	3,7	4	3	3	3,0	3	3	2	3	3	2,8	3	3	3	3	3	3,0	3	3,1	3				
82	1	21	1	3	4	1	5	1	3	1	3	5	5	5	5	5	3,5	4	4	2	2	1	2,3	2	3,2	3	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	3	1	1	3	2,0	2	2	2	3	3	5	3	3,0	3	2,7	3		
83	1	19	1	4	1	3	5	1	1	5	1	5	1	5	2	3	2	2,9	3	5	4	2	3	3,5	4	3,1	3	5	5	2	4,0	4	4	4	4,0	4	3	2	4	4	3,3	3	5	3	4	5	5	4	4,3	4	3,9	4	
84	2	22	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	4	3	1,8	2	5	4	1	3	3,3	3	2,2	2	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	2	1	2	1	1,5	2	1	4	4	4	3	5	3,5	4	2,9	3		
85	1	46	3	1	2	1	1	1	1	1	3	2	1	3	3	3	1,8	2	5	3	1	1	2,5	3	1,9	2	5	5	2	4,0	4	4	2	3,0	3	1	1	1	1	1,0	1	2	2	3	3	1	1	2,0	2	2,3	2		
86	2	33	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	2	3	2	1,7	2	5	4	4	1	3,5	4	2,1	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	2	3	2	3	4	2,5	3	2,1	2	
87	1	27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1,0	1	5	5	5	5,0	5	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1	1	1,0	1	1	5	5	5	5	5	4,3	4	3,1	3
88	1	28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,0	1	3	3	1	1	2,0	2	1,2	1	5	5	3	4,3	4	3	2	2,5	3	2	3	3	3	2,8	3	3	5	3	3	3	3	3,3	3	3,3	3		
89	1	25	1	2	2	2	3	1	1	2	3	2	2	3	3	3	2,2	2	3	1	1	1	1,5	2	2,1	2	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	3	3	3	3	3,0	3	3	5	3	3	3	3	3,3	3	3,3	3		
90	2	30	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	3	2	2	1,5	2	2	3	3	3	2,8	3	1,8	2	5	5	1	3,7	4	4	2	3,0	3	2	2	2	2	2,0	2	4	5	5	5	5	4	4,7	5	3,5	4		
91	1	27	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,2	1	1	1	1	1	1,0	1	1,1	1	1	1	3	1,7	2	3	1	2,0	2	1	2	1	1	1,3	1	3	5	3	3	1	1	2,7	3	2,0	2		
92	2	60	4	4	1	1	3	2	1	1	1	3	1	3	1	1	1,8	2	2	1	1	1	1,3	1	1,6	2	4	4	2	3,3	3	1	3	2,0	2	2	1	1	1	1,3	1	3	3	3	1	3	1	2,3	2	2,2	2		
93	1	35	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1,2	1	1	1	1	1	1,0	1	1,1	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	3	5	3	3	5	3,3	3	2,5	2		
94	2	20	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	2	3,2	3	2	5	1	1	2,3	2	2,9	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	3	5	3	1	1	1	2,3	2	2,1	2		
95	2	65	4	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1,3	1	5	5	1	1	3,0	3	1,7	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	3	3	1	1	2,0	2	5	5	5	5	1	1	3,7	4	2,9	3		
96	2	31	2	5	2	3	1	1	3	2	2	3	4	2	2	2	2,4	2	2	2	3	3	2,3	2	2,4	2	4	5	3	4,0	4	2	4	3,0	3	1	3	1	1	1,5	2	3	3	3	3	3	3	3,0	3	2,8	3		
97	1	59	3	1	1	1	2	3	2	5	4	1	2	3	1	5	2,4	2	4	2	3	5	3,5	4	2,6	3	5	3	1	3,0	3	2	5	3,5	4	4	2	1	2	2,3	2	3	5	3	2	1	1	2,5	3	2,7	3		
98	1	33	2	5	5	3	3	1	1	1	1	1	1	5	3	3	2,5	3	3	3	2	2	2,5	3	2,5	3	5	5	5	5,0	5	5	5	5,0	5	5	1	1	1	2,0	2	1	5	3	3	3	4	3,2	3	3,5	3		
99	2	44	2	3	3	1	3	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1,9	2	3	2	1	2	2,0	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	2	1	1,5	2	1	2	2	1	1,5	2	3	3	3	1	3	1	2,3	2	2,3	2		
100	1	58	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1,3	1	3	2	2	1	2,0	2	1,5	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1	1	1,0	1	1,5	2		
101	1	60	4	4	1	1	2	1	1	3	1	2	2	1	1	1	1,6	2	4	2	1	1	2,0	2	1,7	2	4	4	3	3,7	4	1	1	1,0	1	1	2	1	1	1,3	1	3	4	3	2	1	1	2,3	2	2,1	2		
102	1	27	1	5	3	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1,7	2	3	1	1	1	1,5	2	1,6	2	5	5	1	3,7	4	2	1	1,5	2	1	1	1	1	1	1,0	1	4	4	3	2	1	1	2,5	3	2,2	2	
103	2	37	2	4	2	1	1	1	1	1	2	2	1	3	1	1	1,6	2	1	2	1	1	1,3	1	1,5	2	4	4	2	3,3	3	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	2	4	1	1	1	1,7	2	1,7	2		
104	1	36	2	4	2	1	1	1	1	1	2	2	1	3	1	2	1,7	2	2	1	1	1	1,3	1	1,6	2	4	4	3	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	2	1,3	1	2	3	2	1	1	1	1,7	2	1,9	2	

### ANEXO 9: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN

	SEX	ED	Eda	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Co	Ud	Ud	Cort	Cor	Co	Ud	Ud	Ud	Larg	Lan	Est	Est	Ud	Ud	En	Elec	Elec	Ud	Ud	Aso	Aso	Ud	Ud	Ust	Ust	Opi	Opi	Ust	Ud	Ud	Ud	Ust	Us	Civ	Civ	Cor	Cor	
	O	AD	grup	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	Ha	sid	ha	ha	o_pl	o_p	sid	cor	ha	ha	o_pl	o_p	ate	ate	asi	asi	alu	total	total	ha	par	Aso	Aso	par	ha	ed	ed	nativ	nativ	ed	ton	ha	ha	don	ha	ha	ca	ca2	duc	duc
105	2	61	4	4	4	1	1	1	1	1	1	4	1	5	4	3	2,4	2	5	4	3	3	3,8	4	2,7	3	4	5	2	3,7	4	3	3	3,0	3	2	2	2	1	1,8	2	3	3	4	4	3	4	3,5	4	3,0	3			
106	2	46	3	5	1	1	3	1	1	1	1	2	3	2	4	3	2,2	2	1	2	1	2	1	1,3	1	1,9	2	5	5	2	4,0	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	2	1,3	1	3	4	2	1	1	1	2,0	2	2,1	2	
107	2	44	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,2	1	1	1	1	1	1	1,0	1	1,2	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	2	2	2	2	2	1,8	2	1,3	1		
108	2	70	4	5	5	2	2	1	1	1	2	3	1	5	4	5	2,8	3	5	5	5	5	5	5,0	5	3,4	3	5	5	2	4,0	4	3	4	3,5	4	4	2	2	1	2,3	2	3	3	4	5	3	3	3,5	4	3,3	3		
109	1	33	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,2	1,2	1	3	1	1	1	1,5	2	1,2	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1	1,0	1	2	2	1	1	1	1	1,3	1	1,7	2	
110	1	39	2	5	4	1	4	3	1	1	2	1	1	1	1	1	2,2	2	3	2	1	1	1	1,8	2	2,1	2	5	4	3	4,0	4	2	1	1,5	2	1	1	3	1	1,5	2	3	3	3	1	2	1	2,2	2	2,3	2		
111	1	40	2	3	1	1	4	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1,5	2	3	1	1	1	1,5	2	1,5	2	5	5	2	4,0	4	1	1	1,0	1	1	1	3	1	1,5	2	3	1	2	1	1	1	1,5	2	1,9	2		
112	1	47	3	4	2	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1,8	2	4	2	1	1	1	2,0	2	1,8	2	5	5	2	4,0	4	1	2	1,5	2	1	1	1	1	1,0	1	3	3	3	2	1	1	2,2	2	2,1	2		
113	2	34	2	3	3	1	3	1	1	1	3	1	3	3	1	2	2,0	2	4	1	1	1	1	1,8	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	1	1	1	1	2	1,3	1	3	3	2	1	1	1	1,8	2	2,1	2	
114	2	30	2	5	1	1	3	1	1	3	1	1	4	1	1	1	1,8	2	4	2	1	1	1	2,0	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	1	2	1,5	2	1	1	1	1	1	1,0	1	4	4	3	1	2	1	2,5	3	2,2	2	
115	2	28	1	5	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1,6	2	3	3	1	1	1	2,0	2	1,7	2	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	2	2	1	2	1	1,5	2	1,9	2		
116	2	50	3	4	3	1	3	3	1	1	2	2	1	1	1	3	2,0	2	4	1	1	1	1	1,8	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	3	3	3,0	3	3	3	1	2	2,3	2	4	4	3	3	1	1	2,7	3	2,8	3		
117	2	60	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1	1,0	1	1,0	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1	1	1,0	1	1,5	2		
118	1	35	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,4	1	3	4	1	1	2,3	2	1,6	2	5	5	1	3,7	4	2	1	1,5	2	5	1	1	1	2,0	2	3	3	3	2	1	2	2,3	2	2,4	2				
119	2	51	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1,4	1	3	4	1	1	2,3	2	1,6	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	5	3	1	1	2,5	3	3	3	3	2	1	2	2,3	2	2,5	2			
120	2	40	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1,4	1	1	1	3	4	2,3	2	1,6	2	4	5	1	3,3	3	2	1	1,5	2	5	3	1	1	2,5	3	3	3	4	2	1	2	2,5	3	2,5	3			
121	2	36	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	3	3	1	1	1,5	2	3	1	1	1	1,5	2	1,5	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	2	1	1	1,3	1	2	1	2	1	2	1	1,5	2	1,8	2			
122	1	26	1	3	1	1	4	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2,1	2	4	1	2	1	2	2,0	2	1,8	2	5	5	1	3,7	4	2	1	1,5	2	1	1	2	1	1,3	1	4	2	3	1	2	1	2,2	2	2,1	2		
123	2	58	3	4	4	1	4	1	1	1	3	2	4	1	1	3	2,3	2	3	2	1	2	2	2,0	2	2,2	2	5	5	2	4,0	4	3	3	3,0	3	3	2	2	1	2,0	2	3	3	3	2	1	1	2,2	2	2,6	3		
124	2	45	3	5	5	1	1	1	1	1	1	4	1	5	4	3	2,5	3	5	4	3	4	4,0	4	2,9	3	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	3	2	1	1	1,8	2	3	3	5	5	3	3	3,7	4	3,1	3			
125	2	62	4	5	5	1	1	1	1	1	4	1	5	4	3	2,5	3	5	4	3	3	3,8	4	2,8	3	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	3	2	2	1	2,0	2	4	3	5	5	4	3	4,0	4	3,3	3				
126	1	33	2	5	5	2	1	1	1	1	4	1	5	4	3	2,6	3	5	4	5	2	4,0	4	2,9	3	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	3	2	1	1	1,8	2	3	4	4	4	3	3	3,5	4	3,0	3				
127	2	59	3	4	4	1	1	1	1	1	1	5	1	5	3	2,4	2	5	5	3	3	4,0	4	2,8	3	4	5	2	3,7	4	3	3	3,0	3	2	2	1	1	1,5	2	5	4	5	3	3	3	3,8	4	3,1	3				
128	1	68	4	3	1	1	4	1	1	4	4	2	4	1	1	1	2,2	2	4	2	1	1	2,0	2	2,1	2	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	3	3	4	1	2	1	2,3	2	2,2	2			
129	1	51	3	5	5	1	1	1	1	1	4	1	5	5	5	2,8	3	5	5	5	5	5,0	5	3,3	3	5	5	2	4,0	4	1	1	1,0	1	3	1	1	1	1,5	2	3	3	4	4	3	5	3,7	4	2,8	3				
130	2	34	2	4	4	2	4	1	1	2	2	3	4	2	1	4	2,6	3	4	2	1	1	2,0	2	2,5	2	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	2	3	3	1	2,3	2	3	3	4	3	1	2	2,7	3	2,7	3			

## ANEXO 10: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN

	SEX O	ED AD	Eda d_a grup	Ud ha ecib	Ud ha parti	Ud ha sido	Ud ha sido	Ud ha ecib	Ud ha ecib	Ud ha ecib	Ud ha ecib	Ud ha reci	Co sid ra	Ud ha parti	Ud ha parti	Ud ha part	Ud ha part	Larg o_pl azo	Larg o_pl azo	Est ate ias	Est ate ias	Ud asi te	Ud asi te	En alg vna	Elec total 2	Elec total 2	Ud ha soli	Ud par cipa	Aso ciati va	Aso ciati va	Ud par cipa	Ud par cipa	Ud par cipa	Ud par cipa	Ud par cipa	Opi nativ a	Opi nativ a	Ud ed ha	Ud ed ha	Ud ed ha	Ud ed ha	Ud ed ha	Ud ed ha	Ud ed ha	Ud ed ha	Ud ed ha	Civi ca	Civi ca	Cor duc as	Cor duc as		
131	1	43	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	1,2	1	4	2	1	1	2,0	2	1,4	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1	1	1	1,0	1	1,5	2
132	2	20	1	3	4	1	4	1	1	3	3	1	5	2	1	4	2,5	3	3	1	1	1	1,5	2	2,3	2	5	5	1	3,7	4	2	3	2,5	3	3	3	3	3	3	3,0	3	4	4	3	1	2	1	2,5	3	2,9	3
133	1	50	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1,4	1	3	4	1	1	2,3	2	1,6	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	5	1	1	1	2,0	2	3	3	3	2	1	2	2,3	2	2,3	2	
134	2	34	2	4	2	1	1	1	1	1	1	4	1	2	1	1	1,6	2	2	3	3	3	2,8	3	1,9	2	5	5	1	3,7	4	3	1	2,0	2	1	3	1	2	1,8	2	3	3	3	1	3	1	2,3	2	2,4	2	
135	2	53	3	2	3	1	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1,5	2	3	2	1	2	2,0	2	1,6	2	3	3	2	2,7	3	1	1	1,0	1	2	1	1	1	1,3	1	2	3	2	1	2	1	1,8	2	1,7	2	
136	1	44	2	3	1	1	1	1	1	1	1	3	2	3	1	1	1,5	2	1	1	1	2	1,3	1	1,5	1	5	5	2	4,0	4	1	3	2,0	2	2	1	1	1	1,3	1	2	3	3	1	3	1	2,2	2	2,3	2	
137	2	34	2	4	1	1	3	1	1	3	1	3	5	3	1	2	2,2	2	4	2	1	1	2,0	2	2,2	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	2	2	1	1,5	2	5	5	3	1	3	2	3,2	3	2,5	3	
138	2	42	2	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	4	3	3	2,5	2	5	5	5	4	4,8	5	3,0	3	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	3	1	1	1	1,5	2	3	3	4	4	3	5	3,7	4	2,9	3	
139	2	36	2	5	5	1	4	4	1	1	4	2	3	1	1	1	4	2,8	3	2	1	1	1,3	1	2,4	2	5	5	1	3,7	4	3	4	3,5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3,2	3	3,3	3	
140	1	38	2	2	2	1	3	1	1	4	1	2	4	1	1	1	1,8	2	3	3	1	1	2,0	2	1,9	2	3	3	1	1	1	1	1,0	1	1	1	2	1	1	1,3	1	4	3	3	1	1	2	2,3	2	2,3	2	
141	2	30	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	1,3	1	4	1	1	1	1,8	2	1,4	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1	1	1,0	1	1,5	2	
142	1	29	1	4	4	1	4	2	1	3	1	4	5	3	2	3	2,8	3	3	2	1	1	1,8	2	2,6	3	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	3	3	3	2	2,8	3	4	4	3	3	1	2	2,8	3	3,0	3	
143	2	38	2	3	3	2	2	1	1	3	1	4	5	3	1	1	2,3	2	3	2	1	1	1,8	2	2,2	2	5	5	2	4,0	4	2	1	1,5	2	1	2	3	1	1,8	2	2	3	1	1	1	1	1,5	2	2,1	2	
144	2	18	1	5	5	1	1	1	1	1	5	2	1	5	3	4	2,7	3	5	3	3	2	3,3	3	2,8	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	3	1	1	1	1,5	2	3	3	5	5	3	5	4,0	4	2,9	3	
145	2	40	2	5	5	1	1	1	1	1	1	4	1	5	4	4	2,6	3	4	4	2	2	3,0	3	2,7	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	3	1	1	1	1,5	2	3	3	4	4	2	1	2,8	3	2,4	2	
146	2	53	3	5	5	1	1	1	1	1	1	4	1	1	4	4	2,3	2	5	4	3	4	4,0	4	2,7	3	4	4	2	3,3	3	2	3	2,5	3	3	1	1	1	1,5	2	3	3	4	4	3	5	3,7	4	2,9	3	
147	2	33	2	5	5	1	1	1	1	1	1	4	1	4	4	4	2,5	3	5	3	3	3	3,5	4	2,8	3	5	5	1	3,7	4	1	4	2,5	3	4	4	2	1	2,8	3	3	3	4	4	4	4	4	3,7	4	3,3	3
148	2	28	1	5	5	1	1	1	1	1	1	4	1	4	5	4	2,6	3	4	3	4	4	3,8	4	2,9	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	3	1	1	1	1,5	2	3	3	4	4	4	5	3,8	4	2,8	3	
149	2	47	3	5	5	1	1	1	1	1	1	4	1	5	4	4	2,7	3	5	5	4	3	4,3	4	3,1	3	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	3	2	2	1	2,0	2	3	3	5	5	3	5	4,0	4	3,3	3	
150	1	40	2	5	5	1	2	2	1	1	1	4	2	4	2	4	2,6	3	4	5	4	5	4,5	5	3,1	3	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	3	2	2	1	2,0	2	3	3	4	4	4	5	3,8	4	3,2	3	
151	2	60	4	5	5	1	2	1	1	1	1	4	1	4	4	4	2,6	3	3	3	3	3	3,0	3	2,7	3	5	5	1	3,7	4	2	3	2,5	3	3	2	2	1	2,0	2	3	3	4	4	3	5	3,7	4	3,1	3	
152	2	51	3	5	5	1	1	1	1	1	1	4	1	5	5	3	2,6	3	3	3	4	4	3,5	4	2,8	3	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	3	2	3	1	2,3	2	3	3	4	4	3	5	3,7	4	3,2	3	
153	2	38	2	5	5	1	1	1	1	1	1	4	1	5	4	4	2,6	3	5	4	4	3	4,0	4	2,9	3	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	3	1	1	3	2,0	2	3	2	4	4	3	4	3,3	3	2,9	3	
154	1	21	1	5	5	1	1	1	1	1	1	4	1	4	3	3	2,4	2	4	3	3	3	3,3	3	2,6	3	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	3	3	2	1	2,3	2	3	3	4	4	3	5	3,7	4	3,2	3	
155	2	44	2	5	5	1	1	1	1	1	1	4	1	5	1	2	2,2	2	3	3	3	3	3,0	3	2,4	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	4	4	4	4	3	3	3,7	4	2,6	3	
156	2	38	2	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	2,5	3	4	4	4	5	4,3	4	2,9	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	3	3	2	3	2,8	3	3	3	3	3	3	3	3,0	3	2,8	3	

## ANEXO 11: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN

	SEX O	ED AD	Eda d_a grup	Ud ha ecib	Ud ha parti	Ud ha sido	Ud ha sido	Ud ha ecib	Ud ha ecib	Ud ha ecib	Ud ha ecib	Ud ha Ha	Ud Ha	Co sid ra	Ud ha parti	Ud ha parti	Cort o_pl azo	Cor o_p azo	Co sid ra	Ud cor side	Ud ha parti	Ud ha parti	Larg o_pl azo	Lari o_p azo	Est ate ias	Est ate ias	Ud asi: te_v	Ud asi: te_v	En algu na	Elec toral 2	Elec toral 2	Ud ha soli	Ud par cipa	Aso ciati va	Aso ciati va2	Ud par cipa	Ud ha man	Ust ed ha	Ust ed ha	Opi nativ a	Opi nativ a2	Ust ed ha	Ud ton	Ud ha don	Ud ha don	Ust ed ha	Ust ed ha	Civ ca	Civ ca2	Cor duc as	Cor duc as
157	1	19	1	5	5	1	1	1	1	1	1	4	1	1	4	4	2,3	2	4	3	3	3	3,3	3	2,5	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1,7	2	1,8	2		
158	2	27	1	5	5	1	1	1	1	1	1	4	1	3	3	3	2,3	2	4	1	1	1	1,8	2	2,2	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	3	1	1	1	1,5	2	3	3	3	3	3	3,0	3	2,5	2	
159	2	60	4	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1,9	2	1	1	1	1	1,0	1	1,7	2	5	5	1	3,7	4	2	2	2,0	2	2	2	2	2	2,0	2	2	2	5	5	3	4	3,5	4	2,9	3
160	2	66	4	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	5	4	4	2,7	3	5	5	5	5	5,0	5	3,2	3	5	5	1	3,7	4	2	2	2,0	2	2	2	2	1	1,8	2	2	2	5	5	3	5	3,7	4	2,9	3
161	2	65	4	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	5	5	5	2,8	3	5	5	4	4	4,5	5	3,2	3	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	3	3	1	1	2,0	2	1	3	5	5	3	5	3,7	4	3,0	3
162	2	48	3	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	2,5	3	5	2	3	3	3,3	3	2,7	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	5	5	3	3	3,0	3	2,3	2
163	2	58	3	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	5	3	3	2,5	3	5	5	4	3	4,3	4	2,9	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	5	3	3	2,3	2	2,1	2	
164	1	67	4	2	1	2	3	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1,7	2	5	3	1	2	2,8	3	1,9	2	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	1	3	3	3	2,5	3	5	5	1	1	1	1	2,3	2	2,6	3
165	2	24	1	3	3	1	3	1	1	2	1	3	3	3	1	1	2,0	2	5	3	1	1	2,5	3	2,1	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	5	5	3	1	3	1	3,0	3	2,3	2
166	1	42	2	2	2	3	4	1	1	1	1	2	4	3	1	1	2,0	2	3	2	1	1	1,8	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	3	3	3	1	3	1	2,3	2	2,1	2
167	2	55	3	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3	3	1	1	1,5	1	5	3	1	1	2,5	3	1,7	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	2	2	2	2	1	1	1,7	2	1,8	2
168	1	64	4	2	2	2	1	1	1	4	1	3	5	4	1	1	2,2	2	4	2	2	1	2,3	2	2,2	2	5	5	3	4,3	4	2	1	1,5	2	1	3	3	2	2,3	2	5	5	3	3	1	1	3,0	3	2,9	3
169	2	46	3	5	1	1	4	1	1	3	1	4	4	3	1	2	2,4	2	2	3	1	1	1,8	2	2,2	2	5	5	2	4,0	4	2	1	1,5	2	1	1	2	2	1,5	2	5	5	4	3	1	1	3,2	3	2,7	3
170	1	64	4	2	1	1	1	1	1	2	1	2	4	3	1	1	1,6	2	4	2	1	1	2,0	2	1,7	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	3	4	3	2	1	1	2,3	2	2,1	2
171	2	23	1	4	4	1	4	4	2	2	3	1	1	2	3	3	2,6	3	3	2	4	1	2,5	3	2,6	3	5	5	1	3,7	4	3	3	3,0	3	3	3	2	3	2,8	3	2	4	3	2	1	1	2,2	2	2,7	3
172	1	32	2	4	1	1	3	1	1	4	1	3	3	3	1	3	2,2	2	3	2	1	1	1,8	2	2,1	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	2	2	2	1	2	1	1,7	2	1,8	2
173	2	62	4	3	1	1	4	1	1	2	1	3	3	1	1	3	1,9	2	3	2	1	1	1,8	2	1,9	2	5	5	3	4,3	4	1	2	1,5	2	2	2	3	1	2,0	2	3	3	3	1	1	1	2,0	2	2,4	2
174	1	29	1	4	4	1	4	3	2	1	1	4	3	3	1	3	2,6	3	3	2	1	1	1,8	2	2,4	2	5	5	2	4,0	4	2	4	3,0	3	3	3	1	3	2,5	3	1	3	2	2	1	1	1,7	2	2,5	3
175	2	36	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	3	3	1	1	1,5	2	4	2	2	1	2,3	2	1,7	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	2	2	1	1,5	2	2	3	2	1	3	1	2,0	2	2,1	2
176	1	44	2	4	2	1	4	2	1	2	1	1	3	2	1	1	2,3	2	4	2	1	2	2,3	2	2,0	2	5	5	3	4,3	4	1	3	2,0	2	1	2	2	1	1,5	2	4	3	3	1	2	1	2,3	2	2,5	2
177	2	69	4	5	5	1	1	2	1	1	1	5	1	5	5	5	2,9	3	5	3	3	1	3,0	3	2,9	3	5	5	1	3,7	4	2	2	2,0	2	2	1	2	1	1,5	2	3	3	5	5	3	3	3,7	4	2,9	3
178	2	71	4	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	5	4	4	2,7	3	5	5	5	3	4,5	5	3,1	3	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	3	2	2	1	2,0	2	3	2	5	5	3	4	3,7	4	3,1	3
179	2	52	3	5	5	1	1	1	1	1	2	5	1	5	3	3	2,6	3	5	3	2	2	3,0	3	2,7	3	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	2	2	1	3	2,0	2	3	4	4	2	3	4	3,3	3	3,0	3
180	1	33	2	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	5	3	3	2,5	3	4	5	3	3	3,8	4	2,8	3	5	5	2	4,0	4	3	3	3,0	3	3	2	2	3	2,5	3	3	3	4	4	3	3	3,3	3	3,2	3
181	2	43	2	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	5	1	1	2,2	2	5	5	2	2	3,5	4	2,5	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	3	3	4	4	3	5	3,7	4	2,6	3
182	2	33	2	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	5	4	4	2,7	3	5	3	2	2	3,0	3	2,8	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	3	1	1,5	2	1	3	5	5	3	2	3,2	3	2,5	3	

## ANEXO 12: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN

	SEX	ED	Eda	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Co	Ud	Ud	Cort	Cor	Co	Ud	Ud	Ud	Larg	Lar	Est	Est	Ud	Ud	En	Elec	Elec	Ud	Ud	Aso	Aso	Ud	Ud	Ust	Ust	Opi	Opi	Ust	Ud	Ud	Ud	Ust	Us	Civ	Civ	Cor	Cor					
	O	AD	d_a	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	sid	ha	ha	o_pl	o_p	sid	cor	ha	ha	o_pl	o_p	ate	ate	asi	asi	alg	total	total	ha	par	ciati	ciati	par	ha	ed	ed	nativ	nativ	ed	ton	ha	ha	ha	ha	ca	ca2	duc	duc					
			grup	ecib	parti	sido	sido	ecib	ecib	ecib	ecib	ecib	ecib	reci	ra	q	parti	azo	azo	ra	q	side	parti	parti	azo	azo	ias	ias	te	te	na	2	2	sol	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci	ci
183	1	27	1	5	5	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	1	1	2,2	2	1	1	1	1	1,0	1	1,9	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	5	5	3	3	3,0	3	2,3	2				
184	1	28	1	5	5	3	3	2	2	3	1	4	4	5	1	2	3,1	3	4	5	1	1	2,8	3	3,0	3	5	5	2	4,0	4	1	3	2,0	2	1	2	1	2	1,5	2	3	3	3	3	1	1	2,3	2	2,4	2					
185	1	20	1	5	4	4	4	3	1	1	1	1	5	5	1	2	2,8	3	5	5	1	2	3,3	3	2,9	3	4	5	2	3,7	4	1	1	1,0	1	3	3	2	3	2,8	3	2	1	3	1	2	1	1,7	2	2,3	2					
186	2	39	2	3	3	1	3	2	2	3	1	4	1	5	1	1	2,3	2	3	4	1	1	2,3	2	2,3	2	5	5	1	3,7	4	2	2	2,0	2	3	2	1	2	2,0	2	3	4	3	1	1	1	2,2	2	2,4	2					
187	2	30	2	5	5	4	3	3	3	4	1	3	2	5	1	1	3,1	3	5	1	1	1	2,0	2	2,8	3	5	5	2	4,0	4	1	3	2,0	2	3	1	2	2	2,0	2	1	1	1	1	1	2	1	1,2	1	2,1	2				
188	2	40	2	4	3	1	3	2	1	3	1	3	1	4	1	1	2,2	2	4	3	1	1	2,3	2	2,2	2	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	2	1	1	1	1,3	1	1	1	2	1	1	1	1,2	1	1,8	2					
189	2	25	1	5	5	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	3	2,5	3	5	4	3	3	3,8	4	2,8	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	2	5	5	3	4	3,3	3	2,5	2					
190	2	54	3	5	5	1	1	1	1	1	1	4	1	5	5	5	2,8	3	5	5	5	5	5,0	5	3,3	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	4	3	5	5	3	3	3,8	4	2,7	3					
191	1	29	1	5	5	1	1	1	1	1	1	4	1	5	3	3	2,5	2	3	3	3	3	3,0	3	2,6	3	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	3	2	1	1	1,8	2	1	1	5	5	3	3	3,0	3	2,8	3					
192	2	66	4	5	5	2	2	1	1	1	1	4	1	5	4	5	2,8	3	5	5	5	5	5,0	5	3,4	3	5	5	3	4,3	4	2	4	3,0	3	3	3	1	1	2,0	2	1	3	5	4	3	3	3,2	3	3,1	3					
193	2	64	4	5	5	1	1	1	1	1	1	5	2	2	5	3	2,5	3	3	5	1	3	3,0	3	2,6	3	5	5	2	4,0	4	2	1	1,5	2	3	2	1	1	1,8	2	4	4	5	5	4	3	4,2	4	3,1	3					
194	2	20	1	5	5	1	1	1	1	1	1	2	5	1	4	4	2,5	2	4	3	3	2	3,0	3	2,6	3	5	5	2	4,0	4	3	3	3,0	3	3	1	1	1	1,5	2	3	3	5	5	4	5	4,2	4	3,3	3					
195	1	22	1	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	5	4	4	2,7	3	5	5	3	2	3,8	4	2,9	3	5	5	2	4,0	4	2	2	2,0	2	3	1	2	2	2,0	2	3	3	5	5	4	3	5	4,0	4	3,2	3				
196	2	41	2	5	4	1	1	1	1	1	1	4	1	4	4	4	2,5	2	4	5	2	3	3,5	4	2,7	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	4	4	5	5	3	5	4,3	4	2,9	3					
197	2	35	2	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	5	3	3	2,5	3	5	5	4	4	4,5	5	3,0	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	5	5	4	5	3,5	4	2,5	3					
198	1	28	1	5	5	1	2	1	1	1	2	4	1	5	4	5	2,8	3	5	4	3	3	3,8	4	3,1	3	5	5	2	4,0	4	3	4	3,5	4	3	2	2	1	2,0	2	3	4	5	5	4	3	4,0	4	3,4	3					
199	2	39	2	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	5	5	5	2,8	3	5	5	5	4	4,8	5	3,3	3	5	5	2	4,0	4	3	4	3,5	4	4	1	4	2	2,8	3	4	3	5	5	3	4	4,0	4	3,6	4					
200	2	31	2	5	5	1	2	2	1	1	1	4	1	5	4	4	2,8	3	5	4	2	3	3,5	4	2,9	3	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	3	2	2	1	2,0	2	3	3	5	5	3	4	3,8	4	3,2	3					
201	1	21	1	5	5	1	2	2	1	1	2	5	1	5	4	4	2,9	3	5	4	3	2	3,5	4	3,1	3	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	3	2	2	1	2,0	2	3	4	5	5	3	4	4,0	4	3,3	3					
202	1	60	4	3	3	1	3	1	1	2	1	3	3	2	2	1	2,0	2	4	1	2	1	2,0	2	2,0	2	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	1	3	1	1	1,5	2	3	3	3	1	1	2	2,2	2	2,3	2					
203	2	33	2	4	2	1	2	1	1	4	1	3	4	1	1	1	2,0	2	3	2	1	1	1,8	2	1,9	2	5	5	2	4,0	4	1	1	1,0	1	1	2	2	1	1,5	2	4	4	3	1	2	1	2,5	3	2,3	2					
204	2	75	4	5	5	2	1	1	1	1	3	5	1	5	3	3	2,8	3	5	5	3	3	4,0	4	3,1	3	5	5	2	4,0	4	2	2	2,0	2	2	2	3	1	2,0	2	3	3	4	4	3	3	3,3	3	2,9	3					
205	1	70	4	5	5	1	1	1	1	1	1	4	1	5	3	3	2,5	2	3	2	3	3	2,8	3	2,5	3	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	3	1	3	1	2,0	2	4	4	4	4	3	3	3,7	4	3,1	3					
206	1	57	3	3	1	1	4	1	1	3	1	3	4	3	2	2	2,2	2	4	2	1	1	2,0	2	2,2	2	4	3	3	3	3	1	1	1,0	1	1	2	2	1	1,5	2	3	5	3	1	2	1	2,5	3	2,2	2					
207	2	49	3	2	1	3	3	1	1	3	1	3	3	2	1	1	1,9	2	4	3	2	2	2,8	3	2,1	2	4	5	3	4,0	4	2	1	1,5	2	1	2	2	1	1,5	2	3	3	3	2	2	3	2,7	3	2,5	2					
208	2	19	1	5	5	1	1	1	1	1	1	2	2	4	2	2	2,2	2	4	4	3	1	3,0	3	2,4	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	3	1	4	3	1	1	2,2	2	2,0	2					



### ANEXO 13: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN

	SEX O	ED AD	Eda d_a grup	Ud ha ecib	Ud ha parti	Ud ha sido	Ud ha sido	Ud ha ecib	Ud ha ecib	Ud ha ecib	Ud ha Ha Ha Ha	Ud Ha Ha Ha	Co sid ra q	Ud ha parti	Ud ha parti	Cort o_pl azo	Cor o_p azo	Co sid ra q	Ud cor side	Ud ha parti	Ud ha parti	Larg o_pl azo	Lar o_p azo	Est ate ias	Est ate ias	Ud asi te v	Ud asi te v	En alg na	Elec total	Elec total 2	Ud ha soli	Ud par cipa	Aso ciati va	Aso ciati va 2	Ud par cipa	Ud man ha	Ust ed ha	Ust ed ha	Opi nati a	Opi nati a 2	Ust ed ha	Ud ton a al	Ud ha don	Ud ha don	Ust ed ha	Us ed ha r	Civ ca	Civ ca 2	Cor duc as	Cor duc as			
209	2	63	4	5	5	1	3	1	1	1	2	3	5	5	2	1	2,7	3	5	1	1	1	2,0	2	2,5	3	5	5	2	4,0	4	1	3	2,0	2	3	3	3	3	3,0	3	2	3	1	2	2	1	1,8	2	2,6	3		
210	2	27	1	4	1	3	1	1	1	3	1	3	3	4	1	3	2,2	2	5	5	3	3	4,0	4	2,6	3	5	5	3	4,3	4	3	2	2,5	3	3	3	3	3,0	3	1	3	3	1	2	1	1,8	2	2,7	3			
211	2	25	1	4	3	1	3	1	1	1	1	2	1	5	1	1	1,9	2	5	1	1	1	2,0	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	1	2	1,5	2	1	1	1	1	1,0	1	4	4	3	2	1	1	2,5	3	2,2	2		
212	1	37	2	4	3	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1,5	2	1	1	1	1	1,1	1	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	3	1	3	2	1	1	1,8	2	1,9	2			
213	1	20	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,1	1	1	1	1	1	1,1	1	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1	1	1,0	1	1,5	2			
214	1	66	4	4	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1,5	2	1	1	1	1	1	1,0	1	1,4	1	5	5	2	4,0	4	2	1	1,5	2	1	1	1	1	1,0	1	3	3	3	1	1	1	2,0	2	2,1	2		
215	2	46	3	5	1	3	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1,8	2	1	1	1	1	1	1,0	1	1,6	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	3	3	1	2	1	1,8	2	1,9	2		
216	2	40	2	4	3	1	1	1	1	1	1	1	4	1	5	4	5	2,5	2	5	4	3	3	3,8	4	2,8	3	5	5	1	3,7	4	2	3	2,5	3	1	1	2	1	1,3	1	3	4	5	1	1	1	2,5	3	2,4	2	
217	2	48	3	4	1	1	2	1	1	3	1	1	2	5	1	1,8	2	3	2	1	2	2,0	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	3	3	3	1	2	1	2,2	2	2,0	2			
218	1	61	4	4	3	1	1	1	1	1	1	3	1	4	3	2,1	2	4	5	1	1	2,8	3	2,2	2	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	2	3	1	2	2,0	2	3	5	4	1	1	3	2,8	3	2,7	3			
219	2	38	2	1	4	5	1	4	4	1	3	4	1	1	2	3	2,6	3	1	4	2	5	3,0	3	2,7	3	1	4	3	2,7	3	2	3	2,5	3	1	3	4	2	2,5	3	4	5	1	3	1	4	3,0	3	2,7	3		
220	1	29	1	1	4	2	3	2	5	1	2	4	5	1	5	3	2,9	3	1	4	3	1	2,3	2	2,8	3	2	4	1	2,3	2	3	1	2,0	2	5	4	2	1	3,0	3	5	3	1	3	2	5	3,2	3	2,8	3		
221	1	40	2	5	1	2	2	4	1	3	4	2	1	3	1	5	2,6	3	2	5	2	3	3,0	3	2,7	3	1	4	2	2,3	2	3	4	3,5	4	3	1	3	4	2,8	3	1	1	1	4	1	5	2,2	2	2,5	3		
222	2	26	1	1	4	2	3	4	2	4	1	4	2	3	5	1	2,8	3	4	1	3	5	3,3	3	2,9	3	1	4	2	2,3	2	4	3	3,5	4	2	4	1	3	2,5	3	1	4	2	3	4	2,8	3	2,7	3			
223	1	22	1	2	2	5	4	2	4	1	5	3	2	4	5	1	3,1	3	1	4	1	5	2,8	3	3,0	3	5	5	3	4,3	4	1	4	2,5	3	3	4	1	2	2,5	3	5	4	1	3	4	1	3,0	3	3,1	3		
224	1	18	1	5	2	1	3	3	3	5	3	1	5	1	3	2,8	3	4	2	2	5	3,3	3	2,9	3	5	1	4	3,3	3	3	2	2,5	3	1	5	4	3	3,3	3	2	3	5	4	3	2	3,2	3	3,1	3			
225	1	28	1	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	1,9	2	5	5	2	1	3,3	3	2,2	2	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	3	1	2	1	1,8	2	3	4	5	3	1	1	2,8	3	2,6	3			
226	1	59	3	4	1	1	1	1	1	1	1	3	1	5	2	1,8	2	5	1	1	1	2,0	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	2	2	2,0	2	3	1	3	1	2,0	2	4	4	5	1	1	1	2,7	3	2,6	3			
227	2	63	4	5	3	1	3	1	1	1	1	1	1	5	1	3	2,1	2	5	1	1	1	2,0	2	2,1	2	5	5	3	4,3	4	2	1	1,5	2	1	1	1	1	1,0	1	3	3	3	3	3	2	2,8	3	2,5	2		
228	2	18	1	3	2	1	1	1	1	1	1	2	1	4	1	1,5	2	5	5	1	1	3,0	3	1,9	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	4	4	1	1	1	2,0	2	1,9	2			
229	1	33	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1,4	1	2	2	1	1	1,5	2	1,4	1	5	5	2	4,0	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	3	3	1	2	1	1,8	2	1,9	2			
230	1	35	2	5	3	1	2	1	1	1	1	4	1	5	3	2,4	2	5	4	2	1	3,0	3	2,5	3	4	5	1	3,3	3	1	4	2,5	3	3	1	2	1	1,8	2	3	2	5	5	3	1	3,2	3	2,7	3			
231	1	34	2	4	3	1	1	1	1	1	1	4	1	5	5	3	2,4	2	4	5	2	1	3,0	3	2,5	3	5	5	2	4,0	4	1	3	2,0	2	1	2	3	1	1,8	2	4	3	5	4	1	1	3,0	3	2,7	3		
232	1	23	1	5	4	1	1	1	1	1	1	2	4	1	5	2	3	2,4	2	5	1	1	2,0	2	2,3	2	5	5	2	4,0	4	1	3	2,0	2	4	2	2	2	2,5	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2,0	2	2,5	3
233	1	49	3	2	3	1	1	1	1	1	1	3	1	3	1	1,5	2	3	1	1	2	1,8	2	1,6	2	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	2	2	1	1	1,5	2	3	3	3	1	1	1	2,0	2	2,2	2			
234	1	28	1	5	5	1	1	1	1	1	1	3	1	5	4	4	2,5	3	5	4	3	2	3,5	4	2,8	3	5	5	1	3,7	4	2	3	2,5	3	3	1	2	1	1,8	2	3	2	5	4	3	2	3,2	3	2,8	3		

**ANEXO 14: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN**

	SEX	ED	Eda	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Co	Ud	Ud	Cort	Cor	Co	Ud	Ud	Ud	Larg	Lan	Est	Est	Ud	Ud	En	Elec	Elec	Ud	Ud	Aso	Aso	Ud	Ud	Ust	Ust	Opi	Opi	Ust	Ud	Ud	Ud	Ust	Us	Civ	Civ	Cor	Cor		
	O	AD	d_a	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	sid	ha	ha	o_pl	o_p	o_r	ha	ha	ha	o_pl	o_p	ate	ate	asi	asi	algu	total	total	ha	ha	ciati	ciati	ha	ha	ed	ed	nativ	nativ	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ca	ca	duc	duc		
			grup	ecib	parti	sido	sido	ecib	ecib	ecib	ecib	ecib	reci	ra	q	parti	parti	azo	azo	ra	q	sido	parti	parti	azo	azo	ias	ias	te	ve	na	2	2	sol.	cipa	va	va2	cipa	mani	ha	ha	a	a2	ha	ha	al	don.	don.	ha	ha	i	ca	ca2	as	as
235	1	59	3	5	5	2	2	1	1	1	1	3	1	5	4	3	2,6	3	5	4	3	2	3,5	4	2,8	3	5	5	2	4,0	4	3	2	2,5	3	1	1	3	1	1,5	2	3	5	5	3	3	2	3,5	4	2,9	3				
236	2	31	2	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	2,5	3	5	1	3	3	3,0	3	2,6	3	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	3	2	2	1	2,0	2	3	2	4	4	3	2	3,0	3	2,7	3				
237	1	40	2	4	3	1	1	1	1	1	4	1	5	3	3	2,2	2	5	4	2	1	3,0	3	2,4	2	5	5	1	3,7	4	2	3	2,5	3	3	1	1	1	1,5	2	3	3	5	5	3	1	3,3	3	2,8	3					
238	1	33	2	4	1	1	3	1	1	1	1	3	4	1	3	1,9	2	5	1	1	1	2,0	2	1,9	2	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	1	1	3	1	1,5	2	3	3	3	1	2	2	2,3	2	2,3	2					
239	2	47	3	5	1	2	2	2	1	1	2	1	1	3	1	1,8	2	3	1	1	1	1,5	2	1,7	2	4	3	1	2,7	3	1	3	2,0	2	1	1	3	3	2,0	2	3	3	4	4	3	3	3,3	3	2,7	3					
240	1	50	3	5	4	3	4	1	1	2	1	1	1	5	1	3	2,5	2	3	2	1	1	1,8	2	2,3	2	5	5	3	4,3	4	1	3	2,0	2	3	1	3	1	2,0	2	1	3	1	1	3	3	2,0	2	2,5	2				
241	2	30	2	2	3	4	5	3	1	3	4	2	1	5	3	2	2,9	3	5	3	5	2	3,8	4	3,1	3	5	5	2	4,0	4	3	2	2,5	3	1	3	4	5	3,3	3	3	5	5	4	3	3	3,8	4	3,5	4				
242	2	56	3	4	1	2	1	2	3	1	4	4	1	1	1	4	2,2	2	2	1	3	3	2,3	2	2,2	2	4	4	1	3,0	3	1	1	1,0	1	1	1	1	2	1,3	1	2	3	3	1	3	3	2,5	3	2,1	2				
243	1	62	4	3	1	1	2	1	3	1	2	1	2	4	1	1	1,8	2	4	4	2	5	3,8	4	2,2	2	5	5	1	3,7	4	3	1	2,0	2	1	4	3	4	3,0	3	2	4	4	5	5	3	3,8	4	3,3	3				
244	1	51	3	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1,5	1	2	1	1	3	1,8	2	1,5	2	1,5	2	4	2	3,3	3	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	3	3	4	1	1	1	2,2	2	1,9	2				
245	1	30	2	2	3	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1,4	1	2	1	1	1	1,3	1	1,4	1	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1,2	1	1,7	2			
246	1	22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1,2	1	2	1	1	1	2	1,5	2	1,2	1	5	5	2	4,0	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	2	3	3	1	2	1	2,0	2	2,0	2				
247	2	47	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1,1	1	3	1	1	1	1,5	2	1,2	1	5	5	2	4,0	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	2	3	1	3	1	1,8	2	1,9	2					
248	1	19	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1,2	1	3	1	3	1	3	2,0	2	1,4	1	2	1	1	1,3	1	1	1,0	1	3	1	1	1	1,5	2	1	1	1	1	1	1	5	1,7	2	1,5	1				
249	1	38	2	1	2	1	3	4	3	2	4	4	4	5	3,0	3	5	4	5	2	4,0	4	3,2	3	5	5	2	4,0	4	3	2	2,5	3	3	3	4	5	3,8	4	3	5	5	4	3	5	4,2	4	3,8	4						
250	2	23	1	5	4	3	4	1	1	2	1	1	5	1	3	2,5	2	3	2	1	1	1,8	2	2,3	2	5	5	3	4,3	4	1	3	2,0	2	3	1	3	1	2,0	2	1	3	1	1	3	3	2,0	2	2,5	2					
251	2	16	1	2	3	4	4	2	4	4	5	5	4	5	3	2	3,6	4	5	5	2	3	3,8	4	3,6	4	5	5	2	4,0	4	3	2	2,5	3	2	3	3	5	3,3	3	5	5	5	3	3	3	4,0	4	3,6	4				
252	2	18	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	3	1	1,3	1	1	1	3	1	1,5	2	1,4	1	1	1	3	1,7	2	2	1	1,5	2	1	2	1	1	1,3	1	1	2	1	1	4	1	1,7	2	1,5	2					
253	1	21	1	5	4	3	4	1	1	2	1	1	5	1	3	2,5	2	3	2	1	1	1,8	2	2,3	2	5	5	3	4,3	4	1	3	2,0	2	3	1	3	1	2,0	2	1	3	1	1	1	3	3	2,0	2	2,5	2				
254	1	28	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1,2	1	1	1	1	1	1,0	1	1,2	1	1	3	1	1,7	2	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	4	1	1	1,5	2	1,3	1					
255	1	70	4	1	1	1	3	1	2	1	4	1	1	1	3	1,6	2	3	1	1	1	1,5	2	1,6	2	1	1	1	1,0	1	1	3	2,0	2	1	2	5	1	2,3	2	1	1	1	1	3	1	1,3	1	1,6	2					
256	2	36	2	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	2	1,3	1	5	1	1	1	2,0	2	1,5	1	1	3	1	1,7	2	2	1	1,5	2	1	1	3	1	1,5	2	1	1	1	1	3	1	1,3	1	1,5	1					
257	1	48	3	4	1	2	1	2	3	1	4	4	1	1	1	4	2,2	2	2	1	3	3	2,3	2	2,2	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	2	1,3	1	2	3	3	1	3	3	2,5	3	2,2	2				
258	1	44	2	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,6	2	5	5	4	4	4,5	5	2,3	2	5	5	1	3,7	4	2	2	2,0	2	2	1	1	1	1,3	1	3	3	5	5	3	4	3,8	4	2,9	3					
259	2	66	4	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1,9	2	5	5	3	4	4,3	4	2,5	2	5	5	2	4,0	4	2	2	2,0	2	2	1	1	1	1,3	1	4	2	5	5	3	5	4,0	4	3,0	3					
260	1	49	3	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	4	2,5	2	5	5	3	3	4,0	4	2,8	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	3	5	5	4	3	3,5	4	2,5	3				

**ANEXO 15: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN**

	SEX	ED	Eda	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Co	Ud	Ud	Cort	Co	Co	Ud	Ud	Ud	Larg	Lan	Est	Est	Ud	Ud	En	Elec	Elec	Ud	Ud	Aso	Aso	Ud	Ud	Ust	Ust	Opi	Opi	Ust	Ud	Ud	Ud	Ust	Us	Civi	Civi	Cor	Cor																
	O	AD	d_a	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	sid	ha	ha	o_pl	o_p	sid	cor	ha	ha	o_pl	o_p	ate	ate	asi	asi	alg	total	total	ha	par	ciati	ciati	par	ha	ed	ed	nativ	nativ	ed	ton	ha	ha	ed	ed	ca	ca	duc	duc																
			grup	ecib	parti	sido	sido	ecib	ecib	ecib	ecib	reci	ra	q	parti	parti	azo	azo	ra	q	side	parti	parti	azo	azo	ias	ias	te	te	v	na	2	sol	ciati	ciati	ciati	man	ha	ha	ha	ha	a	a	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha
261	2	58	3	4	4	1	1	1	1	1	4	1	5	4	4	2,5	2	5	5	3	1	3,5	4	2,7	3	4	4	2	3,3	3	3	4	3,5	4	4	3	2	1	2,5	3	3	3	4	4	3	3	3,3	3	3,3	3	3,1	3															
262	1	30	2	4	4	1	4	2	2	1	3	1	4	1	1	4	2,5	2	2	2	1	1,5	2	2,2	2	5	5	1	3,7	4	2	3	2,5	3	1	3	2	3	2,3	2	3	3	3	3	3	1	2	2,5	3	2,7	3																
263	2	23	1	5	4	1	1	1	1	1	1	5	1	5	4	2,6	3	5	5	3	3	4,0	4	2,9	3	5	5	2	4,0	4	1	3	2,0	2	3	1	1	1	1,5	2	1	1	4	4	3	2	2,5	3	2,5	2																	
264	2	60	4	4	2	1	3	1	1	1	1	3	1	3	1	3	1,9	2	2	1	1	1,3	1	1,8	2	4	4	3	3,7	4	1	3	2,0	2	3	1	1	2	1,8	2	3	3	3	1	1	2,0	2	2,3	2																		
265	1	21	1	3	2	1	1	1	1	1	2	2	3	1	3	1	1,7	2	1	1	1	2	1,3	1	1,6	2	5	5	2	4,0	4	1	2	1,5	2	1	1	1	1	1,0	1	2	3	4	1	3	1	2,3	2	2,2	2																
266	2	27	1	3	2	1	1	1	1	1	1	3	1	3	1	3	1,7	2	1	1	1	1,0	1	1,5	2	5	5	1	3,7	4	2	1	1,5	2	1	1	1	1	1,0	1	2	3	3	1	3	1	2,2	2	2,1	2																	
267	2	19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1,2	1	3	1	1	1	1,5	2	1,2	1	1	1	1	1,0	1	2	1	1,5	2	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1	1,0	1	1,1	1	1	1	1	1														
268	1	29	1	3	1	1	1	2	1	1	1	3	2	2	1	1,5	2	1	1	1	1	1,0	1	1,4	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	3	3	1	2	1	1,8	2	1,9	2																	
269	2	25	1	4	4	1	1	1	1	1	1	4	1	5	2	3	2,2	2	3	1	1	1,5	2	2,1	2	5	5	2	4,0	4	3	3	3,0	3	3	3	2	1	2,3	2	3	3	3	4	3	4	3,3	3	3,1	3																	
270	2	49	3	2	2	1	2	1	1	3	1	3	4	1	2	1,8	2	3	3	1	1	2,0	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	2	1	1,5	2	1	3	1	1	1,5	2	3	3	2	1	2	1	2,0	2	2,1	2																	
271	1	35	2	4	2	2	3	1	1	3	1	1	4	1	1	2,0	2	3	3	1	1	2,0	2	2,0	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	2	1	2	1,5	2	3	3	3	3	2	1	2,5	3	2,3	2																	
272	1	66	4	5	4	1	1	1	1	1	4	1	5	5	5	2,7	3	5	5	2	4	4,0	4	3,0	3	5	5	2	4,0	4	3	2	2,5	3	2	2	2	2	2,0	2	3	3	5	5	4	3	3,8	4	3,2	3																	
273	2	38	2	3	1	2	4	1	1	4	1	1	1	4	1	1,9	2	3	3	1	1	2,0	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	2	1	1,5	2	1	2	1	2	1,5	2	3	3	3	1	2	1	2,2	2	2,2	2																	
274	2	37	2	4	4	1	1	1	1	1	1	4	1	5	3	3	2,3	2	5	4	4	4,3	4	2,8	3	5	5	2	4,0	4	3	4	3,5	4	4	1	1	1	1,8	2	1	2	4	3	2	3	2,5	3	2,7	3																	
275	2	47	3	3	2	1	1	1	1	1	1	4	1	5	3	3	2,1	2	5	4	3	2	3,5	4	2,4	2	4	4	2	3,3	3	2	3	2,5	3	3	1	3	1	2,0	2	3	3	4	4	3	2	3,2	3	2,8	3																
276	1	46	3	4	2	2	3	1	1	3	1	1	3	1	1	1,8	2	2	3	1	1	1,8	2	1,8	2	5	5	1	3,7	4	1	2	1,5	2	1	1	2	1	1,3	1	4	3	3	3	1	1	2,5	3	2,3	2																	
277	2	45	3	4	3	1	1	1	1	1	4	1	5	3	3	2,2	2	5	4	3	3	3,8	4	2,6	3	5	5	2	4,0	4	2	3	2,5	3	1	1	1	1	1,0	1	3	3	4	4	3	2	3,2	3	2,7	3																	
278	2	66	4	4	4	1	1	2	1	3	1	2	4	1	1	2,1	2	3	2	1	1	1,8	2	2,0	2	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	3	3	1	1	2,0	2	3	3	2	1	1	2,0	2	2,3	2																		
279	2	44	2	5	5	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	3	3	2,5	3	5	4	2	2	3,3	3	2,7	3	5	5	1	3,7	4	2	3	2,5	3	2	3	3	1	2,3	2	3	2	4	4	1	3	2,8	3	2,8	3															
280	2	52	3	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	5	3	3	2,5	3	5	5	4	3	4,3	4	2,9	3	5	5	1	3,7	4	3	3	3,0	3	3	1	3	1	2,0	2	3	3	5	4	3	2	3,3	3	3,0	3																
281	2	27	1	2	2	1	1	1	1	3	1	2	4	1	1	1,6	2	3	3	1	1	2,0	2	1,7	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	3	3	1	3	1	2,0	2	1,9	2																	
282	2	38	2	3	3	1	3	2	1	3	1	2	4	1	2	1,2	2	1	3	1	1	1,5	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	2	2	1	1,5	2	3	3	3	2	2	1	2,3	2	2,2	2																	
283	2	50	3	5	1	1	3	1	1	3	1	2	4	3	1	1,2	2	2	2	1	1	1,5	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	2	2	2,0	2	1	1	1	1	1,0	1	3	4	3	3	2	1	2,7	3	2,3	2																	
284	2	32	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	3	1	1,4	1	3	3	1	1	2,0	2	1,5	2	5	5	2	4,0	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	3	3	3	3	1	1	2,3	2	2,1	2																	
285	1	55	3	5	1	1	1	1	1	1	5	1	4	4	4	2,3	2	4	4	4	4	4,0	4	2,7	3	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	3	1	1	1	1,5	2	3	3	4	4	3	5	3,7	4	2,7	3																	
286	2	45	3	2	1	1	1	1	1	3	1	1	3	3	2	1,6	2	3	1	1	1	1,5	2	1,6	2	4	4	3	3,7	4	2	1	1,5	2	1	1	2	1	1,3	1	4	3	1	1	1	1	1,8	2	2,0	2																	

## ANEXO 16: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN

	SEX	ED	Eda	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Co	Ud	Ud	Cort	Cor	Co	Ud	Ud	Ud	Larg	Lari	Est	Est	Ud	Ud	En	Elec	Elec	Ud	Ud	Aso	Aso	Ud	Ud	Ust	Ust	Opi	Opi	Ust	Ud	Ud	Ud	Ud	Ust	Us	Civi	Civi	Cor	Cor																				
	O	AD	d_a	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	q	ha	ha	o_pl	o_p	sid	cor	ha	ha	o_pl	o_p	ate	ate	asii	asii	alg	toral	toral	ha	par	ciati	ciati	par	ha	ed	ed	ativ	ativ	ed	ton	ha	ha	ed	ed	ca	ca2	duc	duc																					
			grup	ecib	parti	sido	sido	ecib	ecib	ecib	ecib	ecib	reci	ra	parti	parti	azo	azo	ra	side	parti	parti	azo	azo	ias	ias	te_v	te_v	na	2	2	soli	ciipa	va	ciipa	man	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha
287	2	54	3	5	4	1	4	3	1	2	3	1	3	1	1	3	2,5	2	3	1	1	2	1,8	2	2,3	2	5	5	1	3,7	4	1	4	2,5	3	3	3	2	3	2,8	3	4	4	3	1	2	3	2,8	3	2,9	3																					
288	1	32	2	4	3	1	2	1	1	2	1	1	3	1	1	2	1,8	2	3	2	1	1	1,8	2	1,8	2	5	5	2	4,0	4	2	1	1,5	2	1	2	1	1	1,3	1	3	3	3	1	2	1	2,2	2	2,2	2																					
289	2	50	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,2	1	3	3	1	1	2,0	2	1,4	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	3	3	3	1	2	1	2,2	2	2,0	2																						
290	2	39	2	2	1	1	3	2	1	3	1	3	1	2	1	1	1,7	2	2	2	1	1	1,5	2	1,6	2	4	4	1	3,0	3	1	3	2,0	2	2	1	1	2	1,5	2	1	2	3	1	2	1	1,7	2	1,9	2																					
291	1	28	1	4	2	1	3	1	1	3	1	1	3	1	1	1,8	2	1	2	1	1	1	1,3	1	1,6	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	2	2	3	3	2,5	3	3	3	1	1	1	2,0	2	2,3	2																						
292	1	29	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1,2	1	4	1	1	1	1	1,8	2	1,4	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	4	3	3	1	2	1	2,3	2	2,1	2																					
293	1	29	1	4	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1,5	1	2	1	1	1	1,3	1	1,4	1	5	5	2	4,0	4	1	1	1,0	1	1	1	2	2	1,5	2	3	3	3	1	3	1	2,3	2	2,3	2																					
294	1	30	2	3	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1,4	1	2	2	1	1	1,5	2	1,4	1	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1	1,0	1	1,7	2																						
295	1	26	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,1	1	2	3	1	1	1	1,8	2	1,2	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	2	3	3	3	1	2,2	2	2,0	2																					
296	1	49	3	4	3	1	2	1	1	1	1	3	1	4	1	1,8	2	4	2	2	1	2,3	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	3	2	2	2	2,3	2	3	3	3	2	2	3	2,7	3	2,7	3																						
297	2	44	2	4	3	1	1	1	1	1	1	3	1	4	1	1,9	2	3	2	2	1	2,0	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	1	2	1,5	2	2	1	1	2	1,5	2	2	2	3	2	1	2	2,0	2	2,1	2																						
298	1	42	2	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	4	1	1,5	2	4	2	2	2	2,5	3	1,8	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	2	2	1	1	1,3	1	1,7	2																						
299	1	42	2	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1	4	1	1,5	2	4	2	2	2	2,5	3	1,8	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	2	2	1	1	1,5	2	3	3	3	3	4	4	3,3	3	2,6	3																						
300	1	27	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1,2	1	2	2	1	1	1,2	1	2	2	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	2	2	1	2	1,8	2	2	2	3	2	2	2,3	2	2,3	2																						
301	1	25	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1,3	1	3	2	1	2	2,0	2	1,5	1	5	5	1	3,7	4	1	2	1,5	2	2	2	1	1	1,5	2	2	2	3	3	2	2	2,3	2	2,3	2																						
302	1	26	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,1	1	3	3	1	1	2,0	2	1,3	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	2	3	3	2	1	2,0	2	1,9	2																						
303	1	28	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,1	1	2	2	1	1	1,5	2	1,2	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	2	3	3	3	1	2,2	2	2,0	2																						
304	2	27	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,1	1	3	3	1	1	2,0	2	1,3	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	2	3	3	3	1	2,2	2	2,0	2																						
305	2	40	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1,6	2	5	3	3	1	3,0	3	1,9	2	5	5	2	4,0	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	3	1,5	2	3	3	3	5	1	2,7	3	2,4	2																						
306	2	55	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	1	1,5	1	5	5	1	2	3,3	3	1,9	2	1	5	3	3,0	3	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	3	3	1	1	3	2,0	2	1,8	2																						
307	1	51	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1,4	1	4	1	1	1	1,8	2	1,5	1	1	5	3	3,0	3	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	3	3	1	1	2	1,8	2	1,7	2																						
308	1	67	4	2	3	1	1	1	1	3	3	1	5	3	3	2,2	2	5	3	3	3	3,5	4	2,5	2	5	5	1	3,7	4	3	4	3,5	4	1	1	1	1	1,0	1	4	5	4	1	1	5	3,3	3	2,8	3																						
309	2	36	2	4	3	1	1	1	1	1	1	3	1	5	1	2,0	2	4	2	2	1	2,3	2	2,1	2	5	5	1	3,7	4	2	3	2,5	3	2	2	2	2	2,0	2	3	3	3	2	2	3	2,7	3	2,7	3																						
310	2	57	3	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1,3	1	1	2	1	1	1,3	1	1,3	1	5	5	1	3,7	4	1	2	1,5	2	1	1	1	1	1,0	1	1	3	3	3	3	3	2,7	3	2,3	2																						
311	2	53	3	4	4	1	3	3	1	1	1	2	1	3	1	2,1	2	3	2	2	1	2,0	2	2,1	2	4	4	1	3,0	3	1	3	2,0	2	2	2	2	2	3	2,3	2	2	2	3	2	3	2	2,3	2	2,4	2																					
312	2	5	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1,5	2	3	2	2	1	2,0	2	1,6	2	4	4	2	3,3	3	1	2	1,5	2	2	1	2	2	1,8	2	2	2	2	2	2	1	1,8	2	2,1	2																						

### ANEXO 17: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN

	SEX O	ED AD	Eda d_a	Ud ha	Ud ha	Ud ha	Ud ha	Ud ha	Ud ha	Ud ha	Ud ha	Ud Ha	Co sid	Ud ha	Ud ha	Cor o_p	Co sid	Ud co	Ud ha	Ud ha	Larg o_p	Lari o_p	Est ate	Est ate	Ud asi	Ud asi	En algt	Elec total	Elec total	Ud ha	Ud par	Aso ciati	Aso ciati	Ud par	Ud ha	Ust ed	Ust ed	Opi nativ	Opi nativ	Ust ed	Ud ton	Ud ha	Ud ha	Ust ed	Us ed	Civ ca	Civ ca	Cor duc	Cor duc					
313	1	56	3	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1,5	1	3	2	2	1	2,0	2	1,6	2	4	4	2	3,3	3	1	2	1,5	2	2	1	2	2	1,8	2	2	2	2	2	2	2,0	2	2,1	2
314	1	58	3	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1,3	1	1	2	1	1,3	1	1,3	1	5	5	1	3,7	4	1	2	1,5	2	1	1	1	1	1,0	1	3	3	3	3	3	3	3,0	3	2,4	2				
315	1	43	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1,3	1	3	2	1	1	1,8	2	1,4	1	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	3	4	3	1	1	2,2	2	2,1	2				
316	1	38	2	3	2	1	3	2	1	1	1	3	1	4	1	3	2,0	2	4	1	1	1,8	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	3	1	2	2	2,0	2	3	4	3	2	3	3	3,0	3	2,7	3				
317	1	43	2	5	3	1	1	2	1	1	1	3	1	4	1	3	2,1	2	4	2	2	1	2,3	2	2,1	2	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	2	3	2	3	2,5	3	3	4	3	2	3	3	3,0	3	2,9	3			
318	1	34	2	5	3	1	1	3	1	1	1	3	1	5	1	3	2,2	2	5	2	2	1	2,5	3	2,3	2	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	3	1	3	3	2,5	3	3	4	3	2	3	3	3,0	3	2,9	3			
319	1	35	2	4	2	1	2	1	1	1	1	3	1	5	1	3	2,0	2	5	2	2	1	2,5	3	2,1	2	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	2	2	2	2	2,0	2	2	3	2	1	2	2	2,0	2	2,3	2			
320	2	37	2	4	3	1	2	1	1	1	1	3	1	4	1	2	1,9	2	4	1	1	1	1,8	2	1,9	2	4	4	2	3,3	3	1	3	2,0	2	2	3	1	2	2,0	2	2	3	3	2	2	2	2,3	2	2,4	2			
321	1	39	2	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1,3	1	3	1	1	1	1,5	2	1,4	1	4	4	2	3,3	3	1	2	1,5	2	2	1	1	2	1,5	2	2	3	2	1	2	1	1,8	2	2,0	2				
322	1	42	2	3	2	1	2	2	1	1	1	2	1	3	1	1	1,6	2	4	2	2	1	2,3	2	1,8	2	5	5	1	3,7	4	1	2	1,5	2	2	1	2	2	1,8	2	2	3	2	2	2	2	2,2	2	2,3	2			
323	1	41	2	4	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3	1	1	1,5	2	4	4	1	2	2,8	3	1,8	2	5	5	2	4,0	4	1	1	1,0	1	2	3	1	1	1,8	2	3	3	3	3	3	3	3,0	3	2,6	3			
324	2	39	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1,6	2	5	2	2	1	2,5	3	1,8	2	5	5	2	4,0	4	1	1	1,0	1	1	1	1	2	1,3	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1,7	2	1,9	2	
325	1	57	3	5	1	4	3	1	1	1	1	3	1	4	1	3	2,2	2	4	4	1	1	2,5	3	2,3	2	5	5	2	4,0	4	5	5	5,0	5	1	2	1	1	1,3	1	2	5	5	4	2	2	3,3	3	3,1	3			
326	2	43	2	3	3	1	1	1	1	3	2	2	2	1	1	1,7	2	3	3	1	1	2,0	2	1,8	2	5	5	1	3,7	4	3	1	2,0	2	1	1	1	1	1,0	1	1	4	3	3	1	2,5	3	2,3	2					
327	1	45	3	5	3	1	3	1	1	1	1	3	1	4	1	3	2,2	2	5	1	1	1	2,0	2	2,1	2	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	2	3	3	3	2,8	3	2	3	2	2,3	2	2,7	3						
328	2	44	2	3	3	1	2	1	1	1	1	3	1	4	1	3	1,9	2	4	1	1	1	1,8	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	1	3	2,0	2	2	2	2	2	2,0	2	2	3	3	2	3	3	2,7	3	2,6	3			
329	1	63	4	5	2	1	2	1	1	1	1	2	2	4	1	3	2,0	2	3	1	1	1	1,5	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	5	5	5	5	2	1	3,8	4	2,7	3			
330	1	64	4	5	1	1	1	1	1	2	1	1	1	5	1	1	1,7	2	1	5	1	1	2,0	2	1,8	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	5	5	5	1	1	3,0	3	2,3	2			
331	2	40	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,4	1	2	1	1	1	1,3	1	1,4	1	5	5	3	4,3	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	3	1	1	2	1	1,5	2	1,9	2				
332	2	41	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1,4	1	3	1	1	1	1,5	2	1,4	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	3	1	1	1	1	1,3	1	1,7	2				
333	1	23	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1,4	1	3	2	2	3	2,5	3	1,6	2	4	4	3	3,7	4	2	1	1,5	2	1	1	1	1	1,0	1	1	3	3	3	2	1	2,2	2	2,1	2				
334	1	29	1	2	1	1	1	1	1	2	1	3	3	5	1	1	1,8	2	3	4	1	1	2,3	2	1,9	2	5	5	1	3,7	4	2	1	1,5	2	1	1	1	1	1,0	1	2	2	3	3	1	2	2,2	2	2,1	2			
335	1	37	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	4	1	1	1,5	2	3	3	1	1	2,0	2	1,6	2	4	5	1	3,3	3	3	1	2,0	2	1	3	1	2	1,8	2	3	4	3	3	1	3	2,8	3	2,5	3			
336	1	47	3	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,3	1	2	2	1	1	1,5	2	1,4	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	1	3	3	3	1	2,0	2	1,9	2				
337	2	44	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1,2	1	3	3	1	1	2,0	2	1,4	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	3	3	1	1	1	1	1,7	2	1,8	2				
338	1	32	2	3	1	1	1	1	1	3	1	2	1	3	1	1	1,5	2	3	3	1	2	2,3	2	1,7	2	5	5	2	4,0	4	3	1	2,0	2	1	1	1	1	1,0	1	2	3	3	4	1	3	2,7	3	2,4	2			

ANEXO 18: BASE DE DATOS - CONTINUACIÓN

	SEX	ED	Eda	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Ud	Co	Ud	Ud	Cort	Cor	Co	Ud	Ud	Ud	Larg	Lar	Est	Est	Ud	Ud	En	Elec	Elec	Ud	Ud	Aso	Aso	Ud	Ud	Ust	Ust	Opi	Opi	Ust	Ud	Ud	Ud	Ud	Ust	Us	Civ	Civ	Cor	Cor	
	O	AD	d_a	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	ha	Ha	sidi	ha	ha	o_pl	o_p	sidi	cor	ha	ha	o_pl	o_p	ate	ate	asi:	asi:	algor	total	total	ha	par	ciati	ciati	par	ha	ed	ed	nativ	nativ	ed	ton	ha	ha	ed	ed	ca	ca	duc	duc		
			grup	ecib	parti	sido	sido	ecib	ecib	ecib	ecib	ecib	Ha	ra	q	parti	parti	azo	azo	ra	side	parti	parti	azo	azo	ias	ias	te	te	v_n	total	total	2	soli	ciati	ciati	2	man	ha	ha	a	ha	a	al	don	don	ha	ha	i	ca	ca	as	as
340	1	32	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1,3	1	1	4	1	1	1,8	2	1,4	1	1	5	5	3,7	4	2	1	1,5	2	1	1	1	1	1,0	1	1	1	1	1	3	1,3	1	1,7	2			
341	1	42	2	4	1	1	1	1	1	3	1	2	1	5	1	1	1,8	2	5	3	2	2	3,0	3	2,1	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	2	3	3	3	3	2,8	3	2,3	2			
342	2	28	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,1	1	2	2	1	1	1,5	2	1,2	1	5	5	2	4,0	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	2	2	2	2	1	1,7	2	1,9	2			
343	1	42	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1,4	1	3	1	1	1,5	2	1,4	1	5	5	3	4,3	4	1	3	2,0	2	1	1	1	1	1,0	1	3	4	4	3	3	3,3	3	2,7	3				
344	2	33	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,3	1	1	4	3	1	2,3	2	1,5	2	1	5	5	3,7	4	4	3	3,5	4	1	1	1	1	1	1,0	1	2	3	4	1	3	2,7	3	2,5	3			
345	1	36	2	3	2	1	2	1	1	1	1	1	2	3	1	1,5	2	4	5	2	2	3,3	3	1,9	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	2	3	3	3	5	1	2,8	3	2,3	2			
346	1	35	2	4	3	2	1	1	2	1	1	2	3	1	1	1,8	2	5	5	4	4	4,5	5	2,4	2	5	5	1	3,7	4	2	1	1,5	2	1	2	1	1	1,3	1	2	3	3	2	3	3	2,7	3	2,3	2			
347	2	56	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,3	1	5	5	5	1	4,0	4	1,9	2	5	5	1	3,7	4	3	3	3,0	3	3	1	1	3	2,0	2	3	3	3	4	3	1	2,8	3	2,8	3			
348	1	54	3	3	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1,4	1	1	1	1	1	1,0	1	1,3	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	3	3	1	1	1	1,7	2	1,8	2			
349	1	40	2	1	1	1	1	1	1	3	2	3	1	1	1	1,4	1	5	2	1	1	2,3	2	1,6	2	5	5	3	4,3	4	3	1	2,0	2	1	1	1	1	1,0	1	1	3	3	1	1	1	1,7	2	2,1	2			
350	2	18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1,2	1	2	1	1	1	1,3	1	1,2	1	1	1	2	1,3	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	2	5	4	3	1	1	2,7	3	1,7	2				
351	2	39	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1,2	1	2	2	1	1	1,5	2	1,3	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	2	3	3	2	3	2	2,5	3	2,1	2			
352	1	39	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1,1	1	3	2	1	1	1,8	2	1,2	1	5	5	4	4,7	5	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	2	2	4	2	1	2	2,2	2	2,2	2			
353	2	28	1	5	3	1	2	1	1	1	2	1	1	5	1	4	2,2	2	3	3	2	1	2,3	2	2,2	2	4	5	2	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	3	3	2,0	2	2	3	3	2	3	3	2,7	3	2,5	2		
354	1	32	2	5	3	1	2	1	1	1	2	1	1	5	1	4	2,2	2	3	3	2	1	2,3	2	2,2	2	4	5	1	3,3	3	2	3	2,5	3	3	3	1	3	2,5	3	1	3	3	1	1	3	2,0	2	2,5	2		
355	1	46	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1,3	1	1	2	3	1	1,8	2	1,4	1	1	1	1	1,0	1	2	2	2,0	2	1	1	1	1	1,0	1	1	3	3	1	3	2	2,2	2	1,6	2		
356	1	23	1	3	4	3	4	3	2	1	3	2	3	1	3	2	2,6	3	2	1	1	3	1,8	2	2,4	2	3	2	3	2,7	3	4	3	3,5	4	2	4	3	1	2,5	3	3	4	2	3	4	1	2,8	3	2,8	3		
357	1	22	1	4	3	4	2	3	3	4	3	4	2	5	4	3	3,4	3	2	4	3	4	3,3	3	3,4	3	1	3	2	2,0	2	3	2	2,5	3	4	3	5	3	3,8	4	2	4	3	2	3	4	3,0	3	2,9	3		
358	1	21	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	3	2	3	1	1,6	2	2	3	1	1	1,8	2	1,6	2	3	3	4	3,3	3	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	1	4	4	2	1	1	2,2	2	1,9	2		
359	2	41	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	3	2	1,8	2	4	5	4	3	4,0	4	2,3	2	5	5	1	3,7	4	3	2	2,5	3	2	1	1	3	1,8	2	3	4	4	2	5	3	3,5	4	2,9	3			
360	1	29	1	2	2	3	1	1	3	1	1	2	2	5	2	1	2,0	2	5	4	4	3	4,0	4	2,5	2	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	2	2	1,5	2	4	3	3	3	2	3,0	3	2,5	2			
361	2	75	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,0	1	4	3	1	1	2,3	2	1,3	1	5	5	1	3,7	4	1	1	1,0	1	1	1	1	1	1,0	1	4	3	5	1	1	1	2,5	3	2,1	2			
362	2	33	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,1	1	2	1	1	1	1,3	1	1,1	1	5	5	1	3,7	4	3	1	2,0	2	1	1	1	1	1,0	1	1	2	3	2	1	3	2,0	2	2,1	2			
363	2	57	3	1	1	1	2	1	1	1	3	2	1	5	3	4	2,0	2	5	3	1	1	2,5	3	2,1	2	5	5	1	3,7	4	2	1	1,5	2	1	1	1	1	1,0	1	2	3	4	1	1	3	2,3	2	2,1	2		
364	2	25	1	5	3	1	2	1	1	1	2	1	1	5	1	4	2,2	2	3	3	2	1	2,3	2	2,2	2	4	5	1	3,3	3	2	3	2,5	3	3	3	1	3	2,5	3	1	3	3	1	1	3	2,0	2	2,5	2		
365	1	33	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1,3	1	1	2	3	1	1,8	2	1,4	1	1	1	1	1,0	1	1	2	1,5	2	2	1	1	1	1,3	1	1	1	2	2	2	1,5	2	1,3	1			