

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas**



**“DETERMINACIÓN Y ANÁLISIS DE VARIABLES QUE INCIDEN  
EN LA DECISIÓN DEL VOTO”**

**TESIS DE GRADO**

**Previa a la obtención del Título de:  
INGENIERO COMERCIAL Y EMPRESARIAL**

**Presentado por:**

ANZULES PRADO LIDISE JAHAIRA  
CARDONA BRAVO BERTHA JANINA  
OLAYA CORNEJO GENESIS ARIANA

**Director:**

ING. OMAR MALUK SALEM

**Guayaquil – Ecuador**

**2014**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a Dios por continuar regalándome fortaleza y sabiduría que hasta el momento han sido una inspiración de lucha en el cumplimiento de una de mis principales metas.

También, agradezco a mi Sra. madre Bertha Bravo Cordovillo por el amor y por el apoyo incondicional que me sigue brindando en cada una de las cosas que quiero alcanzar, ya que; ha sido ella el pilar principal en este logro profesional.

Asimismo, me complace en agradecerle a José Antonio García Onofre; quién con su positivismo llegó a mi vida para perseguir juntos y con la bendición de Dios muchos sueños más.

Por último, agradezco a mi tutor y a aquellas personas que compartieron sus ideas y recomendaciones para hacer posible de ésta tesis un excelente desarrollo de investigación.

**Bertha Cardona Bravo**

Agradezco a Dios por haberme dado inteligencia y fuerza para terminar con éxito este proyecto.

Infinitamente a mis padres, esposo y hermano quienes con sus consejos, ayuda moral y económica han hecho de mí una mujer útil a la sociedad.

A mis primas Grecia y Yulexi, que han sido como mis hermanas, gracias por su eterno cariño y por la hermosa amistad que tenemos.

A mis profesores del ciclo universitario que supieron impartirme sus sabios conocimientos como base fundamental del aprendizaje.

A mis amigos de colegio y universidad ya que en todo momento hemos sido un conglomerado de amistad y hermandad, para sobrellevar el duro peso del camino hacia la cumbre del éxito.

**Lidise Anzules Prado**

En primer lugar le agradezco a Dios: Por darme la sabiduría y el entendimiento necesario en todo momento de mi vida.

Luego a mis padres: Por formarme como persona de bien, dedicada y de buenos pensamientos.

A mis profesores: Por brindarme el tiempo y la dedicación necesaria para adquirir el conocimiento requerido en mi preparación profesional y humana.

A mis familiares y amigos: Por su apoyo incondicional y que aportaron de forma positiva en mi vida y me han llenado de momentos que no olvidare.

**Génesis Olaya Cornejo**

## **DEDICATORIA**

A Dios quién nos enseña cada día que la vida que nos regala es para luchar con dignidad  
y para vencer con humildad.

A mi madre quién es la parte fundamental de mi inspiración y la razón de continuar  
luchando para lograr cumplir con la bendición celestial sus principales sueños.

A mis familiares, amigos/as y José Antonio García Onofre que con su amor y  
compresión ha estado conmigo apoyándome y diciendo día a día que todo saldrá bien.

### **Bertha Cardona Bravo**

A mis padres: Esther y Nelson quienes han sido fuente de inspiración, apoyo moral,  
apoyo económico para mí y han sabido guiarme por el camino de la superación para no  
declinar en los momentos difíciles.

A mi esposo: Adrián Villegas que ha tenido paciencia y ha sabido comprenderme y  
motivado en los momentos más difíciles de esta etapa terminada.

A mi Tía Sarita: Por guiarme siempre, darme consejos cuando los necesito y por formar  
parte de mi formación personal y profesional.

A mi hermano y primas: Jostin, Noelia y Solange para que tenga presente siempre que  
con esfuerzo y perseverancia todas nuestras metas se pueden cumplir.

### **Lidise Anzules Prado**

A Dios mi padre celestial, mi gran amigo y mi fortaleza.

A mi madre por su esfuerzo incondicional para mi superación, por sus consejos y por  
inculcarme sus ideales. Mami este logro es para ti.

A mis abuelitos por haber sido mi apoyo en todo momento.

A mi Tía Anita por depositar su confianza en mí.

A mis queridas hermanas mujeres fuertes y valientes.

A mi mejor amiga Issa y

A toda mi familia...

“A todos ustedes dedico este trabajo

Porque siempre permanecieron a mi lado y los amo.”

### **Génesis Olaya Cornejo**

# **TRIBUNAL DE TITULACIÓN**

---

Ing. Washington Martínez

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

Ing. Omar Maluk

**DIRECTOR DE TESIS**

---

Ing. Mariela Pérez

**VOCAL PRINCIPAL**

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

“La responsabilidad del contenido de éste Trabajo de Titulación, corresponde exclusivamente al autor; y al patrimonio intelectual de la misma Escuela Superior Politécnica del Litoral”.

---

Anzules Prado Lidise Jahaira

CI: 092837432-1

---

Cardona Bravo Bertha Janina

CI: 120622119-2

---

Olaya Cornejo Génesis Ariana

CI: 092637582-5

## CONTENIDO

<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>II</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>IV</b>
<b>TRIBUNAL DE TITULACIÓN .....</b>	<b>V</b>
<b>DECLARACIÓN EXPRESA.....</b>	<b>VI</b>
<b>CONTENIDO .....</b>	<b>VII</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>X</b>
<b>LISTA DE ILUSTRACIONES .....</b>	<b>XII</b>
<b>LISTA DE CUADROS .....</b>	<b>XIII</b>
<b>CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1.1. Antecedentes .....	1
<b>1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>3</b>
1.2.1. Árbol de Causas y Efectos.....	4
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN, PROPÓSITO, RELEVANCIA Y USO .....</b>	<b>5</b>
1.3.1. Matriz de Involucrados.....	7
1.3.2. Matriz de Vester .....	10
<b>1.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACION:.....</b>	<b>14</b>
<b>1.5. OBJETIVOS .....</b>	<b>14</b>
1.5.1. Objetivo General .....	14
1.5.2. Objetivos Específicos .....	15
1.5.3. Árbol de Medios y Fines .....	18
1.5.4. Marco Lógico .....	20
<b>1.6. HIPÓTESIS.....</b>	<b>29</b>
<b>CAPÍTULO 2: REVISIÓN DE LITERATURA .....</b>	<b>30</b>
<b>2.1. BASES TEÓRICAS.....</b>	<b>30</b>
2.1.1. Selección de Candidatos.....	30
2.1.2. Perfil Ético de los candidatos .....	31
2.1.3. Participación Electoral .....	31

2.1.4.	Comportamiento, Intereses y Preferencias de los electores .....	32
2.1.5.	Imagen del candidato y su influencia en el proceso electoral .....	33
2.1.6.	Campañas electorales, medios de comunicación y construcción de la agenda de temas como una ayuda idónea en un proceso electoral .....	33
<b>2.2.</b>	<b>MATRIZ DE REVISIÓN DE LITERATURA .....</b>	<b>34</b>
<b>CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>		<b>35</b>
<b>3.1.</b>	<b>TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>35</b>
3.1.1.	Diseño de Investigación .....	35
<b>3.2.</b>	<b>POBLACIÓN Y MUESTRA .....</b>	<b>36</b>
3.2.1.	Selección de la Población.....	36
3.2.2.	Definición del Tamaño de la Muestra .....	38
<b>3.3.</b>	<b>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE ANÁLISIS .....</b>	<b>39</b>
3.3.1.	Encuestas.....	39
3.3.2.	Entrevistas .....	39
3.3.3.	Revisión de documentos.....	39
3.3.4.	Procesamiento de datos .....	39
<b>CAPÍTULO 4: APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA .....</b>		<b>41</b>
<b>4.1.</b>	<b>VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS .....</b>	<b>41</b>
4.1.1.	Investigación Exploratoria .....	41
4.1.1.1.	Análisis de las Entrevistas .....	41
4.1.2.	Investigación Descriptiva .....	42
4.1.2.1.	Análisis de la Encuesta .....	42
<b>CAPÍTULO 5: ÁMBITO ECONÓMICO, SOCIAL Y POLÍTICO.....</b>		<b>63</b>
<b>5.1.</b>	<b>ANÁLISIS DENTRO DEL ÁMBITO ECONÓMICO, SOCIAL Y POLÍTICO. 63</b>	
5.1.1.	Estrategias Social-Económicas que influyen en el ámbito político.....	63
5.1.2.	Análisis del Gasto Electoral .....	65
5.1.3.	Las Elecciones y el Voto Económico.....	69
<b>CAPÍTULO 6: ANÁLISIS ESTADÍSTICO EN SPSS.....</b>		<b>71</b>
<b>6.1.</b>	<b>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>71</b>
6.1.1.	Análisis Factorial.....	71
6.1.1.1.	KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) y Prueba de esfericidad de Bartlett.....	71



6.1.1.2.	Varianza Total Explicada .....	72
6.1.1.3.	Matriz de Componente Rotado .....	73
6.1.2.	Análisis de Fiabilidad.....	76
6.1.3.	Análisis Descriptivo con SPSS.....	77
6.1.3.1.	X1: Búsqueda de Información .....	77
6.1.3.2.	X2: Opinión del voto .....	78
6.1.3.3.	X3: Criterio de voto electrónico e informes semanales .....	79
6.1.3.4.	X4: Criterio de Evaluar el voto.....	80
6.1.3.5.	X5: Costo de Votar .....	81
6.1.3.6.	Y: Comportamiento del Elector .....	82
6.1.4.	Confiabilidad Componentes .....	83
6.1.5.	Modelo del Comportamiento del Elector .....	83
6.1.5.1.	Definición del Modelo.....	83
6.1.5.2.	Coefficientes del Modelo de Regresión .....	87
6.1.5.3.	Variables excluidas .....	91
6.1.6.	Análisis Univariado de Varianza.....	91
<b>CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>		<b>93</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>		<b>96</b>
<b>ANEXOS.....</b>		<b>98</b>

## RESUMEN

Frente a un sistema electoral ejecutado desde hace varios años atrás hasta la actualidad, mediante el cual los electores han venido expresando su voluntad al voto; se propuso investigar el problema sobre la falta de discernimiento y de reflexión por parte de los electores al momento de votar, con el objetivo de explicar variables que inciden en la decisión del voto, por lo que se buscó determinar las causas que lo representan y los efectos que lo persiguen. Así como también, se contrarresta de manera positiva mediante el árbol de medios y fines las causas con los efectos con la finalidad de detallar los objetivos que se buscan conseguir para el presente trabajo. Por otro lado, se detecta a los principales involucrados los que pueden verse afectados o beneficiados en el desarrollo de éste tipo de estudio. Consecuentemente, se elabora el maco lógico como herramienta útil para planificar, desarrollar, controlar y evaluar nuestro proyecto (CAPÍTULO 1). Una vez habiendo definido el problema a investigar, surgió la necesidad de hacer una previa entrevista de campo que consistió en preguntar a una pequeña parte de involucrados que opinaban del problema planteado. También, se procedió a diseñar otra herramienta de estudio muy conocida en el ámbito de la investigación como encuesta, la que fue aplicada a una muestra poblacional de 365 personas; quienes aportaron con sus respuestas para la determinación de variables (CAPÍTULO 3 y 4). Además, se realiza un análisis social-económico enfocado básicamente en estrategias social-económicas que influyen en el ámbito político, en las asignaciones monetarias en cuanto a gastos electorales y en las elecciones vs el voto económico (CAPÍTULO 5). Finalmente (CAPÍTULO 6), se lleva cabo el estudio estadístico mediante SPSS llegándose a la conclusión con un  $KMO > 0,5$  y un  $p < ,05$  que existen correlaciones entre las variables cumpliéndose así las condiciones del análisis factorial, el mismo que se realiza en base a selección de variables explicativas, extracción de los factores comunes, rotación de los factores con el objeto de facilitar su interpretación. Es así que, se procede a la extracción de factores aplicando un análisis factorial exploratorio, el que arrojó 5 dimensiones con un % de variabilidad explicada del 60.63. De tal manera, para comparar soluciones se llevó a cabo una rotación ortogonal utilizando el método varimax con el cual se puede observar qué variables y cuánto saturan (correlacionan) en cada uno de los factores o componentes encontrados.

Los mismo que se los representó con los siguientes nombres: F1 (Búsqueda de Información), F2 (Opinión del Voto), F3 (Criterio del Voto Electrónico e Informes Semanales, F4 (Criterio de Evaluar el voto) y F5 (Costo de votar) con una variable dependiente (Y) Comportamiento del elector seleccionada según criterio de los autores. Asimismo, para medir la homogeneidad de la información que se evaluó se consideró analizar el alfa de cronbach el que dio como resultado ,79 por lo que se determinó que la encuesta realizada fue un instrumento fiable para la investigación realizada. Teniendo las variables independientes (factores o componentes resultantes del análisis factorial) y la variable dependiente, fue importante explorar y cualificar la relación entre dichas variables así como para realizar un ecuación lineal productiva, donde se obtuvo mediante el modelo 4 un R2 de 0,694 que indica que la variable dependiente si está explicada por las variables independientes el mismo que tiene el error típico más pequeño y dónde se determina que no existe multicolinealidad en los datos. Quedando resultados con un buen ajuste, ya que el modelo de regresión se encuentra cercano a una distribución normal. En base a ello, se pasó a realizar un análisis univariado (Anova) que consistió básicamente en determinar el efecto que sobre la variable dependiente Y (Comportamiento del elector) tienen distintos niveles de algún factor X (variables independientes), es decir se logró definir qué niveles del factor X tienen un efecto significativo sobre la variable dependiente, quedando como resultado que la búsqueda de información, opinión del voto, costo de votar y la situación personal del elector explican el comportamiento del elector, cuyo efectos incluidos en el modelo explicaron el 85% de la varianza sobre la variable dependiente. Habiendo logrado con éxito la presente investigación, se pasa a desarrollar las conclusiones del estudio y las recomendaciones para que investigadores especialistas, interesados en conocer el pensamiento y el comportamiento de los electores en cada uno de los países donde aún persiste un proceso electoral similar al nuestro; puedan levantar información sumamente importante para todos aquellos países hermanos y así puedan lograr poner en marcha diferentes estrategias para que los electores consideren la importancia de estudiar cada uno de los candidatos y de reflexionar el voto.

## LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.1 - Árbol de Causas y Efectos.....	4
Ilustración 1.2 - Plano Cartesiano que muestra el problema crítico.....	13
Ilustración 1.3 - Árbol de Medios y Fines.....	18
Ilustración 5.1 - Clasificación del Límite al Gasto.....	67
Ilustración 6.1- Búsqueda de Información .....	77
Ilustración 6.2 - Opinión del Voto .....	78
Ilustración 6.3 - Criterio de voto electrónico e informes semanales .....	79
Ilustración 6.4 - Criterio de Evaluar el voto.....	80
Ilustración 6.5 - Costo de Votar .....	81
Ilustración 6.6 - Comportamiento del Elector.....	82
Ilustración 6.7- Regresión Residuo Estandarizado .....	90
Ilustración 6.8 - Gráfico P-P normal de Regresión Residuo estandarizado .....	90

## LISTA DE CUADROS

Cuadro 1.1 - Matriz de Involucrados .....	7
Cuadro 1.2 - Matriz de Vester.....	11
Cuadro 1.3 - Marco Lógico.....	20
Cuadro 3.1 - Habitantes de 16 a 65 años (Censo 2010) .....	36
Cuadro 4.1 - Importancia de Sufragar .....	43
Cuadro 4.2 - El sufragio como un deber cívico.....	43
Cuadro 4.3 - Los electores y el voto voluntario .....	44
Cuadro 4.4 - Analizar y reflexionar el voto .....	44
Cuadro 4.5 - Voto obligatorio provoca poco interés en analizar y reflexionar el voto .....	45
Cuadro 4.6 - Participación de los medios de comunicación en el proceso electoral.....	45
Cuadro 4.7 - Lugar de votación.....	46
Cuadro 4.8 - Evaluación a candidatos por especialistas en administración pública .....	46
Cuadro 4.9 - Informarse de los candidatos.....	47
Cuadro 4.10 - Información disponible de los candidatos en el proceso electoral .....	47
Cuadro 4.11 - Incidencia del partido político en el voto .....	48
Cuadro 4.12 - Incidencia de la oratoria e imagen del político en el voto.....	48
Cuadro 4.13 - Incidencia de los ofrecimientos políticos a los electores .....	49
Cuadro 4.14 - Aceptación del voto electrónico.....	49
Cuadro 4.15 - Aceptación de informes semanales .....	50
Cuadro 4.16 - El voto en plancha.....	50
Cuadro 4.17 - Percepción de la democracia.....	51
Cuadro 4.18 - Significado de las Elecciones Electorales para la ciudadanía .....	51
Cuadro 4.19 - Opinión sobre elecciones tempranas y rápidas .....	52
Cuadro 4.20 - Percepción del encuestado en cuanto a la decisión de voto .....	52
Cuadro 4.21 - Interés en noticias sobre el ámbito económico.....	53
Cuadro 4.22 - Interés en las noticias sobre el ámbito social .....	53
Cuadro 4.23 - Interés en las noticias sobre el ámbito político .....	54
Cuadro 4.24 - Medio de comunicación más atractivo para conocer sobre el ámbito económico	54
Cuadro 4.25 - Medio de comunicación más atractivo para conocer sobre el ámbito social .....	55
Cuadro 4.26 - Medio de comunicación más atractivo para conocer sobre el ámbito político ....	55
Cuadro 4.27 - Razón por la que los electores votan en plancha.....	56
Cuadro 4.28 - Razón por la que los electores votan en blanco .....	56
Cuadro 4.29 - Razón por la que existen votos nulos.....	57
Cuadro 4.30 - Percepción de los electores en cuanto a los votos en blanco y votos nulos .....	57

Cuadro 4.31 - Ideología política de los encuestados.....	58
Cuadro 4.32 - Distancia entre el hogar y el lugar de votación.....	58
Cuadro 4.33 - El costo de votar para los encuestados.....	59
Cuadro 4.34 - Opinión de los encuestados sobre la duración de las campañas electorales .....	59
Cuadro 4.35 - Opinión de los encuestados sobre la intervención del CNE en las elecciones.....	60
Cuadro 4.36 - Rango de edad de los encuestados con mayor participación .....	60
Cuadro 4.37 - Género que participó más en las encuestas .....	61
Cuadro 4.38 - Cantidad de encuestados en la ciudad de Guayaquil.....	61
Cuadro 4.39 - Nivel de Educación de los encuestados .....	62
Cuadro 4.40 - Actividad del encuestado .....	62
Cuadro 5.1 - Pobreza del Ecuador (2013).....	64
Cuadro 6.1 - Prueba de KMO y Bartlett .....	72
Cuadro 6.2 - Varianza Total Explicada.....	72
Cuadro 6.3 - Matriz de Componentes rotados.....	73
Cuadro 6.4 - Estadística de Fiabilidad .....	76
Cuadro 6.5 - Búsqueda de Información .....	77
Cuadro 6.6 - Opinión del voto.....	78
Cuadro 6.7 - Criterio del Voto Electrónico e Informes Semanales.....	79
Cuadro 6.8 - Criterio de Evaluar el voto .....	80
Cuadro 6.9 - Costo de votar .....	81
Cuadro 6.10 - Comportamiento del elector.....	83
Cuadro 6.11 - Estadística de Confiabilidad Componentes.....	83
Cuadro 6.12 - Resumen del Modelo .....	86
Cuadro 6.13 - Coeficientes.....	87
Cuadro 6.14 - Variables Excluidas del modelo.....	91
Cuadro 6.15 - Factores Inter-Sujetos .....	91

## CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

### 1.1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

**Palabras Claves:** Comportamiento del Elector, Importancia del voto, Analizar el Voto, Voto Obligatorio, Voto Voluntario

#### 1.1.1. Antecedentes

El presente tema es una interrogante que ha permanecido durante muchos años en las investigaciones no sólo de los estudiosos de la ciencias económicas y políticas, sino también de otras disciplinas científicas como por ejemplo: la sociología, la psicología, la mercadotecnia política, etc.; pero sobre todo, de partidos políticos y candidatos que mientras duren los procesos electorales tratan de incidir o generar efectos en la conducta y comportamiento de los electores.

Pese a la existencia de herramientas tecnológicas los niveles socio económicos no han variado mayormente en los últimos años, a pesar de la disminución de la pobreza, persiste que la gran parte de la población se encuentra en los estratos bajo y medio, en donde su gran mayoría son habitantes que viven el día a día con alto grado de ignorancia y la necesidad de resolver problemas de manera inmediata los cuales serían los factores más importantes si se busca el porqué de la deficiencia que tiene el elector al elegir a un mandatario.

Además de ello, los candidatos se van encuadrando dentro de cada estrato social y económico, diciendo al elector lo que quiere escuchar, haciendo promesas muchas veces imposibles de cumplir ya que el único objetivo es conseguir el voto, siendo un nivel cultural más elevado una herramienta con la que cuenta el habitante para poder discernir de mejor manera entre las diversas propuestas que se presentan.

Lo que resalta mayormente en nuestro sistema es que en nuestros candidatos prima la improvisación, ya que, no tienen objetivos claros y definidos, llegando a obtener los cargos ayudados de su popularidad, del partido político al que pertenecen, del discurso inmediatista que presentan, mas no de sus conocimientos y responsabilidad.

La cultura que tiene el elector deja al descubierto aspectos históricos y tradicionales; un claro ejemplo es la cultura familiar, la cultura política o la inclinación a un determinado grupo social. En base a ello, nos interesa conocer cuáles son las principales variables que mueven al elector a tomar una decisión de voto que carece de discernimiento al momento de votar.

A su vez, poder analizar cada una de ellas desde un ámbito económico hasta un ámbito netamente social.

Estamos de acuerdo, que no es solamente una variable la que determina e incide en la conducta del votante y que explica la falta de discernimiento, sino que son diferentes las variables que lo determinan.

También debemos estar conscientes que un individuo informado no es necesariamente un individuo analítico porque se puede estar desinformado y tener una visión crítica de la cosa pública.

En una pre-investigación sobre la existencia del tipo de problema a resolver en cualquier otro país, se pudo tomar en cuenta a países como Perú, Nicaragua, México; que comparten criterios dentro del marco referencial sobre el problema a resolver.

A continuación se da a conocer, declaraciones expresas en artículos de la prensa escrita de los países antes mencionados:

- “Se trata de corregir las cosas que están mal estructuradas. Yo le diría a los partidos políticos que busquen bien a sus candidatos, analícenlos con lupa” (Briceño, 2013)PERÚ
- “En un hecho sin precedentes, la Comisión de Asuntos Electorales convocó a ciudadanos para que determinen los parámetros bajo los que serán evaluados los aspirantes a cualquier designación política” (Guadalajara, 2013)MEXICO
- “Las candidatas y candidatos de los partidos políticos que participan en las elecciones de las autoridades municipales nos prometen cielo y tierra para que votemos por ellos.” (ANONIMO, 2000)NICARAGUA.

Razón por la cual, a lo largo de la presente investigación, se busca definir que la elección de candidatos se debe hacer en base a las competencias del cargo al cual aspiran (art 260 Régimen de Competencias), disminuyendo así el error y aumentando la eficiencia y así elegir al más apto para el cargo.



## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En lo que respecta a la época moderna, cabe señalar que los primeros estudios que se realizaron sobre el comportamiento del votante fueron a mediados de los años cuarenta del siglo XX en los Estados Unidos de Norteamérica. Estos trabajos buscaron identificar los factores de mayor influencia en la decisión del ciudadano, similar a nuestro trabajo que busca determinar las variables que inciden en la decisión del voto.(Andrés & Delia, 2011)

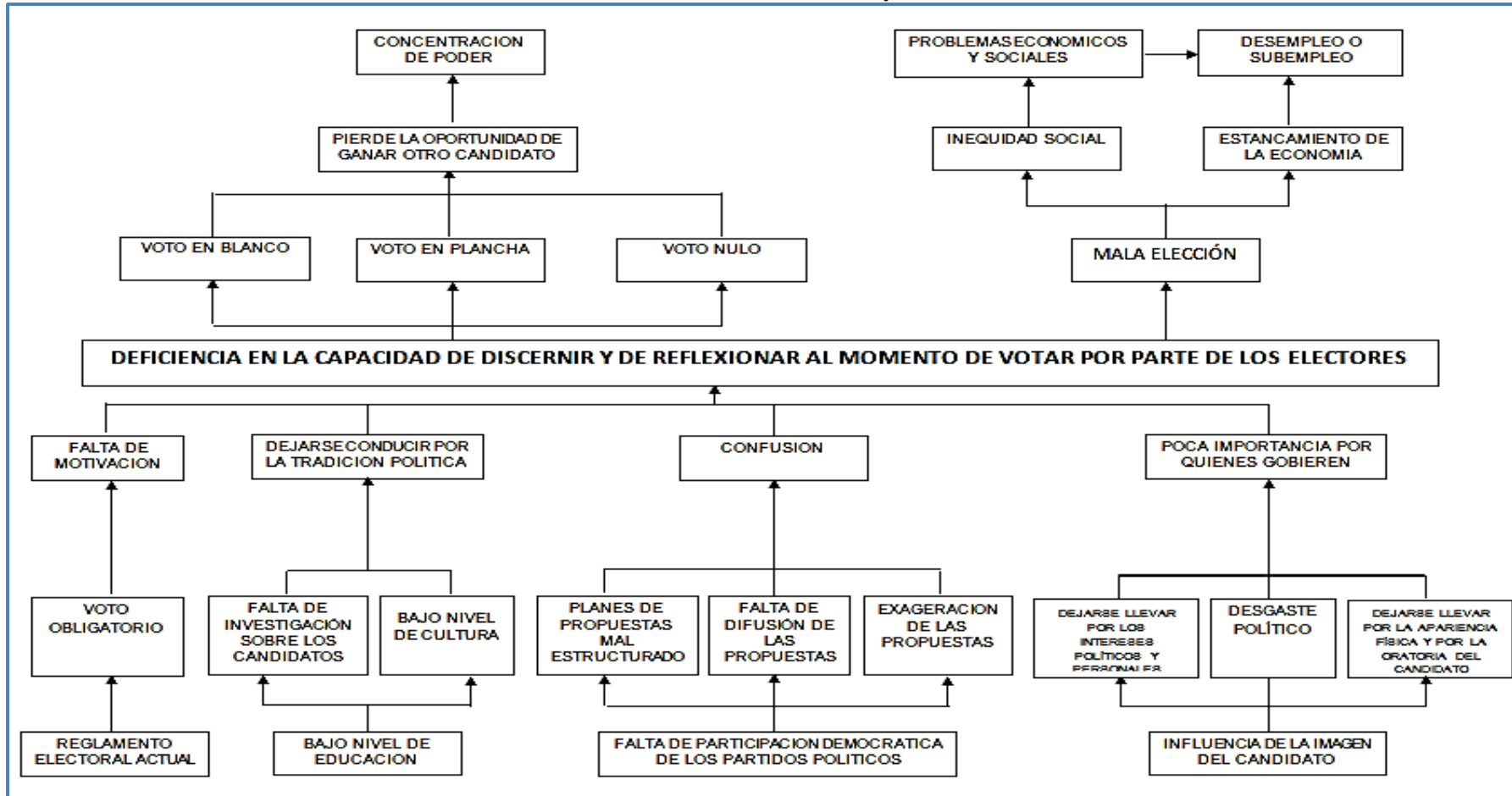
A través del tiempo, aproximadamente a principios de los noventa los ecuatorianos hemos tenido que ser partícipes del voto popular para lo cual hemos escuchado discursos, debates, planes de propuestas de los diversos candidatos para así acercarnos de manera obligatoria a cumplir un deber cívico. De igual forma, los medios comunicación han sido las vías más valiosas para los diferentes líderes políticos, ya que construyen personalidades ficticias y crean símbolos que ayudan a dominar las creencias y el comportamiento de los electores.

Asimismo, es una realidad palpable que casi siempre los individuos terminan reprochándose la decisión de voto una vez que ha sido asumido el poder por gobernantes que no cumplen con el plan de propuestas que se esperaba y que eran de interés para cada uno de ellos y sus familias. Porque bien es cierto que hasta la actualidad, mucho de los electores se acercan a las urnas por el mínimo interés de recibir tan valioso documento “certificado de votación” que sirve para diferentes trámites personales y para evadir el pago de multa si este no se llegase a presentar a cumplir con el deber cívico.

Por lo que, se procedió a elaborar el árbol de causas y efectos (ver Ilustración 1.1) que se encuentra en la página siguiente dónde se podrá observar un ejemplo de lo que suele darse a la actualidad.

## 1.2.1. Árbol de Causas y Efectos

Ilustración 1.1 - Árbol de Causas y Efectos



Elaborado por: Autores

Esta técnica del árbol de causas y efectos sirve para sintetizar por medio de un esquema como brotan los problemas que a su vez estos van a ser unos consecuentes de los otros. Por otro lado, también ayuda al desarrollo de ideas y a la identificación del que posiblemente va a ser el problema central; ya que, se lo podrá constatar mediante el desarrollo de la matriz de vester, generando relaciones causales que explican dicho problema.

Para ello, se debe plantear todas las problemáticas que se consideran de gran influencia y que van a hacer de mayor trascendencia en la investigación, el siguiente paso es establecer los problemas antecedentes y consecuentes, de tal manera que estos vayan en total armonía para que se puedan construir nodos críticos de problemas. La lógica es que cada problema es consecuencia de los que aparecen debajo de él y, a su vez, es causante de los que están encima, reflejando la interrelación entre causas y efectos en la investigación.

Al desarrollar el árbol de causas y efectos detectamos que el problema central es la: Deficiencia en la Capacidad de Discernir y Reflexionar al Momento de Votar por los Electores. Se partirá con la premisa de encontrar solución a este problema central, pero como se puede observar en el árbol unos problemas están directamente relacionados con otros, para la solución resultara exactamente lo mismo, quiere decir que aquella solución que elimine el problema central afectara de manera directa a los problemas relacionados.

### **1.3. JUSTIFICACIÓN, PROPÓSITO, RELEVANCIA Y USO**

El propósito principal de la investigación es “Determinar, analizar que variables inciden en la decisión del voto y que efecto tienen las mismas en la sociedad y en la economía de un país”. De esta manera los electores tomarán en consideración los resultados encontrados y adecuarán su proceso de elección, para designarle al país, un equipo político que tenga un elevado compromiso con la sociedad y con esto contribuir al crecimiento de la economía.

En base al planteamiento del problema, la justificación principal de la presente investigación, es:

“Que los electores, analicen y adecuen el proceso de elección, para entregar a la sociedad, para designarle al país, un equipo político que tenga un elevado

compromiso con la sociedad y con esto contribuir a un mayor desarrollo de oportunidades que generen empleo y crecimiento de la economía”.

Este proyecto de investigación, servirá como un instrumento, para futuros trabajos que se encuentren centralizados en analizar el comportamiento del elector y las consecuencias que conlleva al país frente a la decisión de voto.

La relevancia de esta investigación está dada por la necesidad de ayudar al elector a mejorar su percepción sobre el derecho de cumplir con un deber patrio, ya que; depende de cada ciudadano el futuro del país y así como también el futuro de la sociedad en sí, con miras hacia un mejor bienestar.

La relevancia académica del estudio, es clara, ya que se trata de un trabajo de investigación tendiente a explorar un modelo conceptual, cuyos resultados determinarán las relaciones entre variables explicativas de la intención del voto, lo que permitiría generar más conocimientos y consecuentemente la mejora de una gestión democrática.

El estudio es importante y significativo, ya que ataca un problema persistente en la ciudadanía, lo que no ha tenido como principio general el analizar detenidamente el voto, y la persistencia de la falta de responsabilidad para con nuestra ciudad y nuestro país. Divulgar las variables que influyen de manera negativa en el elector en el momento de sufragar y brindar las medidas para erradicar dichas variables es uno de los objetivos de esta investigación.

La mayoría de los candidatos no han sido educados para gobernar, ya que, en el país muchos lo han aprendido haciéndolo, aplicando el método “error-corrección” lo que ha resultado demasiado costoso para nuestra sociedad y porque no decirlo del país.

En virtud de ello se procedió a identificar a aquellas personas e instituciones que se encuentran relacionadas directamente con nuestra investigación, aquellas que contribuyen o son afectadas por los objetivos del mismo y a quienes tienen un poder de influencia sobre los problemas percibidos.

Lo anterior se encuentra reflejado en la Matriz de Involucrados que es un instrumento que permite observar lo anterior. (ver Cuadro 1.1)

### 1.3.1. Matriz de Involucrados

Cuadro 1.1- Matriz de Involucrados

INVOLUCRADOS	INTERESES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	CONFLICTOS POTENCIALES
ELECTORES	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mejorar el nivel de vida</li> <li>✓ Obtener el certificado de votación para trámites personales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bajo nivel de educación</li> <li>✓ Voto obligatorio</li> <li>✓ Electores desinteresados en la administración del país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de interés en las familias por recibir educación</li> <li>✓ Reglamento electoral con una ideología poco dinámica</li> <li>✓ Desinterés por parte de los electores en la administración y desarrollo del país.</li> </ul>
CANDIDATOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Generar confianza política</li> <li>✓ Ganar elecciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los candidatos elegidos no cumplen sus propuestas</li> <li>✓ Los candidatos terminan defraudando al electorado</li> <li>✓ Los candidatos buscan su propio beneficio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Inexistencia de un órgano que persiga el cumplimiento de propuestas.</li> <li>✓ Falta de compromiso de cada uno de los candidatos por buscar el beneficio de todos los ciudadanos y del país.</li> </ul>

<p>CONSEJO NACIONAL ELECTORAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Promover más democracia</li> <li>✓ Lograr transparencia electoral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Electores no motivados por cumplir el deber cívico</li> <li>✓ Todavía existen resultados fraudulentos</li> <li>✓ Gran porcentaje de los votos no son analizados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No se cuenta con plan de motivación para los electores</li> <li>✓ Irresponsabilidad y Deshonestidad por parte de los que cuentan los votos y de quienes contratan a estas personas.</li> </ul>
<p>GOBIERNO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Existencia de un gabinete de gobierno que persiga intereses comunes</li> <li>✓ Que la ciudadanía esté de acuerdo con las normas, resoluciones, leyes y reglamentos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Líderes poco comprometidos por el país</li> <li>✓ Leyes, normas, resoluciones y reglamentos no claras y de difícil interpretación para la ciudadanía en general</li> <li>✓ Resoluciones, leyes, normas y reglamentos que suelen favorecer a ciertos sectores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gobernantes no logran descifrar un modelo que sea equitativo para todos los sectores.</li> <li>✓ Leyes, normas, resoluciones y reglamentos son aprobados muchas veces sin tomar en cuenta la opinión del elector.</li> </ul>

Fuente: Datos de propiedad de los Autores

Constituye el principal instrumento para el contexto social que va a tener nuestro proyecto. En esta matriz señala 4 elementos:

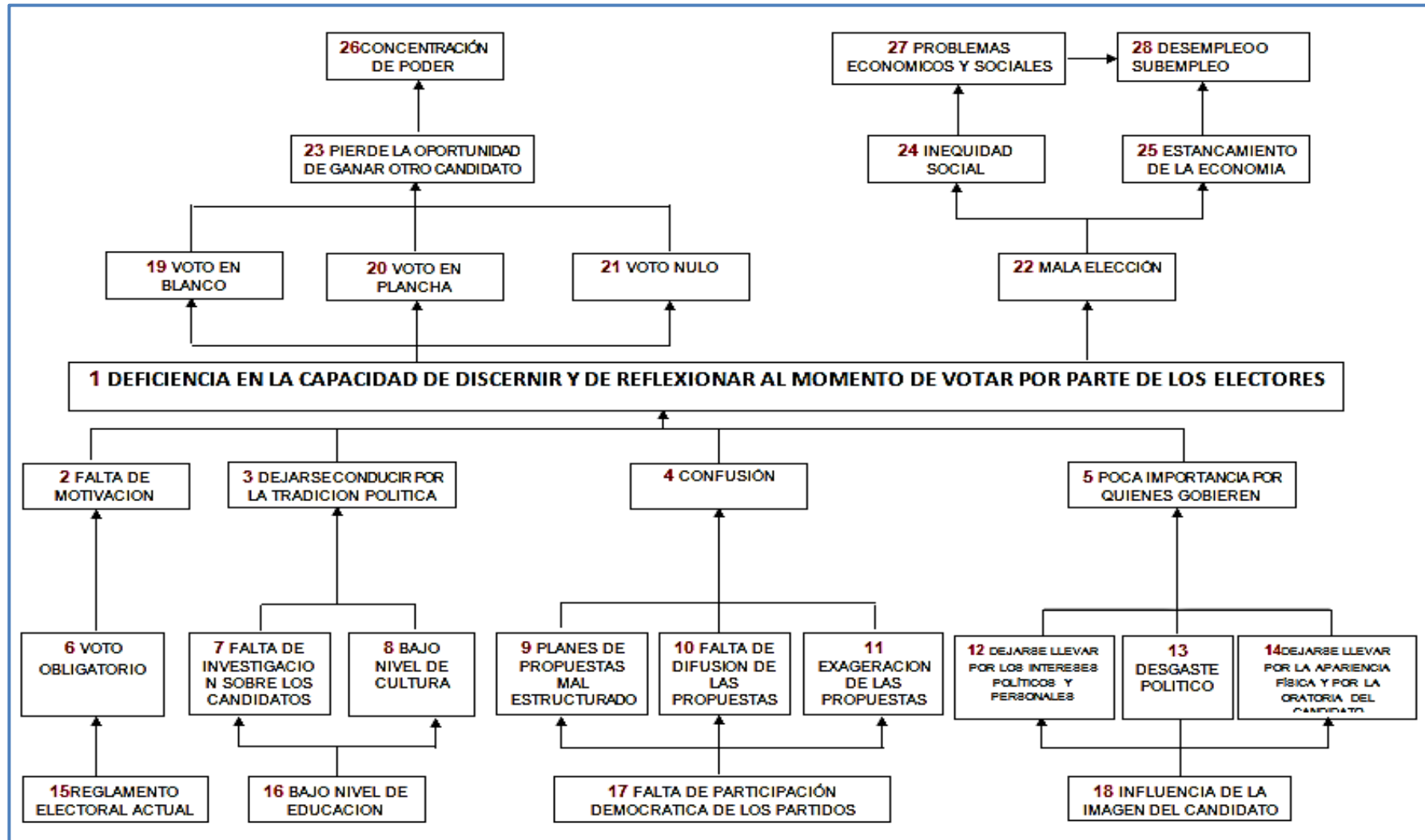
1. Involucrados: Quienes van a tener relación directa con la investigación sea esta de manera positiva o negativa.
2. Intereses: Lo que desea obtener cada uno de los involucrados.
3. Problemas Percibidos: Posibles problemas que podemos tener a medida que queramos cumplir con los intereses de los involucrados.
4. Conflictos Potenciales: Oposición entre los involucrados en la manera que se obtienen los intereses.

En base a ésta matriz, se detecta la oposición y obstáculos que los involucrados afectados pueden anteponer en nuestra investigación, a su vez se identifica a los involucrados beneficiados para obtener de su ayuda y colaboración en el desarrollo de nuestras alternativas de solución.

Queda en conocimiento los intereses de cada uno de los involucrados con respecto al problema identificado, la percepción que cada uno tiene de éste y los recursos que contribuyan a nuestras alternativas de solución siendo estos: políticos, financieros, legales, entre otros.

Otro método de estudio que se utilizó para el presente trabajo de investigación, fue la Matriz de Vester (ver Cuadro 1.2), desarrollada para detectar las causas neurálgicas de un problema dado, se utilizan los problemas ya especificados anteriormente en el árbol de causas y efectos y cuando se realiza el análisis de estos problemas, se les asigna un número según su relación causal.

### 1.3.2. Matriz de Vester



Elaborado por: Autores



Cuadro 1.2 - Matriz de Vester

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	TOTAL ACTIVOS
1 Deficiencia en la capacidad de discernir	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	21
2 Falta de motivación	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	2	2	1	1	1	0	0	0	14
3 Dejarse conducir por la tradición política	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	2	2	1	1	1	0	0	0	14
4 Confusión	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	2	2	1	1	1	0	0	0	14
5 Poca importancia por quienes gobiernan	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	2	2	1	1	1	0	0	0	14
6 Voto obligatorio	2	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	9
7 Falta de investigación sobre los candidatos	2	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	9
8 Bajo nivel de cultura	2	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	9
9 planes de propuestas mal estructurados	2	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	9
10 Falta de difusión de las propuestas	2	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	9
11 Exageración de las propuestas	2	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	9
12 Dejarse llevar por los intereses políticos y partidarios	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	9
13 Desgaste político	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	9
14 Dejarse llevar por la apariencia física y personal	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	9
15 Reglamento Electoral actual	1	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
16 Bajo nivel de educación	1	0	2	0	0	0	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9
17 Falta de participación democrática de los ciudadanos	1	0	0	2	0	0	0	0	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
18 influencia de la imagen del candidato	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	3	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
19 Voto en blanco	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	2	0	0	5
20 Voto en plancha	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	2	0	0	5
21 Voto nulo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	2	0	0	5
22 Mala elección	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	0	2	2	10
23 Pierde la oportunidad de ganar otro cargo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	3
24 Inequidad social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	6
25 Estancamiento de la economía	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	6
26 Concentración de poder	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27 Problemas económicos y sociales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28 Desempleo o Subempleo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	34	5	8	11	11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0	0	0	0	20	20	20	20	15	9	9	10	9	9	

Elaborado por: Autores

La matriz de vester es un instrumento de estudio que facilita la identificación del problema y la relación entre las causas y efectos de una situación. Para su elaboración se enumera con número o letras cada uno de los problemas, se asigna una valoración sobre el grado de causalidad que merece cada problema con cada uno de los demás, siguiendo lo siguiente: 0 (no es causa), 1 (es causa indirecta), 2 (es causa medianamente directa) y 3 (es causa muy directa) obedeciendo a la pregunta ¿qué grado de causalidad tiene el problema 1 sobre el 2? 3?.....etc hasta llenar toda la matriz.

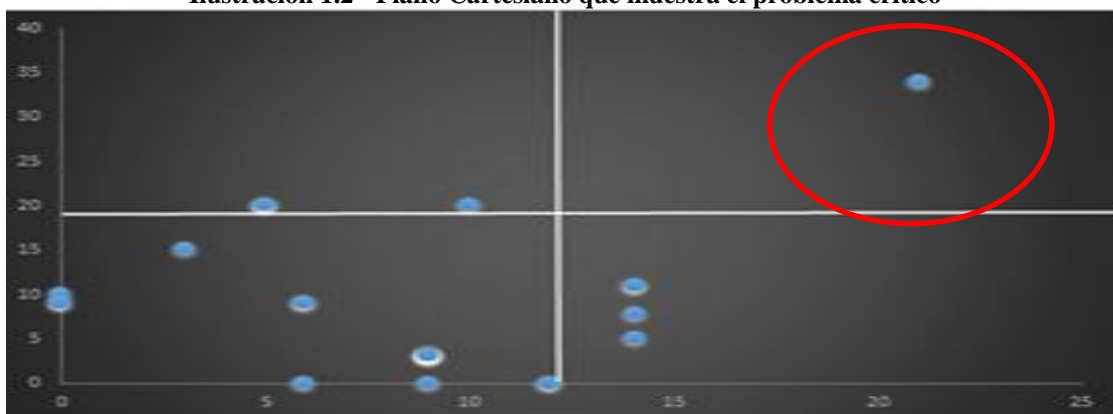
Con estos datos, se construye un eje de coordenadas donde los activos se ubican en el eje X y los pasivos en el eje Y. Se toma el mayor valor del total de activos y se divide entre dos, lo mismo con los pasivos. A partir de los valores resultantes se trazan sobre los ejes anteriores líneas paralelas al eje X si se trata de los pasivos y al eje Y si se trata de los activos. Lo anterior facilita un trazado de dos ejes representados por las perpendiculares trazadas desde de los ejes originales, que permite la representación de 4 cuadrantes, ubicando sobre ellos a cada uno de los problemas bajo análisis.

1. El cuadrante I se denominan problemas críticos
2. El cuadrante II se denominan problemas pasivos
3. El cuadrante III se denominan problemas indiferentes
4. El cuadrante IV se denominan problemas activos

<p><b>CUADRANTE 2: PASIVOS.</b></p> <p>Problemas de total pasivo alto y total activo bajo. Se entienden como problemas sin gran influencia causal sobre los demás pero que son causados por la mayoría.</p> <p>Se utilizan como indicadores de cambio y de eficiencia de la intervención de problemas activos.</p>	<p><b>CUADRANTE 1: CRÍTICOS.</b></p> <p>Problemas de total activo total pasivo altos. Se entienden como problemas de gran causalidad que a su vez son causados por la mayoría de lo demás.</p> <p>Requieren gran cuidado en su análisis y manejo ya que de su intervención dependen en gran medida lo resultados finales.</p>
<p><b>CUADRANTE 3: INDEFERENTES.</b></p> <p>Problemas de total activos y total pasivos bajos.</p> <p>Son problemas de baja influencia causal además que no son causados por la mayoría de los demás.</p> <p>Son problemas de baja prioridad dentro del sistema analizado.</p>	<p><b>CUADRANTE 4: ACTIVOS</b></p> <p>Problemas de total de activos alto y total pasivo bajo.</p> <p>Son problemas de alta influencia sobre la mayoría de los restantes pero que no son causados por otros.</p> <p>Son problemas claves ya que son causa primaria del problema central y por ende requieren atención y manejo crucial.</p>

Con el desarrollo de la matriz de Vester se logró buenos resultados, ya que; se logró comprobar que LA DEFICIENCIA EN LA CAPACIDAD DE DISCERNIR Y DE REFLEXIONAR POR PARTE DE LOS ELECTORES A LA HORA DE SUFRAGAR, es el problema central también llamado crítico como se lo definió en el árbol de causas y efectos, ya que; el cuadrante donde se encuentra ubicado este problema es el que más alejado esta del origen y si se observa la Ilustración 1.2, es el único que se encuentra en el I Cuadrante que es el de los problemas críticos.

Ilustración 1.2 - Plano Cartesiano que muestra el problema crítico



1. Deficiencia en la capacidad de discernir (**PROBLEMA CRITICO**)
2. Falta de motivación(**PROBLEMA ACTIVO**)
3. Dejarse conducir por la tradición política(**PROBLEMA ACTIVO**)
4. Confusión(**PROBLEMA ACTIVO**)
5. Poca importancia por quienes gobiernen(**PROBLEMA ACTIVO**)
6. Voto obligatorio(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
7. Falta de investigación sobre los candidatos(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
8. Bajo nivel de cultura(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
9. Planes de propuestas mal estructurados(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
10. Falta de difusión de las propuestas(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
11. Exageración de las propuestas(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
12. Dejarse llevar por los intereses políticos y personales(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
13. Desgaste político(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
14. Dejarse llevar por la apariencia física y por la oratoria del candidato(**PROBLEMA INDIFERENTE**)

15. Reglamento Electoral actual(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
16. Bajo nivel de educación(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
17. Falta de participación democrática de los partidos políticos(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
18. Influencia de la imagen del candidato(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
19. Voto en blanco(**PROBLEMA PASIVO**)
20. Voto en plancha(**PROBLEMA PASIVO**)
21. Voto nulo(**PROBLEMA PASIVO**)
22. Mala elección(**PROBLEMA PASIVO**)
23. Pierde la oportunidad de ganar otro candidato(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
24. Inequidad social(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
25. Estancamiento de la economía(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
26. Concentración de poder(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
27. Problemas económicos y sociales(**PROBLEMA INDIFERENTE**)
28. Desempleo o Subempleo(**PROBLEMA INDIFERENTE**)

#### **1.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACION:**

1. ¿Los electores consideran importante cumplir con el sufragio?
2. ¿Cuáles son las variables más significativas que inciden en la decisión del voto?

#### **1.5. OBJETIVOS**

##### **1.5.1. Objetivo General**

“Determinar y analizar las variables que inciden en la decisión del voto”

Se pretende realizar una investigación enfocada en los hábitos, costumbres, tradiciones, formas populares de pensamiento de los electores; para de ésta manera descubrir cuáles son las variables que han sido partícipes de un problema transcendental a lo largo de éstos años que de una u otra manera se ha visto afectado tanto el ámbito económico como el entorno social de nuestro país.

### 1.5.2. Objetivos Específicos

Los objetivos específicos que busca perseguir ésta investigación son los siguientes:

1. Investigar si los electores se encuentran tomando la decisión de voto en base a una previa investigación y análisis de cada uno de los candidatos.

Bien es cierto que la obligatoriedad del voto ha sido una de las condiciones que ha experimentado mayor debate a lo largo de las décadas, dado que quienes afirman esta situación se basan en que su implementación hace más eficaz a la universalidad del voto. Sin embargo, al ser obligatorio; el voto pierde su condición de derecho para convertirse en un deber, restando así la condición democrática y afectando su proceso económico de toma de decisiones.

Por tal razón, es importante actuar para que el electorado deje de pensar que el voto es un deber sino un derecho que lo hace partícipe del futuro de su país basado en el desarrollo y crecimiento económico del cual dependemos todos nosotros para un bienestar social y equitativo.

2. Conocer la importancia que le dan los ciudadanos al sufragio dentro de la legitimidad política de un gobierno democrático.

La democracia, es un sistema político, una forma de Estado; pero por otro lado, es una determinada forma de vida civil y social. Para que esto se fusione se requiere que la mayoría de los miembros de un país se comporten como ciudadanos demócratas, como personas conscientes de sus derechos, responsabilidades y deberes, como miembros activos de una sociedad y de un Estado.

Es decir, que correspondan a valores propios de una cultura democrática solidaria. En una sociedad no puede existir democracia sin demócratas, no pueden existir demócratas sin formación política y para ello se requiere de una formación política permanente que vaya más allá de la educación cívica y del estudio científico de la política, que es lo que se debe practicar en la democracia, la misma que debe estar comprometida con un proyecto político o con una causa social determinada, en el contexto de fortalecer y profundizar los procesos democráticos.

Entonces, es importante que nosotros los ecuatorianos podamos concientizar nuestros errores y omisiones, enmendemos conductas inconvenientes y asumamos nuestras propias responsabilidades a favor de nuestro país y de quienes la conformamos.

**3. Identificar y analizar las causas que conllevan a la existencia de votos en blanco, votos nulos y votos en plancha.**

Al existir deficiencia en la capacidad de discernir y de reflexionar el voto, lo que se traduce en la falta de interés y compromiso para cumplir con nuestro país; provoca la existencia de votos en plancha, votos en blanco y votos nulos. Recordemos el concepto de cada uno de ellos:

- Votos en plancha: Seleccionar a todos los candidatos posibles de una lista, sin darnos cuenta que la mayoría pueden no ser los idóneos.
- Votos en blanco: No se selecciona ninguno de los partidos que se presentan a las elecciones. Se suman al total de votos emitidos perjudicando generalmente a los partidos minoritarios.
- Votos Nulos: Se contabilizan pero se emiten y se anulan por llegar en mal estado a la mesa sea por tachones, más de un partido señalado, rasgado, con dibujos o con comentarios de cualquier tipo. Éstos se diferencian de los votos en blanco porque no se suman a ningún partido político ni al total de votos emitidos. Por lo que no favorecen ni perjudican a un partido en concreto.

Entonces, lo que se busca es que todos participemos de una verdadera y leal democracia demostrando con nuestro voto que si nos interesa verdaderamente nuestro país y por lo tanto mostrar nuestro interés en decidir quiénes pueden gobernar sea una provincia, un cantón y el país en sí, sin importar a qué partido pertenezcan.

**4. Determinar la importancia que otorga el electorado con su voto a la economía del país.**

Para poder tener una economía aparentemente saludable es indispensable lograr el equilibrio de todos los factores de la economía: talento humano (L), capital (K) y tierra (T). Muchos de nosotros hemos de conocer muy bien a que nos referimos, ya que; a lo largo de nuestra carrera universitaria los hemos estudiado y analizado desde diferentes ángulos. Por lo que; entenderemos que la pérdida de este equilibrio ocasiona problemas económicos que actualmente lo sufre una gran parte de la población a nivel mundial. Y dicha pérdida de equilibrio económico, se debe a las decisiones que se toman en unos pocos países y entre ellos Ecuador.

5. Explicar el ausentismo relacionándolo con el lugar asignado para votar y el costo que implica ir a votar.

En cada una de las elecciones se ha visto gran ausentismo que todavía no se puede erradicar en su totalidad por lo que se requiere averiguar si la causa de aquello tiene que ver con el lugar asignado y el costo que implica acudir a las urnas. En éste caso, el costo fue medido en dólares. Téngase además en cuenta que dicha explicación estará enfocada más en quienes poseen un grado de educación aceptable vs a su situación que desempeña actualmente en la sociedad (estudia, trabaja o se encuentra desempleado)

Es importante que conozcamos que la decisión del voto por parte de los electores, es el producto de un conjunto generalmente complejo de identificaciones, valores, creencias y actitudes.

Es por eso que para quienes se encuentren interesados por éste tipo de investigación, se deben realizar frecuentemente las siguientes preguntas: ¿Qué piensan los electores de los candidatos y los partidos? ¿De qué manera los evalúan? ¿Cuáles son los puntos fuertes de unos y de otros? Pues esto es, lo que se espera descubrir.

Y así, poder concientizar vuestras mentes que el elegir no radica en amistad, ni en simpatía y mucho menos en popularidad.

Al contrario, la decisión de voto se debe basar netamente en una investigación profunda de cada uno de los perfiles a candidatos políticos.

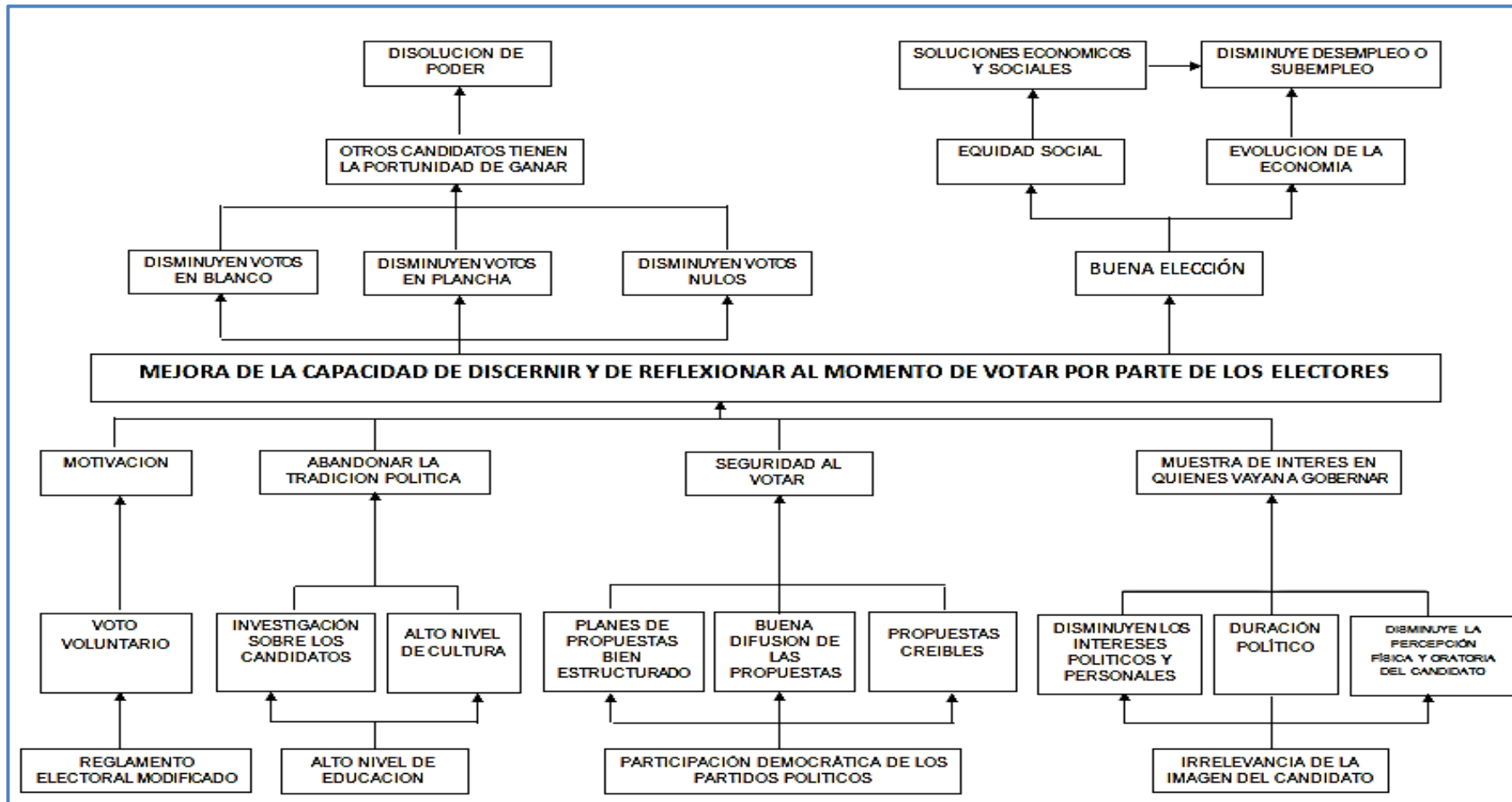
6. Identificar si al ser el voto voluntario, continuarían los electores cumpliendo con el voto.

Mientras existan electores responsables y conscientes del futuro en el país, seguirá en pie la democracia. He ahí pues que se deberá incentivar a la sociedad enseñándoles la importancia que implica el voto de cada uno de ellos para su bienestar y del país en sí.

Por tal razón, surgió la necesidad de elaborar un instrumento de análisis, cuyo nombre es “Árbol de Medios y Fines” (ver Ilustración 1.3) que básicamente nos muestra el lado positivo de lo que realmente sucede en nuestro país. Sírvanse revisarlo en la página siguiente.

### 1.5.3. Árbol de Medios y Fines

Ilustración 1.3 - Árbol de Medios y Fines



Elaborado por: Autores



El árbol de causas y efectos es la raíz de la creación del árbol de medios y fines, es todo lo opuesto y positivo del árbol de causas y efectos, es decir “Lo que antes eran efectos ahora son fines y las que antes eran las causas que provocaban o inducían al problema ahora son los medios para resolverlo”

Este árbol sirve para visualizar las soluciones de cada uno de los problemas propuestos, modificando todas las situaciones perjudiciales en las situaciones opuestas. Para la construcción de este esquema es importante revisar cada una de los problemas y transformarlos en objetivos.

Teniendo como eje central de nuestro árbol “Mejora de la capacidad de discernir y de reflexionar al momento de votar por parte de los electores”, trabajando en esta solución y tomando decisiones acertadas se podría llegar a solucionar todos los objetivos propuestos y a realizar todas las actividades que el árbol de medios y fines nos muestra, ya que; el árbol desarrollado tiene relaciones muy directas entre sus problemas y por ende entre sus opciones de solución.

Cómo parte de estudio en la presente investigación y en base a los objetivos antes señalados, se considera importante realizar un enfoque metodológico llevado hacia una matriz conocida como “Marco Lógico” (ver Cuadro 1.3), mediante la cual se busca la identificación y priorización, sobre la base de un análisis de problemas y sus posibles alternativas de solución.

### 1.5.4. Marco Lógico

Cuadro 1.3 - Marco Lógico

	OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN	Determinar y analizar las variables que inciden en la decisión del voto.	✓ # de electores que dieron su voto luego de haber recibido las inducciones necesarias	CNE, EXIT POLL, Equipo de trabajo creador de la página Elecciones en Ecuador	✓ Los electores contribuirán para lograr los propósitos planteados.
		✓ # de votos en blanco, en plancha y nulos con respecto a las elecciones anteriores		✓ La información estará disponible.
		✓ Comparar el porcentaje de votos que obtuvo un partido político obviado en años anteriores con respecto a las elecciones actuales		✓ Los medios de verificación colaborarán con alguna información que no sea pública. ✓ El Gobierno apoyará la propuesta ✓ Se cumplirá el objetivo

**ROPÓSITOS**

Conocer qué valor le dan los encuestados al sufragio dentro de la legitimidad política de un gobierno democrático.	✓ # de electores que dieron su voto luego de haber recibido las inducciones necesarias
Investigar si los electores se encuentran tomando la decisión de voto en base a una previa investigación y análisis de cada uno de los candidatos.	✓ Medir el número de visitas realizadas en las páginas web sobre los candidatos y en los canales de televisión cuando se realizan cadenas como parte del proceso electoral.
Determinar la importancia que otorga el electorado con su voto a la economía del país.	✓ Medición del Bienestar social y Bienestar Económico
Explicar el ausentismo basado en el lugar asignado para votar y el costo que conlleva.	✓ # de electores que no se presentaron a las urnas.

CNE, EXIT POLL,  
Equipo de trabajo creador de la página Elecciones en Ecuador, Encuestas creadas por los autores de éste trabajo, INEC

- ✓ Los electores contribuirán para llevar a cabo todos los componentes planteados.
- ✓ La información estará disponible.
- ✓ Los medios de verificación colaborarán con alguna información que no sea pública.
- ✓ El Gobierno apoyará la propuesta y se realizará un buen trabajo.

	Identificar y analizar las causas que conllevan a la existencia de votos en blanco, votos nulos y votos en plancha.	✓ # de votos en blanco, en plancha y nulos con respecto a las elecciones anteriores.		
	Identificar si al ser el voto voluntario, continuarían los electores cumpliendo con el voto.	✓ Grado de aceptación por el voto voluntario.		
<b>COMPONENTES</b>	Reglamento electoral encaminado a establecer que el voto sea voluntario.	✓ Grado de aceptación del voto voluntario	EXIT POLL, Equipo de trabajo creador de la página Elecciones en Ecuador, INEC, UNESCO, BANCO CENTRAL, Encuestas creadas por los autores de éste trabajo, Prensa,	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los electores contribuirán para llevar a cabo todas las actividades planeadas.</li> <li>✓ La información estará disponible.</li> <li>✓ Los medios de verificación colaborarán con alguna información que no sea pública.</li> <li>✓ El Gobierno apoyará la</li> </ul>
	Crecimiento de la democracia a través de la motivación de los electores.	✓ Grado de motivación por parte de los electores en el deber cívico		

Propuestas de investigación sobre los candidatos y planes de trabajo.	✓ % de electores que se dedican a investigar acerca de los candidatos	<p>propuesta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se realizará un buen trabajo.</li> <li>✓ Los ecuatorianos investigan a profundidad sobre el país.</li> <li>✓ Los ciudadanos visiten las páginas que muestran la situación del país.</li> <li>✓ Los electores mantengan una inclinación política.</li> <li>✓ Los electores mezclen los intereses personales con la decisión del voto.</li> </ul>
Propuestas para analizar la percepción física y oratoria del candidato.	✓ Grado de percepción por parte de los electores en lo físico y oratoria de los candidatos	
Verificación y análisis de los intereses que persiguen la mayor parte de los candidatos.	✓ Medir los intereses que influyen mayormente en las mentes de los candidatos	
Motivación por conocer la situación actual del país por parte de los electores.	✓ # de visitas por parte de los electores a páginas que muestran la situación actual del país	
Interpretación de propuestas que pueden ser creíbles y alcanzables para la solución de los	✓ Número de electores que se preocupan por analizar y	

	problemas actuales del país.	comparar las diversas propuestas		
	Análisis de la importancia que tiene el nivel de educación y de cultura al momento de votar.	✓ Nivel de educación y de cultura de los electores		
	Conocimiento de las ventajas y desventajas de mantener una inclinación o tradición hacia un partido político	✓ % de electores que mantienen inclinación política		
	Plan de aprendizaje que lleve a los electores a no mezclar intereses personales con la decisión de voto	✓ Medición de los intereses personales de los electores		
<b>ACTIVIDADES</b>	Promover campañas de educación electoral en sectores vulnerables del país.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Costo promedio por campaña</li> <li>✓ # de sectores vulnerables y de asistentes</li> </ul>	Registros contables de los gastos incurridos en la campañas	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ingresos necesarios para realizar las campañas</li> </ul>
	Fortalecer campañas de difusión e información sobre cómo se debe votar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ # de asistentes</li> <li>✓ Costo promedio por fortalecimiento de las</li> </ul>	Informe Visual Registros contables de los gastos	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Contar con ingresos necesarios para realizar las campañas</li> </ul>

	campañas		
Simulacros de cómo se debe llenar las papeletas electorales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Costo promedio de todo el simulacro</li> <li>✓ # de participantes en el simulacro</li> </ul>	<p>Informe Visual</p> <p>Registros contables de los gastos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Motivación por parte de los electores de asistir al simulacro</li> </ul>
Creación de la semana de participación ciudadana	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ % de apoyo del sector público y privado</li> </ul>	Informe Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Apoyo de las entidades del sector público y privado</li> </ul>
Charlas donde se promueva los valores democráticos a través de la participación activa de los nuevos votantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Costo promedio de las charlas</li> <li>✓ Encuesta a los nuevos votantes acerca de la charla</li> </ul>	Registros contables de los gastos incurridos en las charlas	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Contar con los ingresos necesarios para realizar las charlas</li> </ul>
Talleres para fortalecer la conexión temprana de los jóvenes con la vida pública de su entorno.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ % de jóvenes asistentes en el taller</li> <li>✓ Costo promedio de los talleres por cada joven</li> </ul>	Registros contables de los gastos que generaron cada uno de los talleres	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ingresos necesarios para realizar los talleres</li> </ul>
Capacitación Electoral para los nuevos votantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ % de nuevos votantes</li> <li>✓ % de asistencia de los nuevos votantes</li> </ul>	Registros contables de los gastos incurridos en las capacitaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hayan ingresos necesarios para dar la capacitación</li> </ul>
Charlas que se brinden en los colegios transmitidos por personal capacitado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Costo promedio por alumno de las charlas</li> <li>✓ # de estudiantes capacitados</li> </ul>	Registros contables de los gastos incurridos en las charlas	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Las entidades de los colegios públicos y privados colaboren</li> </ul>
Promover entre docentes y alumnos el desarrollo de programas vinculados a generar iniciativas y experiencias de enseñanza y aprendizaje o herramientas vinculadas al	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ % de estudiantes participantes</li> <li>✓ Costo promedio de los programas de enseñanza</li> <li>✓ Costo promedio del sueldo de</li> </ul>	<p>Informe Visual</p> <p>Registro contable de los gastos que generaron los programas de enseñanzas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Muestra de interés y participación de docentes y alumnos</li> </ul>

tema participación social.	los capacitadores		
Creación de grupos de jóvenes que ayuden a fomentar la participación ciudadana.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ # de jóvenes en el grupo</li> <li>✓ # de grupos participantes</li> </ul>	Informe Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los jóvenes quieran participar en la creación de este grupo</li> </ul>
Crear programas públicos donde se interactúe el proceso electoral.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ # de participantes</li> <li>✓ Costo promedio de los programas públicos</li> </ul>	Informe Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Contar con los ingresos necesarios para la realización del programa</li> </ul>
Crear programas públicos en donde se ayude a concientizar a los votantes sobre la buena o mala elección electoral.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ # de participantes</li> <li>✓ Costo promedio de los programas públicos</li> </ul>	Informe Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Interés de los participantes en ir a los programas</li> </ul>
Generar verdaderos debates públicos y televisados entre representantes de todos los partidos políticos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ % de asistencia de los ciudadanos al debate público</li> <li>✓ Costo promedio de implementar los debates públicos</li> </ul>	Informe Visual e Informe de gastos	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Interés en los ciudadanos de ir y ver los debates públicos</li> </ul>
Lograr una buena difusión de los planes de propuesta de cada uno de los candidatos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ % de ciudades en las que se ha difundido los planes de propuestas</li> </ul>	Informe de gastos que genere la difusión de las propuestas por todas las ciudades	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los electores estén prestos a escuchar las propuestas de los candidatos</li> </ul>
Dialogar con los candidatos para la elaboración de afiches con las propuestas de	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Costo promedio de la elaboración de los afiches</li> </ul>	Registros contables de los gastos incurridos en la	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cada candidatos esté dispuesto a apoyar en la</li> </ul>



cada uno de los candidatos.		elaboración de los afiches	elaboración de los afiches
Taller para los candidatos en donde se hable del pensamiento de los electores para así ayudar a que sus propuestas sean creíbles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ # de candidatos que asistieron al taller</li> <li>✓ % de captación de la información en cada uno de los candidatos</li> </ul>	Registros contables de los gastos incurridos en cada uno de los talleres	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Contar con los ingresos necesarios para realizar los talleres</li> </ul>
Creación de una página web en donde los electores podrían presentar directamente a los candidatos sus ideas, opiniones y propuestas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ % de electores que presenten sus ideas</li> <li>✓ % de candidatos que ingresen a la página web</li> </ul>	Informe Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los electores estén prestos a revisar la página y a generar ideas para los candidatos</li> </ul>
Iniciar foros en la página web para que los ciudadanos participen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ # de foros por semana</li> <li>✓ # de ciudadanos que participan en el foro</li> </ul>	Informe Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los electores estén listos a interactuar en el foro</li> </ul>
Implementación de buzones de sugerencias en algún lugar representativo de cada ciudad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Costo promedio de la implementación de los buzones de sugerencias</li> </ul>	Informe de gastos que generó la implementación de los buzones	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los votantes estén dispuestos a dejar sus sugerencias</li> </ul>
Talleres en donde interactúen electores y candidatos con preguntas y respuestas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Costo promedio del # de talleres que se realicen</li> <li>✓ # de candidatos que asisten</li> <li>✓ # de electores participantes</li> </ul>	Informe Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los electores y candidatos estén prestos a interactuar</li> </ul>

Fuente: Datos de propiedad de los Autores

El marco lógico es una matriz 4\*4, es decir muestra cuatro filas y cuatro columnas que sintetizan toda la información de un proyecto. Esta matriz es un instrumento de gestión de proyectos, resume los principales resultados de la elaboración de un proyecto.

La lógica Vertical de la matriz está compuesta de cuatro objetivos:

1. **Fin:** Los fines son los efectos deseados o generados del propósito del proyecto, nos muestra como el proyecto solucionará un problema.
2. **Propósito:** El propósito nos explica el efecto o consecuencia directa que se generó del manejo de los componentes. Es el resultado que garantiza que el problema será solucionado.
3. **Componente:** Mediante su uso garantizamos el desarrollo del proyecto.
4. **Actividad:** Son todo el conjunto de tareas, acciones y decisiones que se deben realizar, gestionar o ejecutar para que se den cada uno de los componentes.

Cada uno de estos objetivos tendrá su lógica horizontal, los indicadores que son herramientas de medición, que solo medirán, no opinarán; tendrán sus medios de verificación que permiten verificar la veracidad de los resultados obtenidos; además se tiene los supuestos que son las condiciones, resoluciones o sucesos que tienen que ocurrir para que se concluyan los componentes del proyecto.

Todos los objetivos están relacionados entre sí, es decir no se puede cumplir uno si antes haber cumplido o gestionado el anterior. Las actividades deben ser las necesarias y suficientes para ejecutar los componentes, si se alcanzan los componentes se efectuarán los propósitos, si se realizan los propósitos se cumplirá el fin.

El fin es la meta inicial a cuyo logro contribuyen los propósitos, los propósitos serán por tanto los objetivos centrales del proyecto, los componentes son el resultado de la realización del proyecto, las actividades del proyecto son realizadas para completar cada uno de los componentes.

Cuando se une la lógica vertical y la horizontal se obtiene la matriz de marco lógico, donde, para cada línea de objetivo se tiene información sobre sus indicadores, medios de verificación y supuestos. Esta matriz es demasiado útil ya que nos sirve como una herramienta para planificar, desarrollar, controlar y evaluar el presente trabajo.

## **1.6. HIPÓTESIS**

Las siguientes hipótesis se plantearon acorde a los objetivos específicos planteados:

1. Ho: El buscar información sobre los candidatos no explica el comportamiento del elector.
2. Ho: El grado de importancia que otorga el elector al sufragio no explica el comportamiento del elector.
3. Ho: El costo de votar vs el lugar de votación asignado a los electores no explica el comportamiento del elector.
4. Ho: El pensamiento del elector que se encuentre estudiando, trabajando o desempleado no explica el comportamiento del elector.

## **CAPÍTULO 2: REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. BASES TEÓRICAS**

#### **2.1.1. Selección de Candidatos**

“La mayoría de los ciudadanos viven sumidos en lo que se denomina Sociedad de la Información y del Conocimiento, esto influye en todos los ámbitos de la vida lo que requiere nuevos comportamientos por parte del ciudadano, los comportamientos que se producen en los ámbitos tecnológico y sociológico están produciendo otras variaciones importantes, más sutiles, que vienen a influir en el hecho político y es, en mi opinión, el declive de las ideologías y la pérdida de imagen de las organizaciones políticas” según (Barranco Saiz, 1997).

Un autor sostuvo que “para comprender el proceso de decisiones públicas parece también necesario observar los efectos del sistema electoral sobre la fragmentación del sistema de partidos y sobre las conductas de los agentes políticos. Más recientemente se ha puesto de manifiesto la importancia de entender el impacto de la selección de candidatos y de las normas de funcionamiento parlamentario sobre los niveles de disciplina de los legisladores y sobre la vocación de los presidentes para conformar gobiernos de mayoría”. (Piñeiro, 2009, pág. 2)

(Freidenberg & Dosek, 2013) Afirman “que una de las dificultades más importantes en los procesos de selección de candidatos es contar con herramientas que permitan comparar diversos procesos de selección realizados por un partido en distintos momentos, por diferentes partidos en una misma elección o por partidos que compiten en diversos sistemas de partidos. Además expresan que la competitividad manifiesta el grado de rivalidad entre los principales candidatos, ya sea en una elección general como en cualquier proceso que se dé al interior de una organización o partido, para medir la existencia de competencia se evalúa de acuerdo al número de candidatos que compiten por cada nominación en el proceso de selección, si bien esta no es una condición suficiente, si se presenta como una condición necesaria: para que exista competitividad, debe al menos existir algún tipo de competencia”.

### **2.1.2. Perfil Ético de los candidatos**

(Bautista, 2012, págs. 16-17) Manifiesta que “dada la actual expansión de la corrupción a nivel mundial ya no es posible ignorar la importancia de un perfil ético en las personas que participan de lo público, la ausencia de requisitos éticos en el perfil del aspirante da pie a la proliferación de prácticas corruptas una vez estén en el cargo. Bajo estas circunstancias, el ideal de la democracia, que se materializaría en el bien común así como en una vida buena para la comunidad política, resulta impracticable. Si bien es cierto que la democracia permite la participación de todo ciudadano en la vida política, no es un sistema político perfecto, porque se acompaña de muchas deficiencias, entre ellas el descuido de la ética en el perfil de los candidatos”.

### **2.1.3. Participación Electoral**

(Guerra, 1999) Menciona que “el voto, no es público ya que en principio no es conocido por los otros miembros de la junta electoral; pero tampoco es del todo secreto, porque es conocido por los miembros de la mesa. La mesa electoral ejerce una influencia predominante en la votación muchas veces sugiere nombres a electores perplejos o desorientados; otras, por la presencia de personajes influyentes, ejerce una presión sobre los electores, o incluso falsifica los resultados al contabilizar nombres diferentes de los que han sido pronunciados. Las elecciones tienen dos funciones: por una parte, legitimar el poder, escenificando la voluntad del soberano; por la otra, seleccionar a los hombres que, juntos, formarán la representación nacional”.

(Nohlen, 2004, pág. 137) Indica que “las razones más importantes que tiene la participación electoral son:

1. De tipo sociológico: la participación electoral es la más democrática e igualitaria. Incluye la mayor cantidad de ciudadanos y, al mismo tiempo, garantiza la participación más igualitaria de los miembros de la sociedad.
2. De índole política: la participación electoral es el más central de los canales de vinculación del electorado y de sus preferencias políticas con el poder que se manifiesta en su elección de los representantes y mandatarios ejecutivos.

A través de esta vinculación tipo entrada (input), toda la sociedad se vincula, o está afectada de forma vinculante, por el resultado (output). Es decir la legislación, por

un lado, y el desarrollo económico y social, por el otro, como producto en parte de las políticas llevadas a cabo por los gobernantes”.

#### **2.1.4. Comportamiento, Intereses y Preferencias de los electores**

(Paramio, 1998)Supone que “los electores votan al partido que en su programa se aproxima más a sus propias preferencias”.

Un autor sostuvo que “el nivel de simpatía del elector con las distintas fuerzas políticas o ideologías es el elemento clave que orientará el sentido del voto”.(Sáez Lozano, 2002)

(López V, 2004) Expresa que “la reflexión acerca del porque un ciudadano vota por un candidato o un partido determinado es uno de los aspectos más estudiados por la ciencia política, sin embargo no existe una respuesta teórica concreta para esta interrogante”.

Dos autores expresan que “en las campañas electorales, el voto es el acto por medio del cual el ciudadano manifiesta una simpatía o antipatía, hacia un partido o coalición de partidos, su programa electoral y sus candidatos. El interés por conocer qué es lo que mueve al votante y afecta su conducta o comportamiento electoral. Para tratar de dar respuesta a esta pregunta, han surgido diferentes teorías como la conductista, la teoría racional o la teoría cultural del voto; el conductismo sostiene que a todo estímulo le sigue una respuesta, similar a la relación que existe entre causa y efecto; la teoría racional que es la que considera al elector como un ser racional nos indica que el comportamiento político y la orientación del voto del elector es el resultado del cálculo racional en la que se hace un razonamiento de ventajas, desventajas, beneficios y riesgos que se corren al tomar una determinada decisión; la teoría cultural dice que el hábito de votación y los aspectos culturales que se van construyendo a través del tiempo es lo que realmente incide y determina la conducta y comportamiento político de los votantes. Los autores agregan que los partidos políticos y los candidatos, tradicionalmente, orientan sus esfuerzos en la persuasión de los votantes blandos e indecisos, ya que en el sector de votos duros o de votos opositores, la posibilidad de cambio en las lealtades electorales es baja”.(Huerta Franco & Valdez Zepeda, 2011)

(Montecinos E. , 2007, pág. 17) Refiere que “los electores deciden su voto calculando los beneficios que pueden obtener de un gobierno de uno u otro partido, los

electores pueden utilizar lo que podemos llamar atajos informacionales: la ideología o identidad partidaria es el fundamental de estos atajos”.

### **2.1.5. Imagen del candidato y su influencia en el proceso electoral**

Los autores (Zamora & Losada, 2011) consideran que “las personas tienden a separar de manera artificial la parte cognitiva y la parte afectiva a través de la cual los ciudadanos evalúan a sus candidatos, es decir, la imagen con la que los asocia a estos. La imagen política ha sido entendida así, como un constructo medible en términos cuantitativos (notoriedad o popularidad de un político) y cualitativos (atributos a partir de los cuales se define al político)”.

(Justel, 1992) Expresa que “el éxito electoral de los partidos parece depender de manera creciente de la imagen pública de sus líderes o candidatos. Este hecho resulta potenciado por una serie de factores, han perdido efectividad factores estructurales como la clase social, la raza o la religión; se han debilitado de manera creciente las tramas y recursos organizativos de base de los partidos políticos y consecuentemente la capacidad de movilización y de contactos cara a cara; y finalmente, el desarrollo de los medios de comunicación de masas, especialmente la televisión, han dado prominencia a las actividades directas de los líderes en ruedas de prensa, debates y discursos que alcanzan al público en general o a amplias capas de la población de forma simultánea y fácil”.

### **2.1.6. Campañas electorales, medios de comunicación y construcción de la agenda de temas como una ayuda idónea en un proceso electoral**

Existen muchos candidatos que se apoyan fuertemente en asesores y expertos que les aconsejan sobre cómo obtener atención informativa, marcar el repertorio temático de la campaña, reforzar los asuntos candentes de su preferencia y para proyectar una imagen adecuada”. (Paletz, 1997)

(García Beaudoux & D’Adamo, Campañas electorales y sus efectos sobre el voto. Análisis de la campaña electoral presidencial 2003 en Argentina, 2004) Estos escritores exponen que la principal función de las campañas es reforzar las convicciones de los partidarios, convencer al “elector frágil” o votante indeciso con predisposición favorable hacia el

candidato que la campaña respalda y seducir a los indecisos a secas. Además agregan que los sujetos encuestados lo que más recuerdan de la campaña son imágenes o comentarios transmitidos desde el medio televisivo, las imágenes, en cuanto estrategia de comunicación, incluyen una propuesta limitada y accesible para determinados grupos de votantes.

En el 2006 (García Beaudoux & D'Adamo, 2006) sostienen que “los temas alrededor de los cuales un candidato debe articular su estrategia de comunicación de campaña dependen de lo que la ciudadanía considere más relevante en ese momento, de los reclamos que ponga en juego en esa elección, de las cuestiones que la movilicen, de los problemas y demandas que subyacen más próximos a su decisión de voto y también de aquello a lo que los medios de comunicación de masas den prioridad en sus agendas. La corrupción, la economía, la inseguridad, son temas tradicionales de campaña, los mensajes de campaña deben de ser más efectivos a partir de la selección de ciertos temas que se supone inclinarán a la ciudadanía a favor, dadas las predisposiciones y actitudes existentes que los sondeos han permitido detectar. El conocimiento de las preferencias de los ciudadanos les permite mostrarse más sensibles a ellas durante el curso de las campañas”.

## **2.2. MATRIZ DE REVISIÓN DE LITERATURA**

La matriz de revisión de literatura comprende información específica (autor, título, año, resumen, muestra, metodología de investigación, conclusiones, futuras investigaciones y Journal/Revista en la que fue publicado) de papers, revistas, artículos, libros, cuadernos y otros documentos que sirven para documentar investigaciones o aportar a literaturas existentes.

El objetivo de la matriz es detectar, consultar y obtener bibliografía; para recopilar información relevante y necesaria para la investigación. Por tal razón, es importante contar con ella, ya que permite observar de manera resumida datos relevantes sobre la literatura previamente estudiada y analizada. (**ver Anexo 1**)



## **CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.1.1. Diseño de Investigación**

Se describirá el diseño de investigación, por medio del cual se podrán obtener resultados que se apliquen en este caso particular de estudio.

En este proyecto se utilizará la investigación exploratoria debido a que se conoce poco del problema y este tipo de investigación es apropiada cuando se necesita definir el problema con más precisión. La investigación exploratoria es la etapa inicial en el esquema del diseño de investigación general e incluso puede proporcionar mayor conocimiento para ayudar a entender los resultados. (Malhotra, 2004)

En el diseño de investigación exploratoria se realizará entrevista a expertos, debido a que el objetivo es documentar ciertas experiencias, examinar temas o problemas.

Al no contar con un marco muestral establecido se realizará una investigación descriptiva (Encuesta) para saber cuáles son las variables que inciden en la decisión del voto.

Se usará la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia dado que el investigador escogerá los elementos que son convenientes para investigar y muestreo probabilístico sistemático debido a que la muestra se elegirá al seleccionar un punto de inicio aleatorio y luego de manera sucesiva cada 4 personas.

Las encuestas serán entregadas a los encuestados directamente por el investigador, sin terceros.

El deberá solicitar la cooperación de los encuestados que se encuentren en el lugar y tiempo correcto al momento de realizar la misma.

## 3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

### 3.2.1. Selección de la Población

Para el presente análisis la población meta está definida en términos de elemento, ubicación geográfica y tiempo.

Siendo el elemento todas las personas que estén en el rango de 16 – 65 años de edad que estén aptas para el sufragio, sin discriminación de género, nivel de educación, ocupación o si residía o no en la ciudad de Guayaquil; la ubicación geográfica de muestreo seleccionada la ciudad de Guayaquil y el tiempo máximo de recolección de la información 5 días.

A continuación se muestra un cuadro con el total de habitantes de 16 a 65 años en la ciudad de Guayaquil en el año 2010 según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

**Cuadro 3.1 - Habitantes de 16 a 65 años (Censo 2010)**

<b>EDAD</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>	<b>TOTAL</b>
16	21,227	21,304	42,531
17	22,021	21,979	44,000
18	21,422	22,187	43,609
19	20,613	21,593	42,206
20	21,762	21,899	43,661
21	20,749	21,281	42,03
22	21,402	21,700	43,102
23	20,797	21,471	42,268
24	20,494	21,318	41,812
25	20,800	21,339	42,139
26	19,757	20,439	40,196
27	19,479	19,757	39,236
28	20,699	21,077	41,776
29	20,576	21,115	41,691
30	21,217	21,498	42,715
31	19,200	20,197	39,397

32	18,963	19,425	38,388
33	18,698	18,697	37,395
34	17,154	17,88	35,034
35	16,713	16,933	33,646
36	16,097	16,9	32,997
37	15,35	16,301	31,651
38	16,127	16,873	33,000
39	15,626	15,955	31,581
40	15,914	16,468	32,382
41	13,766	14,475	28,241
42	14,458	15,099	29,557
43	13,384	14,124	27,508
44	13,225	14,083	27,308
45	13,731	14,863	28,594
46	13,511	14,489	28,000
47	13,281	14,175	27,456
48	13,11	14,212	27,322
49	11,746	12,522	24,268
50	12,567	13,325	25,892
51	10,839	11,397	22,236
52	10,475	10,876	21,351
53	10,581	11,099	21,68
54	9,969	10,926	20,895
55	10,078	10,766	20,844
56	9,685	10,06	19,745
57	8,710	9,316	18,026
58	8,143	9,116	17,259
59	7,662	8,103	15,765
60	7,508	8,262	15,77
61	6,171	6,606	12,777
62	5,990	6,433	12,423

63	5,676	6,329	12,005
64	5,16	6,021	11,181
65	5,507	6,199	11,706
TOTAL	737,79	768,462	1506,252

Fuente: Datos recogidos de la página del INEC (2010)

### 3.2.2. Definición del Tamaño de la Muestra

Para determinar la muestra se utilizó los datos estadísticos del último censo realizado en el 2010 por el INEC. Teniendo como población 1506,252 habitantes en la ciudad de Guayaquil necesitamos una muestra representativa.

Para obtener la muestra, se utilizó la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que será el encuestador que defina cada una de las características que quiere de la muestra y el muestreo probabilístico sistemático, debido a que la muestra se elegirá al seleccionar un punto de inicio aleatorio y luego de manera sucesiva cada 4 personas.

Se escogió la fórmula para el cálculo de poblaciones infinitas (debido a que la población excede las 100,000 personas), y se procedió a determinar la muestra:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

SIGLAS	SIGNIFICADO	DATOS
N	Muestra	
N	Población	1506,252
Z	Nivel de confianza	95% = 1.96
P	Probabilidad Positiva	50%
Q	Probabilidad Negativa	50%
E	Margen de error	5%

$$n = \frac{(1.96^2) * (0.5) * (0.5)}{(0.05^2)} = 384$$

El resultado de la ecuación arrojó un total de 384 encuestas a ser aplicadas entre habitantes de 16 a 65 años aptos para el sufragio. Para efectos de esta investigación y por recomendación del tutor se decidió que el número de personas

encuestadas será de 365. La muestra fue tomada en el tiempo máximo de recolección establecido 5 días, y se les dio a los encuestados todo el tiempo necesario para responder.

### **3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE ANÁLISIS**

#### **3.3.1. Encuestas**

Se las utilizó para recolectar datos sobre la percepción u opiniones de los encuestados acerca de la importancia del sufragio, voto voluntario, participación del Consejo Nacional Electoral, Voto obligatorio, Candidatos y costo de votar.

Se usó las encuestas personales a través de un cuestionario compuesto por 40 preguntas. Se aplicó esta técnica ya que las encuestas son herramientas que permiten llegar más cerca de las fuentes de información.

#### **3.3.2. Entrevistas**

Se realizaron entrevistas a personas involucradas con el tema (Integrantes y candidatos de partidos políticos, Miembros de las juntas receptoras del voto, Profesores de ciencias políticas, Votantes), con la finalidad de recabar información profunda y detallada, la cual fue, analizada y estudiada, con el objetivo de presentarla como variables a ser aplicadas en el análisis estadístico.

#### **3.3.3. Revisión de documentos**

El uso de esta técnica consiste en la búsqueda y obtención de información contenida en fuentes secundarias o documentos escritos (revistas, libros y documentos oficiales proporcionados por el Consejo Nacional Electoral), datos de Internet, software y gráficos.

#### **3.3.4. Procesamiento de datos**

La información obtenida de las encuestas se tabuló con el programa estadístico SPSS (StatisticalPackageforthe Social Sciences), el cual es una herramienta creada específicamente para realizar estos estudios sobre bases de datos. Se realizara, un análisis factorial para determinar las variables explicativas para el modelo de regresión,

además, se determinara la confiabilidad de los datos recogidos mediante el instrumento de medición (encuesta).

Con las variables resultantes del análisis factorial, se determinara, las variables independientes y del cuestionario se determinara la variable dependiente.

Consecuentemente, se correrá los datos para regresión lineal múltiple que sirve para construir un modelo probabilístico que relaciones una variable dependiente Y con dos o más variables independientes ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ).

La expresión de dicho modelo es la siguiente:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dónde:

Y= variable endógena cuyo comportamiento pretende explicar el modelo.

$X_n$ = observaciones muestrales de la variable exógena X, variable elegida como explicativa e influyente sobre la variable Y.

$\beta_n$ = es el coeficiente que representa el efecto sobre la variable dependiente al aumentar en una unidad el valor de la variable independiente  $X_n$ .

$\varepsilon$ = representa la perturbación aleatoria. Es decir, El término del error explica la variabilidad en “Y” que no puede explicar las p variables independientes. El error es una variable aleatoria distribuida normalmente con media cero y varianza constante,  $\sigma^2$ , para todos los valores de las  $X_n$

Utilizando los datos de una muestra de tamaño n y el método de mínimos cuadrados se determina la ecuación de regresión múltiple estimada:

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Cada coeficiente  $\beta_n$  representa una estimación del cambio en “Y” que corresponde a un cambio unitario en  $X_n$  cuando todas las demás variables independientes se mantienen constantes.

Finalmente se contrastará las hipótesis con el Análisis Univariante (ANOVA), para comprobar si la variación de las variables independientes tienen relación con la variable dependiente.

Para más detalles, los resultados con el respectivo análisis, se encuentra en el CAPÍTULO 6 pag. 71.

## **CAPÍTULO 4: APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA**

### **4.1. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS**

#### **4.1.1. Investigación Exploratoria**

Se la requiere para realizar investigaciones más precisas en el desarrollo de la hipótesis, aquí el investigador se familiariza con el fenómeno investigado. Además, permite obtener al investigador obtener nuevos datos o elementos que conducen a la formulación de buenas preguntas para la investigación.

Este tipo de investigación, de acuerdo con Sellriz (1980) pueden ser:

1. Dirigido a la formulación más precisa de un problema de investigación; ya que al obtener nuevos datos y elementos puede conducir a formular con mayor precisión las preguntas de investigación.
2. Conducentes al planteamiento de una hipótesis; debido a que al recabar información y descubrir las bases conlleva a la formulación de una hipótesis. Para en lo posterior realizar una investigación descriptiva, lo que puede crear en otros investigadores el interés por el estudio de un nuevo tema.

Por tal razón, se procedió a realizar entrevistas de campo (ver Anexo 2) que ayudaron a establecer variables que inciden generalmente en la decisión del voto.

##### **4.1.1.1. Análisis de las Entrevistas**

Analizando las entrevistas, se obtuvo lo siguiente:

1. El nivel de educación es una variable muy importante a la hora de tomar la decisión del voto, esta variable fue en la que la mayoría de entrevistados coincidieron. Muchas son las personas que al no tener un nivel de educación se inclinan por algún candidato ya que se dejan influenciar por los medios de comunicación los cuales pueden favorecer positiva o negativamente a un candidato.
2. La falta de información es otra variable que predomina al momento que el elector decide y analiza por quién votar. Conocer sobre las organizaciones

políticas, partidos políticos, información de cada uno de los candidatos y sus planes de propuestas y saber cómo van a desarrollar cada uno de los planes ayuda a tomar una buena determinación.

3. La propaganda política constituye un medio importante en la decisión de cada uno de los electores ya que los votantes se dejan convencer por regalos de campaña desde incentivos monetarios, promesas laborales antes que la propaganda como tal.
4. La imagen del candidato afecta a la decisión de cada uno de los votantes en el momento de votar sin importar cuál sea su plan de trabajo o el nivel de estudio que posee.
5. Los intereses políticos, muchos electores reconocen su propio beneficio económico y no de toda la sociedad.
6. La última variable que incide es la tradición o ideología política algunos ciudadanos tienen una formación partidista, de tal manera que en las sucesivas elecciones sigue apoyando a los candidatos de ese mismo partido como tradicionalmente lo ha estado haciendo.

#### **4.1.2. Investigación Descriptiva**

La finalidad de la investigación descriptiva es poder describir características, situaciones y eventos; identificar cualidades del objeto de estudio y medir diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno que se encuentra siendo estudiado.

En este tipo de investigación se recogen los datos sobre la base de una hipótesis, se resume la información y luego se analiza minuciosamente los resultados con el fin de extraer generalizaciones que contribuyan al conocimiento.

##### **4.1.2.1. Análisis de la Encuesta**

A continuación, se muestran las preguntas realizadas a los encuestados con el respectivo análisis de resultados relevantes para el presente estudio.



## 1. ¿Considera usted importante ir a sufragar?

**Cuadro 4.1 - Importancia de Sufragar**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		4,05
Mediana		5,00
Moda		5
Desviación estándar		1,412
Asimetría		-1,228
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-,023
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	41	11,2	11,2	11,2
Parcialmente en desacuerdo	29	7,9	7,9	19,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	5,8	5,8	24,9
Parcialmente de acuerdo	53	14,5	14,5	39,5
Totalmente de acuerdo	221	60,5	60,5	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los Autores

El cuadro 4.1 muestra el análisis descriptivo de la pregunta 1, en la cual se le preguntó al elector si para él era importante el ir a sufragar. Como se puede apreciar el 60,55% de los encuestados están totalmente de acuerdo.

## 2. ¿Piensa usted que ir a sufragar es cumplir con un deber cívico?

**Cuadro 4.2 - El sufragio como un deber cívico**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		3,84
Mediana		4,00
Moda		5
Desviación estándar		1,404
Asimetría		-,872
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-,626
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	40	11,0	11,0	11,0
Parcialmente en desacuerdo	34	9,3	9,3	20,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	51	14,0	14,0	34,2
Parcialmente de acuerdo	60	16,4	16,4	50,7
Totalmente de acuerdo	180	49,3	49,3	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Como vemos en el cuadro 4.2 de las 365 personas encuestadas el 49,32% piensa que el ir a sufragar es cumplir con un deber cívico.

### 3. ¿Si el voto llegase a ser voluntario seguiría cumpliendo usted con ir a votar?

**Cuadro 4.3 - Los electores y el voto voluntario**

N	Válido	365		
	Perdidos	0		
Media		3,75		
Mediana		4,00		
Moda		5		
Desviación estándar		1,388		
Asimetría		-,794		
Error estándar de asimetría		,128		
Curtosis		-,661		
Error estándar de curtosis		,255		

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	43	11,8	11,8	11,8
Parcialmente en desacuerdo	30	8,2	8,2	20,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	60	16,4	16,4	36,4
Parcialmente de acuerdo	75	20,5	20,5	57,0
Totalmente de acuerdo	157	43,0	43,0	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Con la pregunta 3 se quiso conocer si al ser el voto voluntario los ciudadanos seguirán cumpliendo con ir a sufragar, del total de los encuestados el 43% de ellos estarían totalmente de acuerdo con seguir votando así el voto sea voluntario versus un 11,8% que concluyo que ya no cumplirían con ir a votar si llegaría a pasar esto.

### 4. ¿Considera usted que el voto debe ser analizado y reflexionado?

**Cuadro 4.4 - Analizar y reflexionar el voto**

N	Válido	365		
	Perdidos	0		
Media		4,03		
Mediana		4,00		
Moda		5		
Desviación estándar		1,200		
Asimetría		-,1100		
Error estándar de asimetría		,128		
Curtosis		,225		
Error estándar de curtosis		,255		

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	21	5,8	5,8	5,8
Parcialmente en desacuerdo	25	6,8	6,8	12,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	56	15,3	15,3	27,9
Parcialmente de acuerdo	84	23,0	23,0	51,0
Totalmente de acuerdo	179	49,0	49,0	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

El 49% de encuestados opinan que el voto debe ser analizado y reflexionado.

**5. ¿Considera usted que al ser el voto obligatorio existe poco interés en analizar y reflexionar el voto?**

**Cuadro 4.5 - Voto obligatorio provoca poco interés en analizar y reflexionar el voto**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	46	12,6	12,6	12,6
	Parcialmente en desacuerdo	45	12,3	12,3	24,9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	65	17,8	17,8	42,7
	Parcialmente de acuerdo	84	23,0	23,0	65,8
	Totalmente de acuerdo	125	34,2	34,2	100,0
	Total	365	100,0	100,0	

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		3,54
Mediana		4,00
Moda		5
Desviación estándar		1,393
Asimetría		-,542
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-,991
Error estándar de curtosis		,255

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Del 100% de encuestado el 34,2% cree que por ser el voto obligatorio existe poco interés en analizar y reflexionar el voto.

**6. ¿Cree usted que los medios de comunicación ayudan a que los electores participen del proceso electoral?**

**Cuadro 4.6 - Participación de los medios de comunicación en el proceso electoral**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	43	11,8	11,8	11,8
	Parcialmente en desacuerdo	30	8,2	8,2	20,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	64	17,5	17,5	37,5
	Parcialmente de acuerdo	91	24,9	24,9	62,5
	Totalmente de acuerdo	137	37,5	37,5	100,0
	Total	365	100,0	100,0	

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		3,68
Mediana		4,00
Moda		5
Desviación estándar		1,358
Asimetría		-,746
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-,648
Error estándar de curtosis		,255
Suma		1344

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

El 37,5% piensan que los medios de comunicación ayudan a que los electores participen en el proceso electoral.

**7. ¿Piensa usted que el lugar asignado para votar suele ser un impedimento para que los electores cumplan con ir a votar?**

**Cuadro 4.7 - Lugar de votación**

N	Válido	365			
	Perdidos	0			
Media		4,04			
Mediana		4,00			
Moda		5			
Desviación estándar		1,220			
Asimetría		-1,243			
Error estándar de asimetría		,128			
Curtosis		,628			
Error estándar de curtosis		,255			

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	29	7,9	7,9	7,9
Parcialmente en desacuerdo	12	3,3	3,3	11,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	54	14,8	14,8	26,0
Parcialmente de acuerdo	91	24,9	24,9	51,0
Totalmente de acuerdo	179	49,0	49,0	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

El 49% de encuestados piensan que el lugar asignado para votar suele ser un impedimento para que los electores cumplan con ir a votar.

**8. ¿Cree usted que si todos los candidatos fueran evaluados durante las campañas electorales por especialistas en administración pública, los resultados de dicha evaluación le ayudaría a tomar una buena decisión del voto?**

**Cuadro 4.8 - Evaluación a candidatos por especialistas en administración pública**

N	Válido	365			
	Perdidos	0			
Media		3,35			
Mediana		3,00			
Moda		5			
Desviación estándar		1,353			
Asimetría		-,298			
Error estándar de asimetría		,128			
Curtosis		-1,088			
Error estándar de curtosis		,255			

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	46	12,6	12,6	12,6
Parcialmente en desacuerdo	56	15,3	15,3	27,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	87	23,8	23,8	51,8
Parcialmente de acuerdo	78	21,4	21,4	73,2
Totalmente de acuerdo	98	26,8	26,8	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Si los candidatos fueran evaluados antes de las elecciones por especialistas en administración pública, el 26,8% de encuestados cree que esto ayudaría a tomar una buena decisión.

### 9. ¿Cree usted que los ciudadanos se informan de los candidatos antes de votar?

**Cuadro 4.9 - Informarse de los candidatos**

N	Válido	365			
	Perdidos	0			
Media		2,85			
Mediana		3,00			
Moda		3			
Desviación estándar		1,370			
Asimetría		,129			
Error estándar de asimetría		,128			
Curtosis		-1,188			
Error estándar de curtosis		,255			

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	79	21,6	21,6	21,6
	Parcialmente en desacuerdo	77	21,1	21,1	42,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	85	23,3	23,3	66,0
	Parcialmente de acuerdo	66	18,1	18,1	84,1
	Totalmente de acuerdo	58	15,9	15,9	100,0
	Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Podemos observar que solo el 15,90% de los electores considera que los ciudadanos se informan sobre los candidatos antes de votar y el 21,6% piensan que no se informan.

### 10. ¿Considera usted que la información disponible de los candidatos en el proceso electoral es suficiente para decidir su voto?

**Cuadro 4.10 - Información disponible de los candidatos en el proceso electoral**

N	Válido	365			
	Perdidos	0			
Media		2,92			
Mediana		3,00			
Moda		3			
Desviación estándar		1,386			
Asimetría		,067			
Error estándar de asimetría		,128			
Curtosis		-1,238			
Error estándar de curtosis		,255			

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	76	20,8	20,8	20,8
	Parcialmente en desacuerdo	75	20,5	20,5	41,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	80	21,9	21,9	63,3
	Parcialmente de acuerdo	71	19,5	19,5	82,7
	Totalmente de acuerdo	63	17,3	17,3	100,0
	Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

De las 365 personas encuestadas el 20,8% piensan que la información disponible sobre los candidatos no es suficiente para decidir su voto.

### 11. ¿Considera usted que el partido político al cual pertenece el candidato es importante a la hora de decidir por quién votar?

**Cuadro 4.11 - Incidencia del partido político en el voto**

N	Válido	365		
	Perdidos	0		
Media		3,66		
Mediana		4,00		
Moda		5		
Desviación estándar		1,420		
Asimetría		-,693		
Error estándar de asimetría		,128		
Curtosis		-,826		
Error estándar de curtosis		,255		

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	50	13,7	13,7	13,7
Parcialmente en desacuerdo	26	7,1	7,1	20,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	72	19,7	19,7	40,5
Parcialmente de acuerdo	67	18,4	18,4	58,9
Totalmente de acuerdo	150	41,1	41,1	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

De la totalidad de las personas encuestadas el 41,1% consideran que el partido político al cual pertenece un candidato es importante a la hora de decidir por quién votar.

### 12. ¿Cree usted que se debe votar por el candidato con mejor oratoria e imagen?

**Cuadro 4.12 - Incidencia de la oratoria e imagen del político en el voto**

N	Válido	365		
	Perdidos	0		
Media		3,75		
Mediana		4,00		
Moda		5		
Desviación estándar		1,370		
Asimetría		-,821		
Error estándar de asimetría		,128		
Curtosis		-,493		
Error estándar de curtosis		,255		

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	47	12,9	12,9	12,9
Parcialmente en desacuerdo	11	3,0	3,0	15,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	84	23,0	23,0	38,9
Parcialmente de acuerdo	68	18,6	18,6	57,5
Totalmente de acuerdo	155	42,5	42,5	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Se observa que el 42,5% creen que se debe votar por el candidato con mejor oratoria e imagen y el 12,9% piensan lo contrario.

### 13. ¿Piensa usted que las personas votan por el candidato que ofrezca más?

**Cuadro 4.13 - Incidencia de los ofrecimientos políticos a los electores**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		3,82
Mediana		4,00
Moda		5
Desviación estándar		1,357
Asimetría		-,878
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-,429
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	41	11,2	11,2	11,2
Parcialmente en desacuerdo	17	4,7	4,7	15,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	76	20,8	20,8	36,7
Parcialmente de acuerdo	62	17,0	17,0	53,7
Totalmente de acuerdo	169	46,3	46,3	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Puede apreciar que el 46,3% consideran que las personas votan por el candidato que ofrece más.

### 14. ¿Le gustaría que el C.N.E. desarrolle el voto electrónico en todo el país?

**Cuadro 4.14 - Aceptación del voto electrónico**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		3,72
Mediana		4,00
Moda		5
Desviación estándar		1,479
Asimetría		-,709
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-,957
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	51	14,0	14,0	14,0
Parcialmente en desacuerdo	32	8,8	8,8	22,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	63	17,3	17,3	40,0
Parcialmente de acuerdo	43	11,8	11,8	51,8
Totalmente de acuerdo	176	48,2	48,2	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Al 48,2% le gustaría que el voto electrónico se desarrolle a nivel nacional.

**15. ¿Estaría usted de acuerdo que se formalice la presentación de informes semanales para conocimiento de la ciudadanía?**

**Cuadro 4.15 - Aceptación de informes semanales**

N	Válido	365		
	Perdidos	0		
Media		3,79		
Mediana		4,00		
Moda		5		
Desviación estándar		1,312		
Asimetría		-,727		
Error estándar de asimetría		,128		
Curtosis		-,684		
Error estándar de curtosis		,255		

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	28	7,7	7,7	7,7
Parcialmente en desacuerdo	40	11,0	11,0	18,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	71	19,5	19,5	38,1
Parcialmente de acuerdo	67	18,4	18,4	56,4
Totalmente de acuerdo	159	43,6	43,6	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

De las 365 personas encuestadas el 43,6% estarían de acuerdo que se formalicen la presentación de informes semanales para conocimiento de la ciudadanía.

**16. ¿Considera usted que el voto en plancha es un voto racional?**

**Cuadro 4.16 - El voto en plancha**

N	Válido	365		
	Perdidos	0		
Media		2,69		
Mediana		3,00		
Moda		1		
Desviación estándar		1,487		
Asimetría		,240		
Error estándar de asimetría		,128		
Curtosis		-1,384		
Error estándar de curtosis		,255		

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	120	32,9	32,9	32,9
Parcialmente en desacuerdo	58	15,9	15,9	48,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	62	17,0	17,0	65,8
Parcialmente de acuerdo	66	18,1	18,1	83,8
Totalmente de acuerdo	59	16,2	16,2	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

El voto en plancha es un voto racional solo para el 16,2% de nuestra muestra, mientras que el 32,9% opinan lo contrario.



### 17. Para usted democracia es:

**Cuadro 4.17 - Percepción de la democracia**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
N	Válido	365			
	Perdidos	0			
Media		2,57			
Mediana		3,00			
Moda		3			
Desviación estándar		1,078			
Asimetría		-,169			
Error estándar de asimetría		,128			
Curtosis		-,640			
Error estándar de curtosis		,255			

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Participacion del pueblo en la accion del voto	94	25,8	25,8	25,8
	Respeto a la dignidad humana	29	7,9	7,9	33,7
	La libertad y los derechos de todos los ciudadanos	193	52,9	52,9	86,6
	Estudiar a los candidatos y luego ir a votar	37	10,1	10,1	96,7
	Participar en un movimiento politico	12	3,3	3,3	100,0
Total		365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Para la mayoría de los encuestados, democracia es: La libertad y los derechos de todos los ciudadanos.

### 18. ¿Qué significado tiene para usted las elecciones electorales? Elija una opción.

**Cuadro 4.18 - Significado de las Elecciones Electorales para la ciudadanía**

N	Válido	365			
	Perdidos	0			
Media		2,68			
Mediana		2,00			
Moda		1			
Desviación estándar		1,568			
Asimetría		,386			
Error estándar de asimetría		,128			
Curtosis		-1,353			
Error estándar de curtosis		,255			

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Donde los ciudadanos expresan su volutnad politica en voto	123	33,7	33,7	33,7
	Obligatoriedad	65	17,8	17,8	51,5
	Donde se elige a un candidato para cualquier dignidad	70	19,2	19,2	70,7
	Forman parte del proceso electoral	18	4,9	4,9	75,6
	Participar en un movimiento politico	89	24,4	24,4	100,0
Total		365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

La mayoría de las personas encuestadas consideran que las elecciones es donde los ciudadanos expresan su voluntad política en voto.

**19. Si las elecciones para Alcalde fueran ésta semana. ¿Se sentiría usted preparado para dar su voto?**

**Cuadro 4.19 - Opinión sobre elecciones tempranas y rápidas**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		3,16
Mediana		4,00
Moda		4
Desviación estándar		1,461
Asimetría		-,273
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-1,340
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada preparado	78	21,4	21,4	21,4
Parcialmente no preparado	51	14,0	14,0	35,3
Ni parcialmente preparado ni parcialmente no preparado	50	13,7	13,7	49,0
Parcialmente preparado	107	29,3	29,3	78,4
Muy Preparado	79	21,6	21,6	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

El 29,3% estaría parcialmente preparado para dar su voto si las elecciones fueran ésta semana.

**20. ¿Cuál de las siguientes opciones es para usted la que más influye en la decisión de su voto? Por favor elija la más importante.**

**Cuadro 4.20 - Percepción del encuestado en cuanto a la decisión de voto**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		4,95
Mediana		6,00
Moda		6
Desviación estándar		1,847
Asimetría		-,504
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-1,226
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Amistad	8	2,2	2,2	2,2
Tradicion Política	38	10,4	10,4	12,6
Compromiso Laboral	72	19,7	19,7	32,3
Informacion que divulguen los medios de comunicacion	24	6,6	6,6	38,9
Resultados de la encuesta	11	3,0	3,0	41,9
Temas y propuestas de los candidatos	129	35,3	35,3	77,3
Trayectoria academica y laboral del candidato	83	22,7	22,7	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Éste cuadro indica que una gran parte de los encuestados (35,34%) creen que los temas y propuestas de los candidatos es lo que más influye en la decisión del voto.

**21. ¿Con qué frecuencia usted se interesa en las noticias sobre el ámbito económico?**

**Cuadro 4.21 - Interés en noticias sobre el ámbito económico**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		3,23
Mediana		3,00
Moda		3
Desviación estándar		1,166
Asimetría		-,065
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-,774
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	27	7,4	7,4	7,4
Casi Nunca	69	18,9	18,9	26,3
Frecuentemente	126	34,5	34,5	60,8
Casi siempre	78	21,4	21,4	82,2
Siempre	65	17,8	17,8	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Se puede ver que la sumatoria porcentual de las personas que, casi siempre vs siempre, el 39,2% se interesan en las noticias sobre el ámbito económico.

**22. ¿Con que frecuencia usted se interesa en las noticias sobre el ámbito social?**

**Cuadro 4.22 - Interés en las noticias sobre el ámbito social**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		3,07
Mediana		3,00
Moda		3
Desviación estándar		1,035
Asimetría		,081
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-,052
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	28	7,7	7,7	7,7
Casi Nunca	56	15,3	15,3	23,0
Frecuentemente	186	51,0	51,0	74,0
Casi siempre	52	14,2	14,2	88,2
Siempre	43	11,8	11,8	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

El 26% de los encuestados se interesan en noticias sobre el ámbito social y el 51% lo hacen de manera frecuente.

**23. ¿Con que frecuencia usted se interesa en las noticias sobre el ámbito político?**

**Cuadro 4.23 - Interés en las noticias sobre el ámbito político**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		3,13
Mediana		3,00
Moda		3
Desviación estándar		1,215
Asimetría		,112
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-,920
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	30	8,2	8,2	8,2
Casi Nunca	89	24,4	24,4	32,6
Frecuentemente	119	32,6	32,6	65,2
Casi siempre	58	15,9	15,9	81,1
Siempre	69	18,9	18,9	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

El cuadro 4.23 nos indica que el 34,8% se interesan en noticias sobre el ámbito político, seguido por un 32,6% que son quienes frecuentemente se muestran interesados en noticias del ámbito político.

**24. Señale qué medio de comunicación le resulta más atractivo (una opción) para conocer sobre el ámbito económico.**

**Cuadro 4.24 - Medio de comunicación más atractivo para conocer sobre el ámbito económico**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		1,92
Mediana		1,00
Moda		1
Desviación estándar		1,287
Asimetría		,880
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-,965
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Television	227	62,2	62,2	62,2
Radio	26	7,1	7,1	69,3
Prensa	30	8,2	8,2	77,5
Internet	78	21,4	21,4	98,9
Revistas	4	1,1	1,1	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Para el 62,2% de los encuestados les resulta más atractivo la televisión para conocer sobre el ámbito económico del país.

**25. Señale qué medio de comunicación le resulta más atractivo (una opción) para conocer sobre el ámbito social.**

**Cuadro 4.25 - Medio de comunicación más atractivo para conocer sobre el ámbito social**

N	Válido	365		
	Perdidos	0		
Media		1,84		
Mediana		1,00		
Moda		1		
Desviación estándar		1,220		
Asimetría		1,007		
Error estándar de asimetría		,128		
Curtosis		-,625		
Error estándar de curtosis		,255		

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Television	233	63,8	63,8	63,8
Radio	26	7,1	7,1	71,0
Prensa	42	11,5	11,5	82,5
Internet	60	16,4	16,4	98,9
Revistas	4	1,1	1,1	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Se puede visualizar que al 63,8% les resulta más atractivo la televisión para conocer sobre el ámbito social del país.

**26. Señale qué medio de comunicación le resulta más atractivo (una opción) para conocer sobre el ámbito político.**

**Cuadro 4.26 - Medio de comunicación más atractivo para conocer sobre el ámbito político**

N	Válido	365		
	Perdidos	0		
Media		1,88		
Mediana		1,00		
Moda		1		
Desviación estándar		1,248		
Asimetría		,972		
Error estándar de asimetría		,128		
Curtosis		-,646		
Error estándar de curtosis		,255		

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Television	228	62,5	62,5	62,5
Radio	26	7,1	7,1	69,6
Prensa	45	12,3	12,3	81,9
Internet	59	16,2	16,2	98,1
Revistas	7	1,9	1,9	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Como se indica en el cuadro 4.26, el 62,5% opinaron que les resulta más atractivo la televisión para conocer sobre el ámbito político del país.

## 27. ¿Porque usted votaría en plancha?

**Cuadro 4.27 - Razón por la que los electores votan en plancha**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		3,64
Mediana		5,00
Moda		5
Desviación estándar		1,528
Asimetría		-,547
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-1,238
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Por el partido político	52	14,2	14,2	14,2
Por el presidente	42	11,5	11,5	25,8
Por Facilidad	75	20,5	20,5	46,3
Por rivalidad hacia otros candidatos	11	3,0	3,0	49,3
No voto en plancha	185	50,7	50,7	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Al estar formada la investigación por encuestados con un nivel de educación superior y que consecuentemente cumplen con responsabilidad, era de esperarse que la mayoría seleccionara la opción “No voto en plancha” y para éste caso con un 50,7% lo podemos comprobar en el cuadro 4.27

## 28. ¿Porque usted votaría en blanco?

**Cuadro 4.28 - Razón por la que los electores votan en blanco**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		3,50
Mediana		4,00
Moda		5
Desviación estándar		1,594
Asimetría		-,565
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-1,323
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Por que no conoce a los candidatos	76	20,8	20,8	20,8
Por que no hay una buena difusión de las propuestas	42	11,5	11,5	32,3
Por que considera que su voto no es importante	17	4,7	4,7	37,0
Por que piensa que todos los candidatos no estan aptos para los puestos que se postulan	83	22,7	22,7	59,7
No voto en blanco	147	40,3	40,3	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

De igual forma, los encuestados con un 40,3% dan a conocer que “No votan en blanco”.

## 29. ¿Porque cree usted que existen los votos nulos?

**Cuadro 4.29 - Razón por la que existen votos nulos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
N	Válidos	365			
	Perdidos	0			
Media			3,24		
Mediana			3,00		
Moda			5		
Desviación estándar			1,570		
Asimetría			-,113		
Error estándar de asimetría			,128		
Curtosis			-1,517		
Error estándar de curtosis			,255		

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Por falta de preparacion	71	19,5	19,5	19,5
	Por apatia a la eleccion	63	17,3	17,3	36,7
	Por falta de decision	77	21,1	21,1	57,8
	Por que el ciudadano considera que su voto no tiene precio	15	4,1	4,1	61,9
	Por que el ciudadano piensa que ninguno de los candidatos inspiran confianza	139	38,1	38,1	100,0
	Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Del 100% de los encuestados, el 38,1% opinan que los votos nulos existen porque ninguno de los candidatos inspira confianza; seguido con el 21,1% que creen que la existencia de estos votos se debe a la falta de decisión.

## 30. ¿Cuál de las siguientes opciones, considera usted que pudiera influir en la disminución de los votos en blanco y votos nulos? Escoja una opción

**Cuadro 4.30 - Percepción de los electores en cuanto a los votos en blanco y votos nulos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
N	Válidos	365			
	Perdidos	0			
Media			3,14		
Mediana			3,00		
Moda			3		
Desviación estándar			1,346		
Asimetría			-,068		
Error estándar de asimetría			,128		
Curtosis			-1,175		
Error estándar de curtosis			,255		

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mayor tiempo para poder decidir el voto	51	14,0	14,0	14,0
	Si el voto fuera voluntario	77	21,1	21,1	35,1
	Mayor credibilidad de la propuestas	86	23,6	23,6	58,6
	Si existieran debates televisados entre los candidatos	73	20,0	20,0	78,6
	Si hubiese buena difusion de la trayectoria academica y laboral de cada uno de los candidatos	78	21,4	21,4	100,0
Total	365	100,0	100,0		

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

En el cuadro 4.30 se puede observar que la mayor parte de los encuestados muestran que para una disminución de los votos en blanco y nulos tendría que haber

mayor credibilidad de las propuestas por parte del candidato y también una buena difusión de la trayectoria académica y laboral de cada uno de los candidatos.

### 31. Según sus ideales políticos usted se considera:

**Cuadro 4.31 - Ideología política de los encuestados**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		4,05
Mediana		5,00
Moda		5
Desviación estándar		1,389
Asimetría		-1,092
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-,384
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Centro Izquierda	28	7,7	7,7	7,7
Izquierda	51	14,0	14,0	21,6
Centro derecha	22	6,0	6,0	27,7
Derecha	39	10,7	10,7	38,4
Ninguno	225	61,6	61,6	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

El cuadro 4.31, da a conocer que el 61,6% de los encuestados no se consideran de ningún tipo de ideología política.

### 32. Por favor señale usted una referencia de distancia entre su hogar y el lugar de votación.

**Cuadro 4.32 - Distancia entre el hogar y el lugar de votación**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		3,85
Mediana		5,00
Moda		5
Desviación estándar		1,430
Asimetría		-,860
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-,723
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En otra provincia	40	11,0	11,0	11,0
En otra ciudad	39	10,7	10,7	21,6
En otra parroquia	47	12,9	12,9	34,5
En otra zona lejos de su casa	49	13,4	13,4	47,9
Cerca de su casa	190	52,1	52,1	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Los encuestados con un 52,1% señalan que el lugar de votación para ellos queda cerca de sus casas.



**33. Si el tener que ir a sufragar obligatoriamente genera un costo para usted.**

**Por favor señale en cuál rango se encuentra dicho costo.**

**Cuadro 4.33 - El costo de votar para los encuestados**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		1,86
Mediana		1,00
Moda		1
Desviación estándar		1,165
Asimetría		1,334
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		,861
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido \$0 - \$5	195	53,4	53,4	53,4
\$6 - \$10	87	23,8	23,8	77,3
\$11 - \$15	42	11,5	11,5	88,8
\$16 - \$20	21	5,8	5,8	94,5
>= 21	20	5,5	5,5	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Del 100% de nuestros encuestados, el 53,4% incurre en un costo por ir a votar de hasta cinco dólares.

**34. ¿Cuántos meses le gustaría que duren las campañas electorales?**

**Cuadro 4.34 - Opinión de los encuestados sobre la duración de las campañas electorales**

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		1,87
Mediana		2,00
Moda		1
Desviación estándar		1,096
Asimetría		1,266
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		1,002
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido un mes	182	49,9	49,9	49,9
dos meses	94	25,8	25,8	75,6
tres meses	60	16,4	16,4	92,1
cuatro meses	12	3,3	3,3	95,3
cinco meses	17	4,7	4,7	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

En cuanto al cuadro 4.34, se puede señalar que el 49,9% opinaron que las campañas electorales deben durar únicamente un mes.

### 35. ¿Cómo considera la intervención del Consejo Nacional Electoral en los procesos Electorales?

Cuadro 4.35 - Opinión de los encuestados sobre la intervención del CNE en las elecciones

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		3,04
Mediana		3,00
Moda		4
Desviación estándar		1,073
Asimetría		-,088
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-,823
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Mala	26	7,1	7,1	7,1
Regular	98	26,8	26,8	34,0
Ni mala ni buena	101	27,7	27,7	61,6
Buena	114	31,2	31,2	92,9
Muy buena	26	7,1	7,1	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

El 31,2% de los electores consideran que la intervención del Consejo Nacional Electoral en los procesos electorales es “Buena”.

### 36. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

Cuadro 4.36 - Rango de edad de los encuestados con mayor participación

N	Válido	365
	Perdidos	0
Media		2,78
Mediana		2,00
Moda		2
Desviación estándar		1,042
Asimetría		,855
Error estándar de asimetría		,128
Curtosis		-,252
Error estándar de curtosis		,255

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 16 - 18	10	2,7	2,7	2,7
19 - 28	181	49,6	49,6	52,3
29 - 38	92	25,2	25,2	77,5
39 - 52	45	12,3	12,3	89,9
53 - 65	37	10,1	10,1	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Según el cuadro 4.36 del total de los encuestados el 49,6% se encuentran en el rango de edad de 19 – 28 años.

### 37. Género

**Cuadro 4.37 - Género que participó más en las encuestas**

N	Válido	365		
	Perdidos	0		
Media		2,01		
Mediana		2,00		
Moda		3		
Desviación estándar		,974		
Asimetría		-,016		
Error estándar de asimetría		,128		
Curtosis		-1,952		
Error estándar de curtosis		,255		

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Masculino	171	46,8	46,8	46,8
Neutro	20	5,5	5,5	52,3
Femenino	174	47,7	47,7	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

El 47,7% estuvo formado por el género femenino, quienes colaboraron con la presente encuesta.

### 38. ¿Usted nació o vive en Guayaquil?

**Cuadro 4.38 - Cantidad de encuestados en la ciudad de Guayaquil**

N	Válido	365		
	Perdidos	0		
Media		2,55		
Mediana		3,00		
Moda		3		
Desviación estándar		1,064		
Asimetría		-,215		
Error estándar de asimetría		,128		
Curtosis		-1,197		
Error estándar de curtosis		,255		

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nació	87	23,8	23,8	23,8
Vive	65	17,8	17,8	41,6
Nació y Vive	139	38,1	38,1	79,7
Ni nació Ni vive	74	20,3	20,3	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Del 100% de encuestados, el 38,1% nacieron y viven en Guayaquil; el 23,8% sólo nació pero se encuentran a pocas distancia de Guayaquil; el 17,8% nació en otras ciudades pero actualmente se encuentran viviendo en Guayaquil y el 20,3% están de visita en Guayaquil.

### 39. ¿Qué nivel de educación posee o titulación máxima que haya alcanzado?

**Cuadro 4.39 - Nivel de Educación de los encuestados**

N	Válido	365			
	Perdidos	0			
Media		2,45			
Mediana		3,00			
Moda		3			
Desviación estándar		,893			
Asimetría		-,018			
Error estándar de asimetría		,128			
Curtosis		-,226			
Error estándar de curtosis		,255			

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Estudios Primarios	62	17,0	17,0	17,0
Bachillerato Superior	109	29,9	29,9	46,8
Universitario Superior	166	45,5	45,5	92,3
Masterado	23	6,3	6,3	98,6
Doctorado	5	1,4	1,4	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

La mayor parte de encuestados con un 45,5% fueron los que tienen nivel de educación Universitario Superior.

### 40. Actualmente usted se encuentra:

**Cuadro 4.40 - Actividad del encuestado**

N	Válido	365			
	Perdidos	0			
Media		2,07			
Mediana		2,00			
Desviación estándar		,965			
Varianza		,931			
Asimetría		,681			
Error estándar de asimetría		,128			
Curtosis		-,435			
Error estándar de curtosis		,255			

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Estudiando	112	30,7	30,7	30,7
Trabajando en relacion de dependencia	159	43,6	43,6	74,2
Libre ejercicio profesional	49	13,4	13,4	87,7
Desempleado	45	12,3	12,3	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en el software estadístico SPSS por los autores

Se puede observar que del 100% de los encuestados, el 43,6% trabaja en relación de dependencia.

## **CAPÍTULO 5: ÁMBITO ECONÓMICO, SOCIAL Y POLÍTICO**

### **5.1. ANÁLISIS DENTRO DEL ÁMBITO ECONÓMICO, SOCIAL Y POLÍTICO.**

#### **5.1.1. Estrategias Social-Económicas que influyen en el ámbito político**

Recordando los diferentes gobiernos a lo largo de los años, el Ecuador responde de manera positiva ante estrategias populistas, siendo una de las más aceptadas el Bono de Desarrollo Humano, llamado de manera inicial bono solidario, el mismo que fue creado en el gobierno de Jamil Mahuad en Septiembre de 1998.

Este programa comenzó por la eliminación del subsidio a la electricidad y al gas. A sus inicios, dicho programa estuvo dirigido a madres con ingresos menores de \$40, discapacitados y personas de la tercera edad. Llegándose a convertir en el gasto gubernamental social más alto después de la educación, alcanzando el 1% del PIB en aquel entonces.

Cabe señalar que este subsidio monetario ha alcanzado la aceptación de un gran porcentaje de electores quienes se ubican en los estratos económicos más bajos. Es así que, para el año 1999, el bono representaba en promedio el 11% del total de los gastos en el hogar. En el 2000, alcanzó cerca de 1,2 millones de beneficiarios; lo que se traducía en el 45% de hogares ecuatorianos.

Al pasar los años, llega al poder el Econ. Rafael Correa por quien el bono sufrió un impacto a partir del 2007 incrementándolo a \$30 y el mismo que asciende a la fecha en \$50. Actualmente, el Bono de Desarrollo Humano se encuentra seguido por programas sociales complementarios como: Beca Escolar, Crédito Desarrollo Humano, Bono de Emergencia, Red de Protección Solidaria, Cobertura de Protección Familiar, Pensiones jubilares y asistenciales. Siendo la población beneficiada los hogares en situación de pobreza.

Por otro lado, dentro de los beneficios otorgados a las personas que pertenecen al estrato social-económico bajo y dispuesto por el actual gobierno, se puede mencionar la estratificación socioeconómica que se ha dado en el régimen tarifario de los servicios

básicos. Cuyo beneficio, consiste en que los usuarios de los estratos altos y los usuarios comerciales e industriales ayuden éste grupo de población a pagar las tarifas de los servicios que cubran sus necesidades básicas.

Bien es cierto, que toda administración gubernamental puede y tiene el deber de luchar contra la pobreza que va justamente agarrada de la mano con el generar empleos, brindar educación, salud, alimentación, etc. y en general tiene el deber de lograr posesionar al país en un puesto que se lo pueda identificar con un buen indicador de la calidad de vida. Por lo que, cabe resaltar que comparando a años anteriores, la pobreza ha ido cayendo, situándose en Diciembre 2013 a nivel nacional con el 34.16% que representa a 15'774.749 habitantes. Siendo aún un porcentaje representativo de habitantes que permanecen en la línea de pobreza, los partidos políticos se han encargado de utilizar como estrategia política principal promesas que han dejado grabado en aquella población “el gobierno tiene la obligación de mantenerme en salud, alimentación, educación y vivienda”, creando el ocio y comodidad.

**Cuadro 5.1 - Pobreza del Ecuador (2013)**

Pobreza Rural	42,03%
Pobreza Extrema Rural	17,39%
Pobreza Urbana	17,63%
Pobreza Extrema Urbana	4,39%
Desempleo	4,15%
Subempleo	52,49%

Fuente: Ecuador en cifras ([www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec)), Diario Hoy ([www.hoy.com.ec](http://www.hoy.com.ec)), INEC

Estas personas cuyo pensamiento es conformista e ignora la situación real del país, se encuentran recibiendo más beneficios que aquel con esfuerzo busca a salir por sus propios medios de la pobreza y de la mediocridad y que ya no se deja llevar por propuestas que sólo son utilizadas como estrategias populistas o utilizadas para la concentración de poder.

Todo lo anterior, dejando de lado el índice de analfabetismo que nos rodea. La mayoría de éstas personas solo buscan aprovecharse de lo que el gobierno pueda brindarles sin considerar que cualquiera que sea el beneficio que se les sea otorgado deben tomar conciencia y deben darle el mejor uso con miras al crecimiento; pero lamentablemente ya se acostumbran a vivir en mediocridad y a expensas

del gobierno y de unos que sí buscan salir adelante.

Según nuestro campo de investigación seleccionado, el 46,30% y siendo el porcentaje más alto, opinaron que la población en general afirma que los ciudadanos sí votan por el candidato que ofrece más.

Consecuentemente, de nuestra muestra poblacional el 35,3% siendo el mayor porcentaje, afirman que ciertamente los ciudadanos les interesa más las propuestas para poder decidir el voto.

En resumen, ningún gobierno hará que cambie dicha situación si sólo se encuentran pensando en mantenerse concentrados en el poder dándole beneficios a un pueblo que no busca crecer y por consiguiente apoyando al partido político al cual pertenecen para que se convierta en una tradición política a lo largo del tiempo.

A pesar de no ser lo más óptimo ni para la sociedad peor para el país, es lo más conveniente que existan elecciones, caso contrario se repetiría historias que ni nuestros antepasados quisieran recordar. Éste es el caso de Dictaduras.

Sin embargo, la sociedad apta para participar en el proceso electoral acude a las urnas por un papel llamado certificado de votación, que se ha convertido en un interés netamente personal que evita el pago de multa...quizás unos al momento de votar piensen en el mañana de un país cuidando los recursos o quizás no. Pero lo ideal, sería que todos estudien y analicen los candidatos, que todos exijamos que los candidatos sean evaluados por especialistas externos en Administración Pública, que exijamos al Consejo Nacional Electoral que brinde a la ciudadanía información completa de los candidatos y muchas estrategias que puedan servir para la decisión del voto.

Así como existen personas que carecen de preparación, también tenemos recursos humanos capaces de deliberar y ojalá en un futuro seamos más con una visión y misión muy amplia pensando en un bienestar óptimo que erradique pensamientos como “el gobierno tiene la obligación de mantenerme en salud, alimentación, educación y vivienda”.

### **5.1.2. Análisis del Gasto Electoral**

En el Ecuador, mediante consulta popular del año 1997 se planteó el control del gasto electoral por el Presidente Interino, Fabián Alarcón. Dónde la mayor parte de los ciudadanos y ciudadanas dijo sí a dicho control.

Siendo los principios de democracia acorde a lo que establece la ley: la igualdad, la transparencia y la equidad; podemos señalar que el Ecuador aún no logra aplicarla en su totalidad.

A pesar, que la ciudadanía que se encuentra capacitada, que es responsable y que cumple con el nivel de educación adecuado, se han encargado de unir esfuerzos para impulsar instituciones que posibiliten lograr un Estado justo que reúna los principios antes mencionados.

Estos esfuerzos, en su defecto, si han funcionado; ya que, han construido bases de un Ecuador un poco más democrático. Aunque la inconsistencia social y política ha obstaculizado el fortalecimiento de un auténtico Estado de Derecho, se podría mencionar que uno de los avances importantes que se ha aplicado en la reforma política es el control del Gasto Electoral.

Es así que controlando dichos gastos se certifica de cierta forma el respeto hacia los principios democráticos, que son: igualdad y transparencia. Ciertamente es, que aún queda mucho por desarrollar porque al tener un proceso de reforma política o algún cambio legislativo no es suficiente para fortalecer la democracia.

Porque un país democrático debe tener individualización de grupos de presión y evadir sobretodo que sus ocupaciones y puestos tengan problemas de interés con la finalidad que simbolicen de manera positiva a la sociedad.

Por tal razón, mucho de los candidatos y candidatas a cualquier designación política, pueden utilizar los recursos que sean necesarios para llamar la atención del electorado. Es por esto, que quienes cuenten con mayores recursos, tendrán mayor posibilidad de alcanzar el objetivo aunque no siempre.

Claramente, tenemos el ejemplo del Empresario Álvaro Noboa, quien ha intentado por algunas ocasiones llegar a la presidencia y no lo ha conseguido a pesar de haber superado los límites del gasto electoral.

Por otro lado, muchos de los ciudadanos participantes en un proceso electoral no son transparentes en materia del gasto electoral porque deberían dar a conocer al resto de la ciudadanía que conozcan el origen y manejo de los recursos que promueven la campaña.

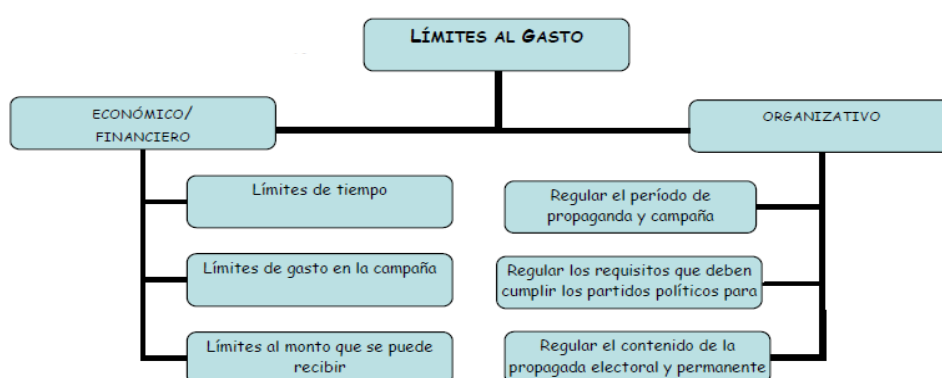
Debido al derroche del dinero en procesos electorales que se daba en elecciones de años anteriores, se empezó a analizar de mejor manera la situación,



limitando el gasto electoral y enfatizando que únicamente podrán participar en el proceso electoral, si lo hacen en igualdad de condiciones.

Jorge García Laguardia, escritor mexicano; sugirió en el 2000 algunos criterios sobre el límite al Gasto quien sostiene: “En general, el marco legal se refiere a los aportes, públicos o privados; a las limitaciones relativas al origen, monto y transparencia del financiamiento privado y finalmente a los mecanismos de auditoría y control de esta captación y gasto”.

**Ilustración 5.1 - Clasificación del Límite al Gasto**



Max Weber, Economista y Sociólogo alemán en Economía y Sociedad, menciona que: “Las Finanzas de los partidos constituyen para la investigación, por razones comprensibles el capítulo menos claro de su historia y sin embargo, uno de los más importantes”

Tengamos en cuenta, que el financiamiento mientras duren las campañas electorales lo otorga el Estado como un Gasto Social. He ahí pues, que sólo deben limitarse a gastar lo asignado caso contrario se procederá a sanción.

Entonces, si el Estado financia dicho Gasto Social cada que son elecciones, debemos fijarnos el gran monto en dólares que afecta al Gasto Público del país. Al pasar los años, todo cambia; por ejemplo: el precio que otorgan las empresas privadas por brindar un servicio o vender un bien a los partidos políticos para las campañas electorales.

Razón por la cual, el monto a asignarse por campañas electorales va a ir incrementándose cada cierto período de tiempo y por lo tanto se va a ver afectado el Gasto Público del país. En el año 2009, el gasto social fue de \$290.559,00 con una población de electores 10'529.765 versus al año actual con un gasto social de \$6'766.278,74 frente a una población de electores 11'613.270.

Consecuentemente, se puede señalar que el año 2009, el Gasto Público era de \$13'072.000 mientras que para el 2014 se estimó un Gasto Público de 31'256.000.

Por lo tanto, hablando en términos económicos si el Gasto Público forma parte de la Demanda Agregada Total y al considerarse al momento de calcular las Cuentas Nacionales del país; al expandirse, puede acelerar la economía pero también producir Inflación, en cambio su contracción, podría provocar una etapa de recesión, pero como compensación, genera condiciones para una moneda más estable y crecimiento más sostenible.

Ahora, percatándonos de la inflación anual del país reportada en el banco central se observa que en Diciembre del 2013 se cierra con una inflación de 2.70% la misma que muestra un incremento desde enero hasta abril del presente año con una inflación de 3.23%.

Entonces, enfocándonos a los tres registros actuales de los primeros meses del 2014 se prueba que al existir inflaciones continuas llevan a un crecimiento de la cantidad del dinero, aunque también por elevados déficit fiscales, inestabilidad en la fijación de precios o elevaciones salariales y oposición a disminuir el ritmo de aumento de los precios.

Es de indicar también que al verse la inflación extendida resulta complejo atribuir causas bien definidas.

Además, se puede mencionar que el Ecuador cerró el 2013 con un déficit de \$-1084 millones al ser comparado con el registrado en el 2012 de \$-440,6 millones, llegando a un incremento de \$-643,4 millones según lo registrado en el Banco Central.

Todo lo mencionado anteriormente, son puntos principales de evaluar la gestión del Estado y su representante. Es cierto, que el actual gobierno da a conocer a la ciudadanía mediante informes semanales de la gestiones realizadas pero todas se dirigen hacia las inversiones efectuadas y por efectuar y no explican realmente cual es la situación actual económica y real del país.

También, es verdad que muchos no entenderían a que se refiere el Presidente cuando se dirija en términos económicos pero existimos ciudadanos que sí nos interesa conocerla para fines de estudio, para análisis económicos en el ámbito profesional, ya que; cierta población en un futuro podría aportar en posibles soluciones que lleven a una economía en crecimiento sostenido.

El pueblo ecuatoriano, tiene el derecho de exigir explicación sobre lo antes expuestos pero lamentablemente se vive en una sociedad llena de conformismo y que solo interesa tener un ingreso para sobrevivir. Ojalá en un futuro seamos más quienes persigan el bienestar no sólo en lo personal sino también que se preocupe por la administración de los recursos del país y por elegir a los más calificados.

### **5.1.3. Las Elecciones y el Voto Económico**

Se debe tener presente, que democracia para el pueblo ecuatoriano y para cualquier otro país que lleve las elecciones significa que se está en capacidad de aceptar o rechazar los candidatos que quieran gobernar.

Por otro lado, se debe tomar en cuenta que la mayor parte de los ciudadanos se comportan “racionales” considerando en las elecciones poder seleccionar a un gobierno que más lo beneficie, esto traducido en propuestas electorales.

Dichos ciudadanos, y en el caso que el gobierno actual haya cumplido sus propuestas (algo que si se ha dado) basan su decisión del voto a experiencia pasada sin importar propuestas futuras de otros candidatos, caso contrario el ciudadano lleva a la práctica un mecanismo de recompensa-castigo a la que citaron Maravall y Przeworski en la Teoría del Voto Económico.

Es decir, si el ciudadano “racional” escuchó brevemente y de casualidad un crecimiento económico en el país e interpretado para ellos en la ignorancia que los rodea, únicamente se fijan en las obras y los servicios que se encuentra brindando hasta la actualidad y en consecuencia su comportamiento en las siguientes elecciones premiará a dicho gobierno renovándole el apoyo.

Pero, si de casualidad el gobierno actual incumpla lo expuesto en las campañas electorales, entonces éste ciudadano castigará al partido en el gobierno otorgando su voto a cualquier otro partido o simplemente no vota porque en su pensamiento pesimista temen a que al elegir otro partido empeorará la situación.

Enfocándonos en los resultados de las encuestas y como una simple referencia de los resultados, en lo que respecta al nivel de educación, nos damos cuenta que la mayor parte con un 45,5% opina que sería bueno que los candidatos pasen por una evaluación que mezcle lo académico, lo profesional y lo personal, la misma que sea realizada por especialistas extranjeros en administración pública con el afán de poder

conocerlos y así poder tener una herramienta más para tomar la decisión de voto. Para finalizar, es importante señalar que la mayor parte de nuestra población encuestada la forman ciudadanos con un nivel de educación aceptable, por ende desean lo mejor para el país y se consideran responsable en el cumplimiento del deber cívico.

No obstante, se puede mencionar que la economía del país continúa creciendo pero con movimiento lento acorde a lo contemplado en años anteriores. Y una de las razones principales es el estancamiento del barril de petróleo en conjunto con la restricción de las remesas y la complejidad de obtener financiamiento externo en las producciones solicitadas por el presupuesto del estado, situación que ha desacelerado la liquidez en la economía. Sin embargo, un componente fundamental es la escasa inversión privada y la marginal inversión extranjera. Entonces, si la inversión pública no se complementa de inversión privada interna y externa, el crecimiento económico se torna frágil y poco sostenible.

Según, La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en su reporte anual “Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe 2013”, pronosticó que en el año actual el crecimiento de Ecuador estará con el 4,5%. Un porcentaje similar a lo que prevé el Fondo Monetario Internacional (FMI) con un 4,1%. Mientras que el Banco Central del Ecuador y el Jefe de Estado estiman un crecimiento de hasta el 5,1%. Aunque, demás investigadores creen que el crecimiento será mucho menor, ubicándose en un 3,8%.

Entonces, es valioso conocer estudios de tal magnitud y mejor aún dónde se evalúa la situación actual del país, ya que si la economía del país anda mal pues la situación económica de cada hogar empezará a empeorar o en su defecto luchará por mantenerse. Por ello, es importante que el ciudadano empiece a prestar mucha atención en indicadores económicos del país, que miden el bienestar de la sociedad y así aceptar partidos políticos que propongan estrategias de crecimiento sin perjudicar a ningún sector de la economía.

## CAPÍTULO 6: ANÁLISIS ESTADÍSTICO EN SPSS

### 6.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

#### 6.1.1. Análisis Factorial

El análisis factorial o también llamado análisis de componentes principales, pretende simplificar la información para que se pueda interpretar de manera más sencilla.

Es una técnica de reducción de las dimensiones de los datos, su principal propósito es buscar el número mínimo de dimensiones capaces de explicar el máximo de información contenida en los datos.

Para ver si el análisis factorial es significativo para el presente estudio será evaluado el KMO y la Prueba de esfericidad de Bartlett.

##### 6.1.1.1. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) y Prueba de esfericidad de Bartlett

El KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) se encarga de medir la idoneidad de los datos para realizar el análisis factorial, comparando los valores de los coeficientes de correlación observados con los coeficientes de correlación parcial.

El KMO crea valores de entre 0 y 1, los valores alejados del 1 nos indican que el análisis factorial no sería lo más apropiado, ya que las correlaciones entre los pares de variables no podrán ser explicadas por otras variables.

**La prueba de esfericidad de Bartlett** indica si la matriz de correlaciones es una matriz identidad (hipótesis nula) lo cual sucede cuando el modelo factorial es inadecuado.

Este se distribuye según el modelo de probabilidad chi-cuadrado y es una transformación del determinante de la matriz de correlaciones.

La prueba evalúa la aplicabilidad del análisis factorial de las variables estudiadas. Si el nivel crítico (Sig.) es menor 0,05 se rechaza la hipótesis nula (se puede aplicar el análisis factorial) y si es mayor a 0,05 se acepta la hipótesis nula (no se puede

aplicar el análisis factorial ya que implicaría que las correlaciones entre las variables serían nulas).

**Cuadro 6.1 - Prueba de KMO y Bartlett**

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,732
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1191,845
	gl	105
	Sig.	,000

Fuente: Datos calculados en SPSS por los Autores

### Interpretación

En el cuadro 6.1 se observa un KMO igual a 0.73; este valor indica que se puede utilizar el análisis factorial en los datos de la encuesta para la determinación y análisis de variables que inciden en la decisión del voto.

Con respecto a la prueba de esfericidad de Bartlett el nivel crítico (Sig.) es menor que 0.05; lo que significa que se rechaza la hipótesis nula (si se puede aplicar el análisis factorial para explicar los datos).

#### 6.1.1.2. Varianza Total Explicada

La tabla de varianza total explicada arroja información que sirve para tomar decisiones sobre el número idóneo de factores que se deben extraer (aquellos cuyos auto-valores contienen información sustancial, es decir auto-valores mayores a 1) y el porcentaje de varianza explicada por cada componente, una vez realizado el análisis factorial.

**Cuadro 6.2 - Varianza Total Explicada**

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	3,362	22,413	22,413	3,362	22,413	22,413	2,508	16,719	16,719
2	1,996	13,305	35,718	1,996	13,305	35,718	1,777	11,844	28,563
3	1,478	9,850	45,568	1,478	9,850	45,568	1,744	11,630	40,193
4	1,170	7,801	53,370	1,170	7,801	53,370	1,662	11,078	51,270
5	1,089	7,261	60,631	1,089	7,261	60,631	1,404	9,361	60,631
6	,849	5,659	66,290						
7	,807	5,382	71,672						
8	,748	4,987	76,658						
9	,709	4,730	81,388						
10	,619	4,124	85,512						
11	,567	3,779	89,290						
12	,520	3,469	92,759						
13	,479	3,196	95,956						
14	,356	2,371	98,326						
15	,251	1,674	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Datos calculados en SPSS por los Autores

### Interpretación

La tabla de varianza total explicada indica el porcentaje de varianza explicada de cada componente y cuáles son los valores mayores que 1. En esta tabla hay 5 valores que son mayores que 1 por lo que el procedimiento extrae 5 factores que consiguen explicar un 60% de la varianza de los datos originales.

Explicando el cuadro 6.2 del 100% el modelo va hacer explicado mediante el primer componente en un 22,41%, por el segundo en un 13,31%, por el tercero en un 9,85%, por el cuarto en un 7,80% y por el quinto en un 7,26%, si se suman los 5 componentes se concluye que la varianza total del problema es explicada en un 60,63% mediante estos componentes.

#### 6.1.1.3. Matriz de Componente Rotado

Mediante ésta matriz se define el método más óptimo para la interpretación de la posible solución. El método más utilizado es el Varimax el cual minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor.

**Cuadro 6.3 - Matriz de Componentes rotados**

	Componente				
	1	2	3	4	5
Disp_Inf_Suf_Votar_10	,845				
Inform_Candidat_9	,796				
Ayuda_MC_6	,657				
Vot_Oblig_Poco_inter_5	,645				
Part_Polit_Import_Votar_11	,499				
Deb_Civ_2		,842			
Importancia_1		,782			
Interv_CNE_35			,740		
Inform_Sem_Candidat_15			,727		
Cne_Vot_Elect_14			,700		
Vot_Orat_Imag_12				,800	
Inv_Vot_Pla_Rac_16				,672	
Vot_Candid_ofrec_13				,668	
Recint_Elect_Imped_7					,721
Inv_Cost_ir_Votar_33					,717

Fuente: Datos calculados en SPSS por los Autores

El cuadro 6.3 muestra la matriz de componente rotado con valores situados por encima de 0,4 para así lograr una mejor exposición de las variables iniciales obtenidas para cada componente.

✓ **Componente 1:** Búsqueda de Información

Comprende los ítems pertenecientes al criterio del encuestado en cuanto si existe interés en analizar el voto, si existe interés en informarse de los candidatos, si existe afinidad con algún partido político al momento de dar el voto.

El mismo que se encuentra representado por las preguntas 5, 6, 9, 10 y 11 de la encuesta que son las siguientes:

¿Considera usted que al ser el voto obligatorio, existe en los electores poco interés en analizar y reflexionar el voto?

¿Cree usted que los medios de comunicación ayudan a los electores que participen del proceso electoral?

¿Cree usted que los electores se informan de los candidatos antes de votar?

¿Considera usted que la información disponible de los candidatos es suficiente al momento de dar su voto?

¿Considera usted que el partido político al cual pertenece el candidato es importante al momento de votar?

Este componente explica el 22.41% de la varianza total explicada (ver Cuadro 6.2).

✓ **Componente 2:** Opinión del Voto

Contiene un conjunto de ítems que manifiestan si para los electores es importante sufragar y si consideran que el sufragio es cumplir con un deber cívico, representado por las preguntas 1 y 2 de la encuesta que son las siguientes:

¿Considera usted importante ir a sufragar?

¿Piensa usted que ir a votar es cumplir con un deber cívico?

Este componente explica el 13.30% de la varianza total explicada (ver Cuadro 6.2).

✓ **Componente 3:** Criterio del Voto Electrónico e Informes Semanales

Este componente engloba las variables que tienen relación con las funciones del CNE, la existencia del voto electrónico y la emisión de informes semanales por



parte de los mandantes, representado por las preguntas 14, 15 y 35 de la encuesta que son las siguientes:

¿Le gustaría que el CNE desarrolle el voto electrónico en todo el país?

¿Estaría usted de acuerdo que se formalice la presentación de informes semanales para conocimiento de la ciudadanía?

Este componente explica el 9,85% de la varianza total explicada (ver Cuadro 6.2).

✓ **Componente 4:** Criterio de Evaluar el Voto

Comprende las variables que tratan de indagar si los electores votan por el candidato con mejor oratoria e imagen, si votan por el candidato que ofrezca más, si votan en plancha por facilidad, está representado por las preguntas 12, 13 y 16 de la encuesta que son las siguientes:

¿Cree usted que se debe votar por el candidato con mejor oratoria e imagen?

¿Piensa usted que las personas votan por el candidato que ofrezca más?

¿Considera usted que el voto en plancha es un voto racional?

Este componente explica el 7.8% de la varianza total explicada (ver Cuadro 6.2).

✓ **Componente 5:** Costo de votar

Este componente contiene las variables que tienen que ver con el costo en el que incurren los ciudadanos en una jornada electoral y si el recinto electoral suele ser impedimento para que los electores cumplan con su deber cívico, representado por las preguntas 7 y 33 de la encuesta que son las siguientes:

¿Piensa usted que el lugar asignado para votar suele ser un impedimento para ir a votar?

“Si el tener que ir a sufragar obligatoriamente genera un costo para usted. Por favor señale en cuál de los siguientes rangos se encuentra dicho costo”

Este componente explica el 7.3% de la varianza total explicada (ver Cuadro 6.2).

Estos 5 componentes serán las variables independientes (X1, X2, X3, X4, X5) para el modelo de regresión estimado.

Por último, de la encuesta se obtendrá la variable dependiente (Y), según el criterio del investigador.

**Y:** Comportamiento del Elector

Esta variable se obtuvo de la encuesta, en base a las siguientes preguntas:

✓ Pregunta 3:

¿Si el voto llegase a ser voluntario seguiría cumpliendo usted con ir a votar?

✓ Pregunta 4:

¿Considera usted que el voto debe ser analizado y reflexionado?

✓ Pregunta 8:

¿Cree usted que si todos los candidatos fueran evaluados durante las campañas electorales por especialistas en administración pública, los resultados de dicha evaluación le ayudarían a tomar una buena decisión del voto?

### 6.1.2. Análisis de Fiabilidad

Para el análisis de fiabilidad se utilizara el Alfa de Cronbach. Este sirve para medir la confiabilidad o grado de estabilidad y consistencia interna en una escala de medida, este coeficiente produce valores que oscilan entre 0 y 1.

Este análisis va a comprobar si lo que estamos evaluando contiene información que podría hacer que se llegue a conclusiones equivocadas.

El alfa de Cronbach es un coeficiente de correlación al cuadrado que en grandes escalas mide la homogeneidad de las preguntas promediando todas las correlaciones entre todos los ítems para llegar a la conclusión que se parecen.

Si se trata de un valor cercano a la unidad se trata de un instrumento fiable que hace mediciones estables y consistentes.

Pero, si su valor está por debajo de 0.7 el instrumento que se está midiendo presenta una variabilidad heterogénea y por lo tanto va a llevar a conclusiones no acertadas.

**Cuadro 6.4 - Estadística de Fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,796	18

Fuente: Datos calculados en SPSS por los Autores

### Interpretación

El cuadro 6.4 muestra un Alfa de Cronbach de 0.796.

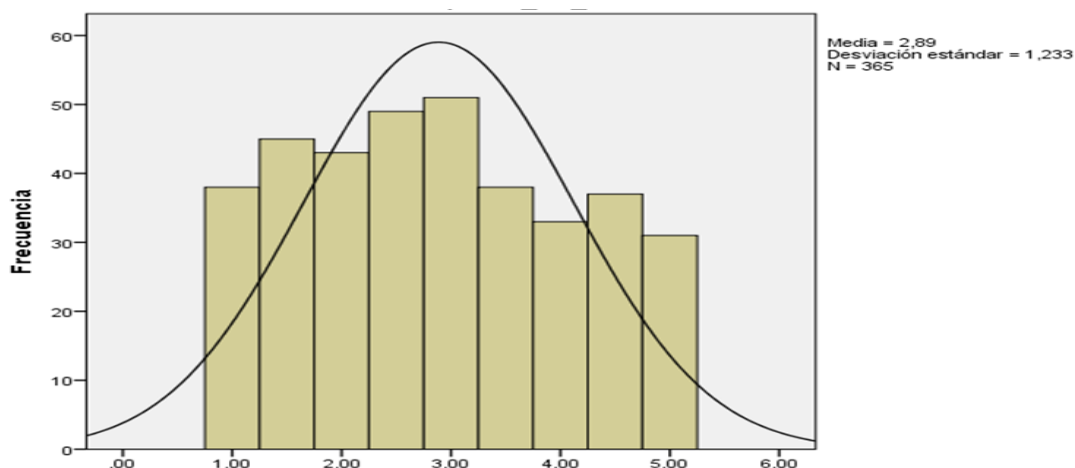
Este valor manifiesta que los elementos seleccionados de la encuesta para la determinación y análisis de variables que inciden en la decisión del voto se encuentran

correlacionados, es decir que el instrumento de medición empleado es aceptable y confiable.

### 6.1.3. Análisis Descriptivo con SPSS

#### 6.1.3.1. X1: Búsqueda de Información

Ilustración 6.1- Búsqueda de Información



Fuente: Datos calculados por los autores en Spss

En la ilustración 6.1 se refleja el análisis descriptivo del componente 1 *Búsqueda de Información*.

Con este componente se busca observar si el elector analiza su voto, si el elector se está informando de los candidatos antes de votar, si el elector considera suficiente la información que otorga el CNE sobre los candidatos y si el elector relaciona el partido político con el voto.

Para lo cual utilizamos la denominada escala de Likert que va del 1 al 5, donde el 1 representa que la persona se encuentra totalmente en desacuerdo y 5 que la persona está totalmente de acuerdo. En el Cuadro 6.5 el 14% de los encuestados manifiestan que ellos no se encuentran ni de acuerdo, ni en desacuerdo, en cuanto a lo antes señalado.

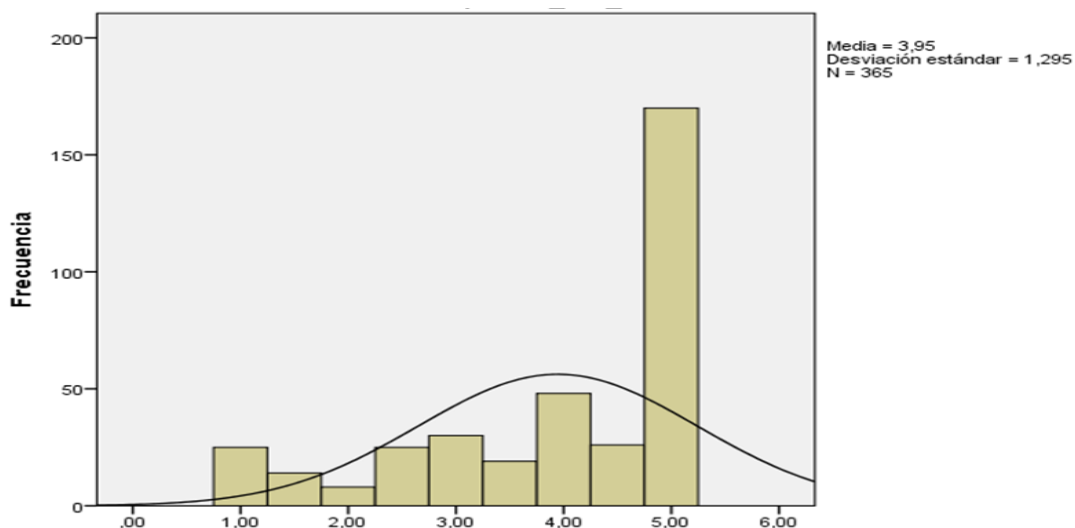
Cuadro 6.5 - Búsqueda de Información

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1,00	38	10,4	10,4
	1,50	45	12,3	22,7
	2,00	43	11,8	34,5
	2,50	49	13,4	47,9
	3,00	51	14,0	61,9
	3,50	38	10,4	72,3
	4,00	33	9,0	81,4
	4,50	37	10,1	91,5
	5,00	31	8,5	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados en SPSS por los autores

### 6.1.3.2. X2: Opinión del voto

Ilustración 6.2 - Opinión del Voto



Fuente: Datos calculados por los autores en Spss

La ilustración 6.2 muestra el análisis descriptivo del componente 2 *Opinión del Voto*, mediante el cual se intenta observar si el elector considera importante sufragar y si el sufragio representa para ellos un deber cívico.

Para lo cual utilizamos la denominada escala de Likert que va del 1 al 5, donde el 1 representa que la persona se encuentra totalmente en desacuerdo y 5 que la persona está totalmente de acuerdo.

Se observa en el cuadro 6.6 que el 46.6% de los encuestados está totalmente de acuerdo de que es importante ir a sufragar y además sufragar es cumplir con un deber cívico.

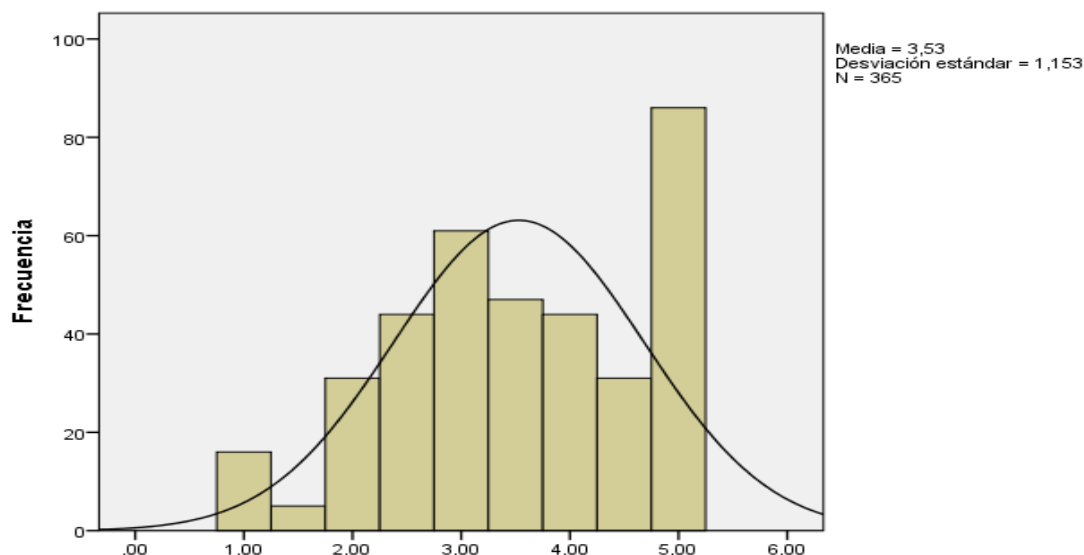
Cuadro 6.6 - Opinión del voto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1,00	25	6,8	6,8	6,8
1,50	14	3,8	3,8	10,7
2,00	8	2,2	2,2	12,9
2,50	25	6,8	6,8	19,7
3,00	30	8,2	8,2	27,9
3,50	19	5,2	5,2	33,2
4,00	48	13,2	13,2	46,3
4,50	26	7,1	7,1	53,4
5,00	170	46,6	46,6	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados por los autores en Spss

### 6.1.3.3. X3: Criterio de voto electrónico e informes semanales

Ilustración 6.3 - Criterio de voto electrónico e informes semanales



Fuente: Datos calculados por los autores en Spss

La ilustración 6.3 muestra el análisis descriptivo del componente 3 *Criterio del Voto Electrónico e Informes Semanales*, en el que se evaluó si los electores desean que se incorpore en todo el país el voto electrónico y que si están de acuerdo a que se formalice la presentación de los informes semanales, para lo cual utilizamos la denominada escala de Likert que va del 1 al 5, donde el 1 representa que la persona se encuentra totalmente en desacuerdo y 5 que la persona está totalmente de acuerdo. Se puede apreciar en el cuadro 6.7 que el 23.6% de los electores está totalmente de acuerdo con el desarrollo del voto electrónico en todo el país y está de acuerdo que se formalice la presentación de informes semanales para conocimiento de la ciudadanía.

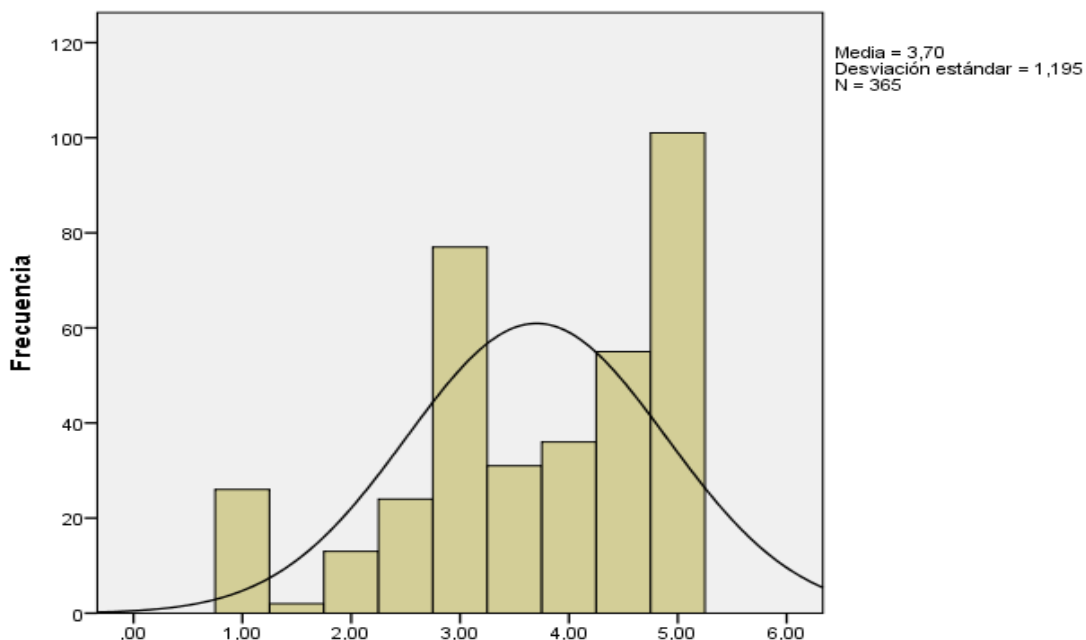
Cuadro 6.7 - Criterio del Voto Electrónico e Informes Semanales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1,00	16	4,4	4,4	4,4
1,50	5	1,4	1,4	5,8
2,00	31	8,5	8,5	14,2
2,50	44	12,1	12,1	26,3
3,00	61	16,7	16,7	43,0
3,50	47	12,9	12,9	55,9
4,00	44	12,1	12,1	67,9
4,50	31	8,5	8,5	76,4
5,00	86	23,6	23,6	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados por los autores en Spss

### 6.1.3.4. X4: Criterio de Evaluar el voto

Ilustración 6.4 - Criterio de Evaluar el voto



Fuente: Datos calculados por los autores en Spss

La ilustración 6.4 muestra el análisis descriptivo del componente 4 *Criterio de Evaluar el Voto*, este componente trata de averiguar si la oratoria e imagen del candidato, si el candidato que ofrece más y si el voto en plancha inciden en el problema planteado a inicios de ésta investigación: Deficiencia en la capacidad de discernir y de reflexionar el voto el mismo que se resume en el comportamiento del elector.

Para esto se utilizó la denominada escala de Likert que va del 1 al 5, donde el 1 representa que la persona se encuentra totalmente en desacuerdo y 5 que la persona está totalmente de acuerdo. Se puede apreciar en el cuadro 6.8 que el 27.7% de la muestra consideran estar de acuerdo que esas variables son tomadas por el elector al momento de votar.

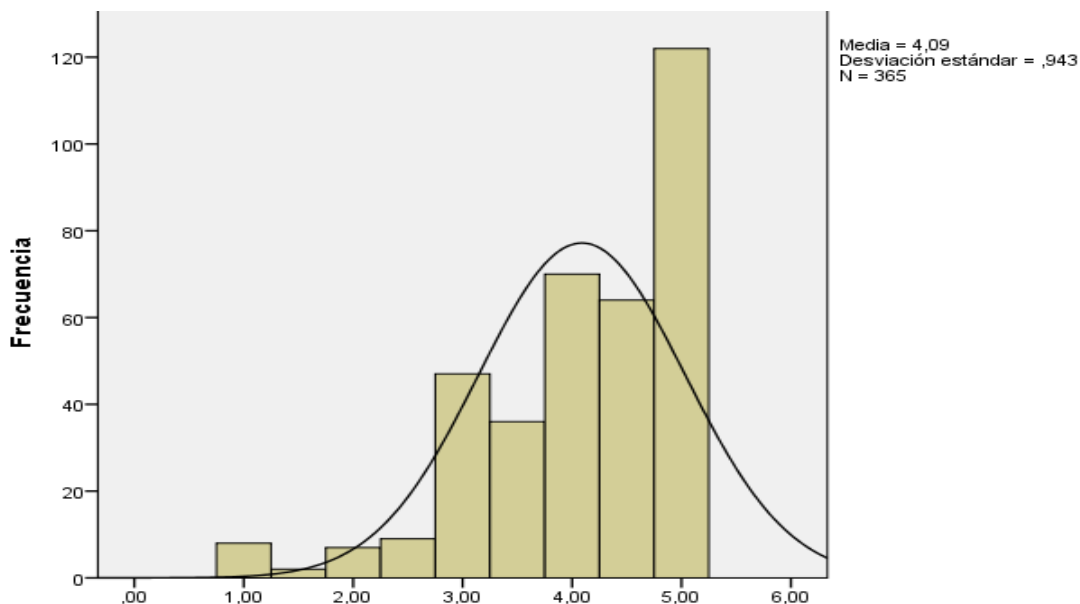
Cuadro 6.8 - Criterio de Evaluar el voto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1,00	26	7,1	7,1	7,1
1,50	2	,5	,5	7,7
2,00	13	3,6	3,6	11,2
2,50	24	6,6	6,6	17,8
3,00	77	21,1	21,1	38,9
3,50	31	8,5	8,5	47,4
4,00	36	9,9	9,9	57,3
4,50	55	15,1	15,1	72,3
5,00	101	27,7	27,7	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados por los autores en Spss

### 6.1.3.5. X5: Costo de Votar

Ilustración 6.5 - Costo de Votar



Fuente: Datos calculados por los autores en Spss

La ilustración 6.5 muestra el análisis descriptivo del componente 5 *Costo de Votar*, mediante este componente se quiso conocer el costo en el que incurren los ciudadanos en una jornada electoral al ser el voto obligatorio y si el recinto electoral suele ser impedimento para que los electores cumplan con su voto, para lo cual utilizamos la denominada escala de Likert que va del 1 al 5, donde el 1 representa que la persona se encuentra totalmente en desacuerdo y 5 que la persona está totalmente de acuerdo.

Como se puede apreciar en el cuadro 6.9 el 33.4% de los electores indica que el costo en el que incurren al ir a sufragar es mayor o igual a \$21 y que el lugar asignado efectivamente es un impedimento para que los electores cumplan con su deber cívico.

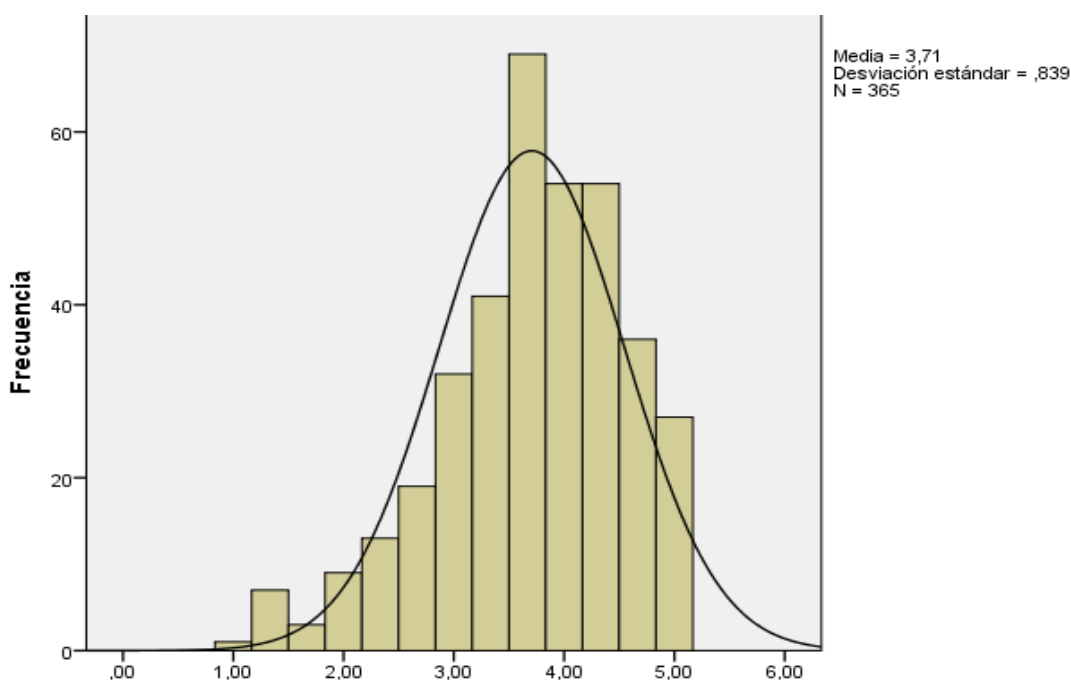
Cuadro 6.9 - Costo de votar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1,00	8	2,2	2,2	2,2
1,50	2	,5	,5	2,7
2,00	7	1,9	1,9	4,7
2,50	9	2,5	2,5	7,1
3,00	47	12,9	12,9	20,0
3,50	36	9,9	9,9	29,9
4,00	70	19,2	19,2	49,0
4,50	64	17,5	17,5	66,6
5,00	122	33,4	33,4	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados por los autores en Spss

### 6.1.3.6. Y: Comportamiento del Elector

Ilustración 6.6 - Comportamiento del Elector



Fuente: Datos calculados por los autores en Spss

En la ilustración 6.6 se muestra el análisis descriptivo de la variable dependiente *Comportamiento del Elector*.

Se evaluó si las personas consideran que el voto debe ser analizado y reflexionado, si el voto llegase a ser voluntario seguirían cumpliendo con ir a votar y si las personas desearían que los candidatos sean evaluados por especialistas en administración pública para que esos resultados le ayuden a toma una buena decisión del voto, para esto se utilizó una escala de Likert del 1 al 5, donde 1 representa que la persona se encuentra totalmente en desacuerdo y 5 que la persona está totalmente de acuerdo.

Como se observa en el Cuadro 6.10 entre el intervalo que va de 4-5 existe una acumulación de respuestas por parte de nuestros encuestados, los cuales con un 39.5% opinan estar parcialmente de acuerdo y con un 7.4% de la muestra manifiesta estar totalmente de acuerdo que si el voto llegase a ser voluntario seguirían cumpliendo con ir a sufragar, están de acuerdo que el voto debe ser analizado y reflexionado y que les ayudaría a tomar una buena decisión los resultados de las evaluaciones que se le hicieran a los candidatos durante las campañas por especialistas en administración pública.



**Cuadro 6.10 - Comportamiento del elector**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1,00	1	,3	,3	,3
1,33	7	1,9	1,9	2,2
1,67	3	,8	,8	3,0
2,00	9	2,5	2,5	5,5
2,33	13	3,6	3,6	9,0
2,67	19	5,2	5,2	14,2
3,00	32	8,8	8,8	23,0
3,33	41	11,2	11,2	34,2
3,67	69	18,9	18,9	53,2
4,00	54	14,8	14,8	67,9
4,33	54	14,8	14,8	82,7
4,67	36	9,9	9,9	92,6
5,00	27	7,4	7,4	100,0
Total	365	100,0	100,0	

Fuente: Datos calculados por los autores en Spss

#### 6.1.4. Confiabilidad Componentes

Ahora se sacara la confiabilidad para los componentes resultantes que arrojo el análisis factorial, es decir para las variables de estudio.

**Cuadro 6.11 - Estadística de Confiabilidad Componentes**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,693	6

Fuente: Datos calculados en SPPS por los Autores

El cuadro 6.11 da a conocer un alfa de Cronbach de 0,69, este índice es confiable puesto que este valor es muy cercano a 1, lo que indica que los componentes que resultaron del análisis factorial (Búsqueda de Información, Opinión del Voto, Criterio del Voto Electrónico e Informes semanales, Criterio de evaluar el voto, Costo de votar) y la variable dependiente (Comportamiento del elector) escogida de la encuesta para la determinación y análisis de variables que inciden en la decisión del voto se encuentran correlacionados, es decir que el instrumento de medición empleado es aceptable y confiable.

#### 6.1.5. Modelo del Comportamiento del Elector

##### 6.1.5.1. Definición del Modelo

El modelo de regresión lineal múltiple sirve para estudiar la relación que existe entre las variables de un problema.

Es decir, se lo puede emplear para explorar y cualificar la relación entre la variable dependiente (Y) y de las variables llamadas independientes (X1, X2,..., X3),

En éste caso:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

$Y$  = variable endógena cuyo comportamiento pretende explicar el modelo.

$X_n$  = observaciones muestrales de la variable exógena  $X$ , variable elegida como explicativa e influyente sobre la variable  $Y$ .

$\beta_n$  = es el coeficiente que representa el efecto sobre la variable dependiente al aumentar en una unidad el valor de la variable independiente  $X_n$ .

$\varepsilon$  = representa la perturbación aleatoria. Es decir, El término del error explica la variabilidad en “ $Y$ ” que no puede explicar las  $p$  variables independientes. El error es una variable aleatoria distribuida normalmente con media cero y varianza constante,  $\sigma^2$ , para todos los valores de las  $X_n$

Entonces, para el estudio se espera utilizar el siguiente modelo:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_4 + \beta_4 X_5$$

Dónde:

$Y$  = representa al **comportamiento del elector** dado que si se llegase a realizar una evaluación exhaustiva a cada uno de los candidatos, los electores tendrían una ayuda para tomar una buena decisión del voto basada principalmente en el análisis, reflexión y porque no decirlo en el compromiso para con el país. Además, se pretende explicar que al llegar a ser el voto voluntario los electores tendrían la misma predisposición de seguir cumpliendo con ir a votar.

$X_1$  = representa el **grado de interés que existe en el elector hacia la búsqueda de información de los candidatos**, dado que si al ser el voto obligatorio y al ser los ciudadanos libres de elegir; se espera conocer que el voto no está siendo reflexionado y analizado, que el voto se encuentra siendo influenciado por la poca información que brindan los medios de comunicación y por el consejo nacional electoral. Por último, se espera demostrar que el partido político sin importar los candidatos que lo conformen incide en los electores al momento de votar.

$X_2$  = representa las **opiniones de los electores sobre la importancia del sufragio y si éste significa para ellos un deber cívico**. Entonces, se espera demostrar que a pesar de las falencias que existen al momento de elegir quien gobierne aún persiste la esencia de vivir en democracia.

$X_4$  = representa la **forma con la que los electores evalúan a los candidatos**. Es decir, se espera conocer si el elector da el voto en base a una mejor oratoria e imagen que le

muestre el candidato, si el voto es dado a un candidato que ofrece más y en su defecto si los candidatos son elegidos a causa de una facilidad como lo es el voto en plancha.

$X_5$  = representa el **costo al que se exponen los electores por ir a votar**. En este caso, al tener mayormente una población muestral que se encuentra en relación de dependencia y asimismo al tener un mayor porcentaje de electores que se inclinan hacia un gasto mínimo, se espera demostrar que el ausentismo puede ser medido en base a que si estos electores les queda lejos el lugar del sufragio en comparación de su lugar de trabajo que les quedaría mucho más cerca, pues preferirían acudir a la institución y obtener beneficios (horas extraordinarias) que estiman podrían cubrir la multa generada y así obtener el certificado de votación cuando ellos lo requieran.

## **HIPÓTESIS**

Para el modelo se espera probar las siguientes Hipótesis:

1.  $H_1$ : El buscar información sobre los candidatos explica el comportamiento del elector.

Es decir, la relación que existe entre el comportamiento del elector y la búsqueda de información es positiva. Dado que si los electores no se encuentran interesados por buscar información de los candidatos antes de votar, el comportamiento del elector se verá afectado. Por lo cual, se espera que el coeficiente de la variable  $X_1$  sea positivo.

2.  $H_2$ : El grado de importancia que otorga el elector al sufragio explica el comportamiento del elector.

Dígase que, la relación que existe entre el comportamiento del elector y la opinión del voto es positiva. Es decir, mientras persista en el pensamiento del elector la aceptación del sufragio y al considerar el sufragio como un deber cívico, el comportamiento del elector se verá afectado. Por lo cual, se espera que el coeficiente de la variable  $X_2$  sea positivo.

3.  $H_3$ : El pensamiento del elector que se encuentre estudiando, trabajando o desempleado explica el comportamiento del elector.

Entiéndase que la relación entre el comportamiento del elector y el criterio de evaluar el voto por electores que actualmente se encuentren estudiando, trabajando o desempleado es positiva. Ya que, si el elector da su voto en base a la oratoria e imagen del candidato, en base a las propuestas que le realicen o

simplemente su selección de candidatos se debe a un voto en plancha, he ahí pues que el comportamiento del elector se verá afectado. Por lo que se espera que el coeficiente de la variable  $X_4$  sea positivo.

4.  $H_3$ : El costo de votar vs el lugar de votación asignado a los electores explica el comportamiento del elector.

Por lo que, la relación que existe entre el comportamiento del elector y el costo de votar vs el lugar de votación es positiva. Debido a que si los electores consideran que el gasto incurrido por ir a votar es mínimo y que el lugar de votación se encuentra aún más distante que el puesto de trabajo, van a preferir no ir a votar y ganar beneficios (horas extraordinarias) que le permitirán cubrir más gastos y entre ellos la multa generada es así que el comportamiento del elector se verá afectado. Razón por la cual, se espera que el coeficiente de la variable  $X_5$  sea positivo.

Una vez que se corre el modelo, se obtiene lo siguiente:

**Cuadro 6.12 - Resumen del Modelo**

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
1	,602 <sup>a</sup>	,362	,361	,67126	
2	,748 <sup>b</sup>	,559	,556	,55908	
3	,831 <sup>c</sup>	,691	,689	,46831	
4	,835 <sup>d</sup>	,697	,694	,46443	1,953

Fuente: Datos calculados en SPSS por los Autores

Cómo se puede observar en el Cuadro 6.12 usando el cálculo del modelo por pasos, la ecuación de regresión lineal estimada para las variables dependientes e independientes demuestra que existe relación. Esta relación se ha estimado mediante un R del 84% que significa una fuerte relación positiva.

Por otro lado, considerando el coeficiente de determinación con un  $R^2$  del 70%, lo cual indica que la variable dependiente (comportamiento del elector) esta explicada mediante las variables independientes (Búsqueda de información, Opinión del voto, Criterio del voto electrónico e informes semanales, Criterio de evaluar el voto y Costo de votar).

El error típico de las estimaciones es el resultado de la raíz cuadrada de la media cuadrática. Cuanto mejor es el ajuste, más pequeño es este error típico.

Durbin-Watson este estadístico puede comprender valores que van desde 0 hasta 4 y cuando toma el valor próximo a 2 indica que los residuos son completamente independientes, los valores que son mayores a 2 nos indican auto correlación positiva y los valores menores a 2 indican que existe una auto correlación negativa. Podemos asumir independencia entre los residuos cuando DW toma valores entre 1,5 y 2,5.

En el cuadro 6.12 nos da un Durbin-Watson de 1,95 lo cual indica que existe independencia entre los residuos de las variables, es decir que no existe multicolinealidad en los datos.

### 6.1.5.2. Coeficientes del Modelo de Regresión

**Cuadro 6.13 - Coeficientes**

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.	Estadísticas de colinealidad	
		B	Error estándar	Beta			Tolerancia	VIF
1	(Constante)	2,168	,113		19,226	,000		
	X2: Opinión del voto	,390	,027	,602	14,363	,000	1,000	1,000
2	(Constante)	,786	,144		5,471	,000		
	X2: Opinión del voto	,319	,023	,492	13,692	,000	,942	1,061
	X5: Costo de votar	,406	,032	,457	12,700	,000	,942	1,061
3	(Constante)	,334	,126		2,658	,008		
	X2: Opinión del voto	,305	,020	,471	15,618	,000	,939	1,065
	X5: Costo de votar	,352	,027	,396	12,969	,000	,918	1,089
	X1: Búsqueda de Información	,252	,020	,370	12,447	,000	,965	1,036
4	(Constante)	,203	,134		1,510	,132		
	X2: Opinión del voto	,298	,020	,460	15,218	,000	,921	1,086
	X5: Costo de votar	,345	,027	,388	12,767	,000	,910	1,099
	X1: Búsqueda de Información	,246	,020	,361	12,161	,000	,952	1,050
	X4: Criterio de evaluar el voto	,056	,021	,079	2,656	,008	,944	1,060

a. Variable dependiente: Y: Comportamiento del elector

Fuente: Datos calculados en SPSS por los Autores

Como se observa en el cuadro 6.13 y acorde a los coeficientes no estandarizados del modelo 4, la ecuación de la regresión lineal queda de la siguiente manera:

$$Y = 0,20 + 0,25X1 + 0,30X2 + 0,06X4 + 0,35X5$$

Dónde:

Y= Comportamiento del Elector

X1= Búsqueda de Información

X2= Opinión del Voto

X4= Criterio de Evaluar el voto

X5= Costo de votar

Entonces, el modelo de Regresión múltiple, se explica tal que: La decisión del voto, es influenciada en 0,25 por el grado de importancia en la búsqueda de información que tienen los electores, más 0,30 por la opinión que tienen los ciudadanos acerca del voto, más 0,06 por el criterio de evaluar el voto, más 0,35 que es el costo de votar y más una constante de 0.20.

- Por cada unidad adicional de búsqueda de información, el comportamiento del elector se verá afectado positivamente en 0.25.
- Por cada unidad adicional de opinión del voto, el comportamiento del elector se verá afectado positivamente en 0.30.
- Por cada unidad adicional de criterio de evaluar el voto, el comportamiento del elector se verá afectado positivamente 0.06.
- Por cada unidad adicional de costo de votar, el comportamiento del elector se verá afectado positivamente en 0.35.

✓ **X1:** Búsqueda de Información

El mismo que se encuentra representado por las preguntas 5, 6, 9, 10 y 11 de la encuesta que son las siguientes:

¿Considera usted que al ser el voto obligatorio, existe en los electores poco interés en analizar y reflexionar el voto?

¿Cree usted que los medios de comunicación ayudan a los electores que participen del proceso electoral?

¿Cree usted que los electores se informan de los candidatos antes de votar?

¿Considera usted que la información disponible de los candidatos es suficiente al momento de dar su voto?

¿Considera usted que el partido político al cual pertenece el candidato es importante al momento de votar?

✓ **X2:** Opinión del Voto

Representado por las preguntas 1 y 2 de la encuesta que son las siguientes:

¿Considera usted importante ir a sufragar?

¿Piensa usted que ir a votar es cumplir con un deber cívico?

✓ **X3:** Criterio del Voto Electrónico e Informes Semanales

Representado por las preguntas 14, 15 y 35 de la encuesta que son las siguientes:

¿Le gustaría que el CNE desarrolle el voto electrónico en todo el país?

¿Estaría usted de acuerdo que se formalice la presentación de informes semanales para conocimiento de la ciudadanía?

✓ **X4: Criterio de Evaluar el Voto**

Representado por las preguntas 12, 13 y 16 de la encuesta que son las siguientes:

¿Cree usted que se debe votar por el candidato con mejor oratoria e imagen?

¿Piensa usted que las personas votan por el candidato que ofrezca más?

¿Considera usted que el voto en plancha es un voto racional?

✓ **X5: Costo de votar**

Representado por las preguntas 7 y 33 de la encuesta que son las siguientes:

¿Piensa usted que el lugar asignado para votar suele ser un impedimento para ir a votar?

“Si el tener que ir a sufragar obligatoriamente genera un costo para usted. Por favor señale en cuál de los siguientes rangos se encuentra dicho costo”

✓ **Y: Comportamiento del Elector**

Esta variable se obtuvo de la encuesta, en base a las siguientes preguntas 3, 4, 8

¿Si el voto llegase a ser voluntario seguiría cumpliendo usted con ir a votar?

¿Considera usted que el voto debe ser analizado y reflexionado?

¿Cree usted que si todos los candidatos fueran evaluados durante las campañas electorales por especialistas en administración pública, los resultados de dicha evaluación le ayudarían a tomar una buena decisión del voto?

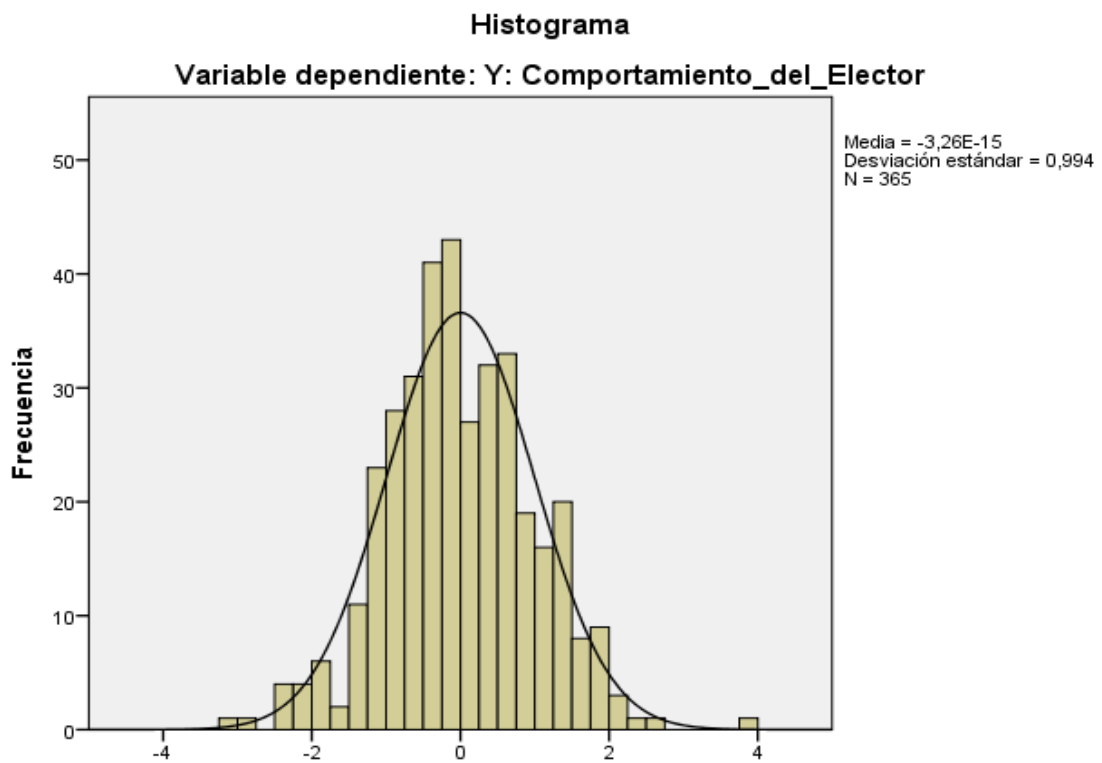
Las Pruebas de significación, Las pruebas  $t$  y sus niveles críticos sirven para contrastar la hipótesis nula de que un coeficiente de regresión vale cero.

Niveles críticos (Sig.) muy pequeños (generalmente menores que 0,05) indican que debemos rechazar esa hipótesis nula. Un coeficiente de cero indica ausencia de relación lineal, de modo que los coeficientes distintos de cero nos informan que las variables son relevantes en la ecuación de regresión (Cea D'Ancona, 2002).

Observando el nivel crítico asociado a cada prueba  $t$ , vemos que las tres variables utilizadas en el modelo 4 poseen coeficientes significativamente distintos de cero (en todas, Sig. = 0,000).

Todas ellas, por tanto, contribuyen de forma significativa a explicar lo que ocurre con la variable dependiente. Las ilustraciones 6.7 y 6.8 contrastan lo antes expuesto.

Ilustración 6.7- Regresión Residuo Estandarizado

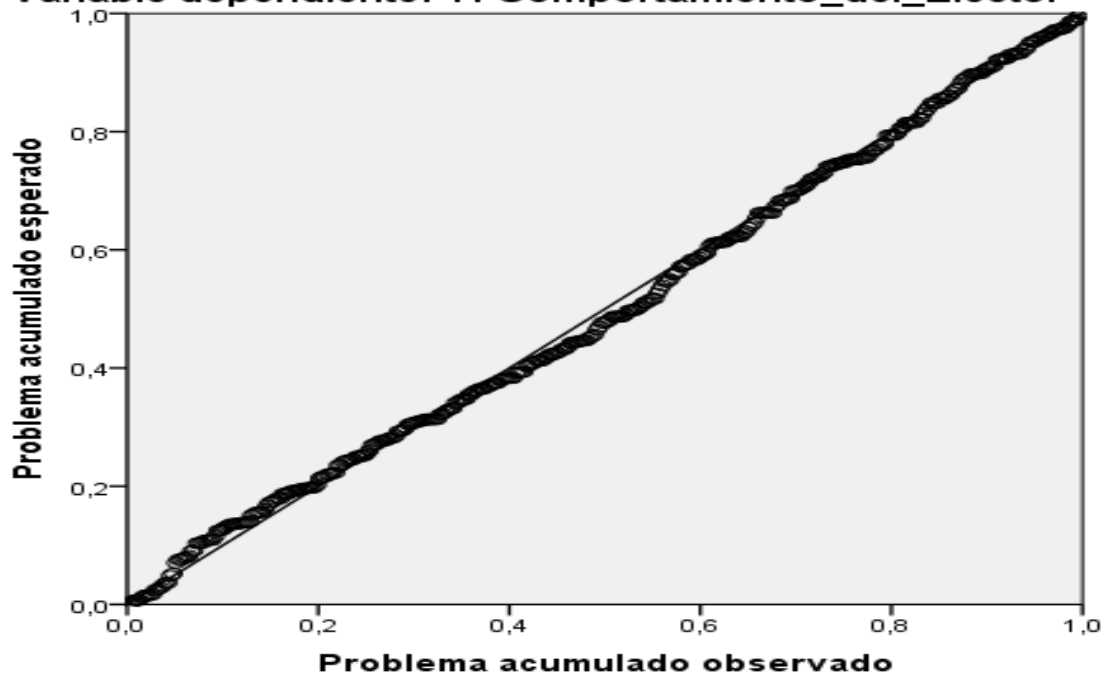


Fuente: Datos calculados por los autores en Spss

Ilustración 6.8 - Gráfico P-P normal de Regresión Residuo estandarizado

Gráfico P-P normal de regresión Residuo estandarizado

Variable dependiente: Y: Comportamiento\_del\_Elector



Fuente: Datos calculados por los autores en Spss



### 6.1.5.3. Variables excluidas

Estas variables fueron calculadas dependiendo del nivel de significancia que aportaban al modelo, como conclusión y acorde a los resultados del Cuadro 6.14 se puede decir las variables (Intervención del CNE, Informes semanales, voto electrónico) del Componente 3 (Criterio del voto electrónico e informes semanales) no eran tan significantes para lograr el modelo seleccionado con mayor relación entre variables dependientes e independientes.

**Cuadro 6.14 - Variables Excluidas del modelo**

Variables excluidas <sup>a</sup>						
Modelo		En beta	t	Sig.	Correlación parcial	Estadísticas de colinealidad
						Tolerancia
1	X1: Búsqueda_de_Información	,432 <sup>b</sup>	12,173	,000	,539	,991
	X3: Criterio_del_Voto_Electronico_e_Informes_Semanales	,107 <sup>b</sup>	2,474	,014	,129	,929
	X4: Criterio_de_Evaluar_el_Voto	,171 <sup>b</sup>	4,097	,000	,210	,969
	X5: Costo_de_Votar	,457 <sup>b</sup>	12,700	,000	,555	,942
2	X1: Búsqueda_de_Información	,370 <sup>c</sup>	12,447	,000	,548	,965
	X3: Criterio_del_Voto_Electronico_e_Informes_Semanales	,072 <sup>c</sup>	2,005	,046	,105	,924
	X4: Criterio_de_Evaluar_el_Voto	,121 <sup>c</sup>	3,444	,001	,178	,956
3	X3: Criterio_del_Voto_Electronico_e_Informes_Semanales	,051 <sup>d</sup>	1,686	,093	,088	,921
	X4: Criterio_de_Evaluar_el_Voto	,079 <sup>d</sup>	2,656	,008	,139	,944
4	X3: Criterio_del_Voto_Electronico_e_Informes_Semanales	-,017 <sup>e</sup>	-,380	,704	-,020	,423

Fuente: Datos calculados por los autores en SPSS

### 6.1.6. Análisis Univariado de Varianza

Este análisis sirve para comparar varios grupos en una variable cuantitativa. Se trata, por tanto, de una generalización de la Prueba T para dos muestras independientes al caso de diseños con más de dos muestras (Cea D´Ancona, 2002).

A la variable categórica (nominal u ordinal) que define los grupos que deseamos comparar la llamamos independiente o factor. A la variable cuantitativa (escala) en la que deseamos comparar los grupos la llamamos dependiente.

**Cuadro 6.15 - Factores Inter-Sujetos**

Y:

Variable dependiente: Comportamiento del Elector

Origen	Tipo III de suma de cuadrados	gl	Cuadrático promedio	F	Sig.
Modelo corregido	218,551 <sup>a</sup>	175	1,249	6,216	,000
Interceptación	,158	1	,158	,784	,377
<u>Búsqueda de Información</u>	15,714	1	15,714	78,217	,000
<u>Opinión del Voto</u>	15,143	1	15,143	75,377	,000
Criterio del Voto Electrónico e Informes Semanales	,123	1	,123	,613	,435
Criterio de Evaluar el Voto	,391	1	,391	1,948	,164
<u>Costo de Votar</u>	15,864	1	15,864	78,963	,000

Rango Edad 36	,772	4	,193	,961	,430
Genero 37	,804	2	,402	2,002	,138
Nacim Resid 38	,848	3	,283	1,407	,242
Nivel Educación 39	,364	4	,091	,453	,770
<i>Situac act del Elector 40</i>	1,791	3	,597	2,972	,033
Error	37,970	189	,201		
Total	5271,889	365			
Total corregido	256,522	364			

a. R al cuadrado = ,852 (R al cuadrado ajustada = ,715)

Fuente: Datos calculados en SPSS por los Autores

El Modelo corregido se refiere a los efectos del modelo por los factores, el de la interacción y la intersección. En el cuadro 6.8 se puede observar que el nivel crítico asociado al estadístico F ( $p=0,000 < 0,05$ ) concluye que el modelo explica una parte significativa de la variación observada en la variable dependiente (Comportamiento del Elector). El valor de R al cuadrado (0.852) indica que los efectos incluidos en el modelo están explicando el 85% de la varianza de la variable dependiente.

Las variables independientes con más efecto sobre la variable dependiente del modelo son: búsqueda de información, opinión del voto y costo de votar.

Se determina también lo siguiente:

- ✓ Se rechaza hipótesis nula que el buscar información sobre los candidatos no explica el comportamiento del elector.
- ✓ Se rechaza hipótesis nula que el grado de importancia que otorga el elector al sufragio no explica el comportamiento del elector.
- ✓ No se rechaza hipótesis nula que la aplicación del voto electrónico y la presentación de informes semanales no explica el comportamiento del elector.
- ✓ No se rechaza la hipótesis nula de que el criterio de evaluar el voto no explica el comportamiento del elector.
- ✓ Se rechaza hipótesis nula que el costo de votar vs el lugar de votación asignado a los electores no explica el comportamiento del elector.
- ✓ Se rechaza hipótesis nula que el pensamiento del elector que se encuentre estudiando, trabajando o desempleado no explica el comportamiento del elector.

Se puede concluir que el modelo de regresión lineal, seleccionado determina las variables que causan y afectan a la decisión del voto, dado que depende directamente del Comportamiento del Elector.

## CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES:

1. Al ser el voto obligatorio, se determina que existe poco interés en analizar y reflexionar el voto. Esta confirmación se encuentra reflejada tanto en los resultados de las encuestas así como también los resultados del modelo seleccionado.
2. Al ser los medios de comunicación, la herramienta más utilizada en el tiempo de campañas electorales, se confirma que efectivamente incide mayormente en el comportamiento del elector. Esto se lo puede constatar con los resultados de las encuestas y en los resultados del modelo analizado.
3. Al ser responsables de nuestros actos, obligaciones y derechos, se concluye que la falta de interés por informarse de los candidatos se encuentra activa en nuestro país. Lo que puede observarse con los resultados obtenidos de nuestra muestra poblacional y también a encontrarse analizada en el modelo seleccionado.
4. Al formar parte de un país que intenta construir democracia, se deberá exigir que la información disponible de cada uno de los candidatos sea la más completa posible y que sea puesta al conocimiento de la sociedad, ya que; los resultados descriptivos y los resultados del modelo apuntan hacia una desconformidad al respecto que requiere de vuestra atención.
5. Por otro lado, es preocupante que se encuentre activa una declaración que afirma con resultados estadísticos que ciertamente existe población que se identifica con el partido político y que elige en base a ello y mas no por el candidato que lo representa.
6. A pesar de las falencias antes detalladas, se tiene unos resultados positivos que pueden ayudar a erradicarlas con motivación, responsabilidad y así continuar con la elecciones de una forma que exista el direccionamiento cuasi óptimo. Nos referimos a que en el pensamiento del elector aún perdura una aceptación racional sobre el sufragio, ya que reconocen que el sufragio es un deber cívico y que por lo tanto consideran importante cumplirlo.
7. Aunque exista esa consideración por parte de los electores, nos dan a conocer indirectamente que el ausentismo es explicado mediante una parte que considera

al lugar asignado para votar como un impedimento y explicado por otra parte que consideran que el costo que conlleva a asistir a las urnas es mínimo por lo que consideran mejor realizar otro tipo de actividades que generan un beneficio mayor y que les permitirá cubrir la multa generada. Cabe indicar, que dicha conclusión se la realiza en base a que la mayor parte de nuestra muestra poblacional se encuentra trabajando en relación de dependencia.

8. Por último, se concluye que depende mucho si el ciudadano se encuentra estudiando, trabajando en relación de dependencia o libre ejercicio profesional e incluso desempleado, para que el comportamiento del elector sea el más adecuado.

**RECOMENDACIONES:**

1. Para futuras investigaciones, el presente trabajo induce al estudio a profundidad de la búsqueda de más variables explicativas que inciden la intención de voto en el pueblo ecuatoriano, para posteriormente poner en práctica estrategias que intercedan a favor de una buena elección de quienes quieran gobernarnos.
2. Sobre el trabajo realizado puede ayudar a especialistas que se dediquen a analizar situaciones semejantes o estén familiarizados con la ciencia política, y que mediante un análisis comparativo de todas las investigaciones posibles, puedan explicar claramente las variables involucradas en la acción del voto y así el sufragio se vuelva un acto de responsabilidad.
3. Que se instruya a la ciudadanía mediante charlas, foros, casas abiertas, etc de la importancia que tiene analizar a cada uno de los candidatos sin que importe el partido político al que pertenezcan.
4. Que se fortalezca los procesos educativos con contenido cívico y combatir el abandono estudiantil como una meta nacional motivando a los niños y jóvenes que pueden hacer del país muchas cosas productivas. Sin duda alguna, esto ayudaría a mantener el sufragio como un deber cívico y al crecimiento de una población más afianzada con la importancia de votar.
5. Investigar y analizar a profundidad la aceptación del voto voluntario, ya que en el presente estudio se obtuvo buenos resultados considerando que si llegase a pasar continuarían yendo a votar.

## REFERENCIAS

- Barranco Saiz, J. (1997). **Marketing Político**.
- Bautista, O. D. (2012). **El perfil ético de los candidatos a puestos de representación por elección popular**. Cuaderno 15: Cuadernos de ética para los servidores públicos , 16-17.
- Beaudoux, V. G. (2004). **Campañas electorales y sus efectos sobre el voto**. Análisis de la campaña electoral presidencial 2003 en Argentina. *Psicología Política* .
- Freidenberg, F., & Dosek, T. (2013). **Selección de candidatos en organizaciones partidistas: Una propuesta metodológica para medir el nivel de democracia interna**. España: Selected works.
- García Beaudoux, V., & D'Adamo, O. (2004). **Campañas electorales y sus efectos sobre el voto**. Análisis de la campaña electoral presidencial 2003 en Argentina. *Psicología Política* .
- García Beaudoux, V., & D'Adamo, O. (2006). **La construcción de la agenda de temas en una campaña electoral y su impacto en los votantes**. *Psicología Política*, 33, 7-23.
- Guerra, F. X. (1999). **El Soberano y su Reino: Reflexiones sobre la génesis del ciudadano en América Latina**, 18-21. MEXICO: Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales.
- Huerta Franco, D. A., & Valdez Zepeda, . A. (2011). **¿Qué mueven los Votantes? Un Análisis de las Razones y Sinrazones del Comportamiento Político del Elector**. *Razón y Palabra* , 2.
- Justel, M. (1992). **El líder como factor de decisión y explicación de voto**. Barcelona: Institut de ciències polítiques i socials.
- López V, M. A. (2004). **Conducta Electoral y Estratos Económicos: El Voto de los Sectores Populares en Chile**. Red de revistas científicas de Latino America y el Caribe, España y Portugal .
- Montecinos, E. (2007). **Análisis del comportamiento electoral: De la elección racional a la teoría de redes**. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XIII Enero-Abril , 9-22.
- Nohlen, D. (2004). **La participación electoral como objeto de estudio**. *Elecciones 2004*, 137.
- Paletz, D. (1997). **Campañas y elecciones**. CIC: Cuadernos de información y comunicación, (3), 205-228.
- Paramio, L. (. (1998). **Clase y Voto: Intereses, Identidades y Preferencias**, 84. MADRID: CSIC.

Piñeiro, R. (2009). **La Selección Del Candidato En America Latina**. Revista de Ciencias Políticas , 1-4.

Sáez Lozano, J. L. (2002). **La decisión del elector: partidismo, racionalidad - economía y estructura social**. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 139 - 169. , 139 - 169.

Zamora, R., & Losada, J. (2011). **La Imagen del Candidato Electoral: Hacia una integración de su dimensión racional y emocional**. Cuadernos de Información, (29).

# ANEXOS



**ANEXO 1: Matriz de Revisión de Literatura**

<b>AUTOR</b>	<b>TITULO</b>	<b>AÑO</b>	<b>RESUMEN</b>	<b>MUESTRA</b>	<b>METODOLOGIA DE INVESTIGACION</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>FUTURAS INVESTIGACIONES</b>	<b>JOURNAL/ REVISTA</b>
David Paletz	Campañas y elecciones	1997	Reflexiona sobre los modos de implicación de los medios en los procesos electorales estadounidenses y analiza las consecuencias que de ellos se derivan para candidatos, electores y la propia democracia	Ciudadanos estadounidenses y campañas electorales	Elementos claves de cualquier campaña de rango nacional o de Estado federado  Los medios de comunicación en las elecciones estadounidenses	La estrategia electoral de los candidatos concurrentes implica centrar la atención del público y de los medios en aquellos temas y cuestiones que suponen que les resultarán favorables y perjudicarán a sus oponentes. Los medios se sitúan en el punto central de tales esfuerzos, por lo que los candidatos y sus asesores intentan controlar al máximo de sus posibilidades el contenido que los medios difunden	Da a conocer que éste artículo aparecerá relativamente diferente en su siguiente libro de 1998 el cual se titula MEDIA IN AMERICA POLITICS: CONTENTS AND CONSEQUENCES	Comunicación Política
Oscar Diego Bautista	El Perfil Ético de los Candidatos a Puestos de Representación por Elección Popular	2012	Se presentan dos tipos de perfil, uno deficiente e inadecuado y otro idóneo y óptimo. En el primer caso se analizan diversas conductas de candidatos con bajo perfil. En el segundo caso, se presentan las cualidades idóneas	Candidatos a puestos de elección	Procesos Electorales, Operación Interna de los Partidos Políticos y la Determinación del perfil de los candidatos a puestos de elección	Un ingrediente para mejorar las democracias corruptas contemporáneas es mejorar a los representantes a cargos de representación política. Redefinir las reglas de juego y respetarlas	El autor pertenece a un Centro de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma del Estado de México y es Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del padrón del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt). <b><u>Por tal razón</u></b>	Colección: Cuadernos de ética para los servidores públicos

			para elevar la calidad del perfil de los representantes públicos				<b><u>se mantiene en continuas investigaciones pero en este ejemplar no hace referencia a sus futuros planes de investigación</u></b>	
Javier Barranco Díaz	Marketing Político: Análisis del Mercado Electoral	1997	Artículo dedicado con el objeto de que los estudiantes puedan tener una apreciación más amplia de ésta temática y las principales herramientas para su aplicación	Campos de actuación: votante, partido, mercado electoral y técnicas de comunicación	Propone utilizar como metodología básica la Encuesta, ya que; es una de las más utilizadas en Marketing Político	Intentar convencer al mercado electoral que nuestro partido es algo más que un nombre y un logotipo, que pretende, con una acertada gestión, prestar un servicio a la sociedad que redundará en una mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.	Participa mucho en el blog personal de <a href="http://www.tendencias21.net/marketing">www.tendencias21.net/marketing</a> de la ciudad de Madrid. Actualmente es Socio Director de Abalon Consultoría de Marketing. <b><u>En dicha Bitácora no hizo mención a futuras investigaciones</u></b>	Artículo hallado en blog de tendencias21 de la ciudad de Madrid
Ludolfo Paramio	Clase y Voto: Intereses, Identidades y Preferencias	2000	Las identidades sociales y políticas de los electores, en este esquema, juegan un papel decisivo para determinar las preferencias de los electores, lo que implica que las explicaciones económicas del voto subestiman los factores propiamente políticos.	Factores que influyen en la decisión del voto	Analiza la relación entre clase y voto y se propone estudiar esta relación en un marco en el que los intereses económicos, definidos por la estructura social, son sólo un punto de partida	El autor considera que más bien se debería discutir los límites de las explicaciones económicas del voto, sociotrópicas o egotrópicas	El creador de éste artículo pertenece a un equipo de editores de un Centro de Investigaciones Sociológicas <b><u>pero en el documento no menciona sobre sus futuras investigaciones</u></b>	Revista Española de Investigaciones Sociológicas
François Xavier Guerra	El soberano y su reino. Reflexiones sobre la	1999	En este texto analizan a la nación como soberanía colectiva que reemplaza al rey y al ciudadano como	El ciudadano moderno	Analizan al ciudadano desde un nivel cultural hasta un nivel histórico	Se ha estimado de manera implícita que, en todo lugar y siempre o por lo menos en los tiempos modernos, la sociedad y la	En ésta publicación el autor <b><u>no hace mención de futuras investigaciones</u></b>	Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales - Perú

	génesis del ciudadano en América Latina		componente elemental del nuevo soberano			política deberían responder a una serie de principios como la igualdad, la participación de todos en la política, la existencia de autoridades surgidas del pueblo, controladas por él y movidas sólo por el bien general de la sociedad		
José Luis Sáez Lozano	La Decisión del Elector: Partidismo, Racionalidad - Economía y Estructura Social	2002	El autor plantea la necesidad de analizar la decisión de los electores desde una perspectiva comprensiva.	Comportamiento de los electores	Integrar en una función de voto multivariante que combina las principales variables que explican la decisión final del elector, Técnicas cuantitativas, Análisis factorial	Los distintos modelos explicativos del comportamiento electoral se fundamentan en concepciones teóricas diferenciadas e incluso a veces contrapuestas; sin embargo la principal enseñanza que se extrae de los numerosos estudios empíricos realizados es que éstas no son compatibles	El creador de éste artículo pertenece a un equipo de editores de un Centro de Investigaciones Sociológicas <b><u>pero en el documento no menciona sobre sus futuras investigaciones</u></b>	Revista Española de Investigaciones Sociológicas
Dieter Nohlen	La Participación Electoral como objeto de estudio	2004	En éste artículo trata acerca del abstencionismo como objeto de análisis y como objeto de evaluación.	Datos de participación electoral	Medir el abstencionismo mediante estadística electoral	Si bien es importante profundizar la democracia en América Latina; sin embargo, es preciso pensar la participación con criterios más realistas con base en enfoques más apropiados para la región y para el momento que vive la democracia en América Latina.	El creador de éste artículo pertenece a un equipo de editores de la Oficina Nacional de procesos electorales de Perú <b><u>pero en el documento no menciona sobre sus futuras investigaciones</u></b>	Revista Elecciones - Sumario 3 del 2004

Rocío Zamora, José Losada Díaz	La imagen del candidato electoral: Hacia una integración de su dimensión racional y emocional	2011	Es una clara evidencia de cómo el candidato se convierte en la imagen del partido y esta debe estar apegada a sus ideologías.	Ciudadanos de Murcia-España	Localización de los resortes que los ciudadanos utilizan para definir su opinión con respecto a los políticos.	Existen determinadas condicionantes que verdaderamente pueden ejercer influencia en las percepciones de los ciudadanos sobre los candidatos políticos.	aspectos claves para ser un candidato que guste a los ciudadanos	Dialnet
Rafael Piñeiro	La selección de candidatos en América Latina	2009	Es un artículo de cómo se seleccionan los candidatos en los partidos políticos estos tienen que principalmente ser leales al partido.	Candidatos a Legisladores-Chile	Características que buscan los dirigentes de los partidos en un candidato	Se necesita más que investigaciones empíricas para llegar a saber cómo en realidad se realiza la selección del candidato en América Latina	Característica del proceso político y de la competencia política en Latino América.	revista de ciencia política / volumen 29/ nº 1 / 2009 / 201 – 203
Flavia Freidenberg, Tomas Dosek	Selección de candidatos en organizaciones partidistas : una propuesta metodológica para medir el nivel de democracia interna	2013	Presenta una propuesta para conocer los procesos para escoger los candidatos presidenciales	Ciudadanos España	Índice para medir los niveles de democracia	Dimensiones que podrían servir para conocer el modo en que operan los procesos de selección de candidatos de los partidos políticos a nivel legislativo y/o presidencial.	Formalización de la selección de los candidatos	Dialnet
Miguel Ángel	Conducta electoral y	2004	Este artículo estudia de manera comparada	Sectores populares	Inferencia Ecológica	Las características principales del candidato	Tendencias políticas que buscan los sectores	Red de revistas

López	estratos económicos: El voto de los sectores populares en Chile		el voto de los sectores populares en las principales elecciones.	(Chile)		influyen mucho en la hora del sufragio por parte de los sectores populares.	populares	científicas de Latino América y el Caribe, España y Portugal
Andrés Valdez Zepeda, Delia Amparo Huerta Franco	¿Qué mueve a los votantes? Un análisis de las razones y sinrazones del comportamiento político del elector	2011	Este artículo nos da una descripción de las principales teorías que explican el comportamiento político, explica como los electores tradicionalmente participan en los procesos electorales y analiza las razones y sinrazones del ciudadano sobre su conducta y comportamiento político. tradicionalmente participa en los procesos electorales	Sectores de América Latina	Teoría conductista, Teoría racional y Teoría cultural	En la actualidad es imprescindible que los partidos políticos y sus candidatos analicen y conozcan a los electores, deben saber sus deseos, aspiraciones, expectativas, sentimientos y que los motiva, para así acceder y conservar el poder político.	Andrés Valdez Zepeda es doctor en estudios latinoamericanos con especialidad en ciencias políticas por la Universidad de Nuevo México (USA). Delia huerta es Profesora de la Universidad de Guadalajara y asistente de investigación. Concluyó su maestría en administración de la educación en la Universidad de Nuevo México. Su línea de investigación es la comunicación en las organizaciones. <b><u>No hacen mención de futuras investigaciones</u></b>	Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación
Montecinos,	Análisis del comportamiento	2007	Explica el comportamiento electoral del	Comportamiento de los	Aspectos que determinan por quién votar según el	Los electores deciden su voto calculando los beneficios que pueden	Este trabajo fue realizado durante la formación presencial del programa	Revista de Ciencias Sociales

Egon	miento electoral: De la elección racional a la teoría de redes		individuo, en específico, se pone especial énfasis en la literatura sobre la elección racional y en los recientes aportes de la teoría de redes	electores	modelo racional	obtener de un gobierno de uno u otro partido.	de Doctorado en Ciencias Políticas en FLACSO-México. Profesor investigador del Centro de Estudios del Desarrollo Regional y Local, CEDER, de la Universidad de Los Lagos, Osorno, Chile. Doctor en Ciencia Política por FLACSO-México. <b><u>No hacen mención de futuras investigaciones</u></b>	(RCS) Vol. XIII, No. 1, Enero - Abril 2007, pp. 9 - 22
Virginia García Beaudoux, Orlando D'Adam o	Campañas electorales: sus efectos en la decisión de voto.	2004	Menciona la influencia que las campañas electorales presidenciales pueden ejercer sobre la formación de la decisión de voto.	Sondeo de opinión que realizaron en el marco del Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano. La población estudiada está formada por un total de 602 ciudadanos mayores de 18 años.	Como impactan los medios de comunicación en la decisión de voto.	El principal medio de comunicación que crea un dominio en lo transmitido en el recuerdo que construyen de la campaña en la mayoría de electores es la televisión.	LA CONSTRUCCIÓN DE LA AGENDA DE TEMAS EN UNA CAMPAÑA ELECTORAL Y SU IMPACTO EN LOS VOTANTES	Psicología Política
Manuel Justel	El líder como factor de decisión y explicació	1992	Reflexiona la influencia del líder en la decisión del voto y en el resultado electoral del	Encuesta en torno a las dos últimas elecciones generales de	Actitudes políticas y comportamiento de voto de acuerdo al liderazgo político	EL Liderazgo es una de las explicaciones que conllevan a los electores a la explicación de su voto	No hacen mención de futuras investigaciones	Universidad Complutense de Madrid

	n de voto		partido al que representa.	1986 y 1989 a los Líderes Políticos Españoles		por algún candidato.		
Virginia García Beaudoux, Orlando D'Adam o	La construcción de la agenda de temas en una campaña electoral y su impacto en los votantes	2006	La elección de la agenda de temas es una de las partes más importante para un candidato y se relaciona con las demandas y reclamos de la ciudadanía.	Declaraciones de los candidatos reproducidas por los diarios Clarín, La Nación, Ámbito Financiero, El Cronista, Página 12 y Revista Noticias.	Impacto del tema de campaña en los electores	Los temas de la campaña presidencial que escogen cada uno de los candidatos juegan un papel importancia al momento de que el elector de su decisión de voto además los medios juega un papel muy importante en el proceso electoral.	Ambos autores son Profesora de Psicología Política en la Universidad de Belgrano y de Buenos Aires, Argentina. No hacen mención de futuras publicaciones.	Psicología Política

## ANEXO 2: Entrevistas

### **PRIMERA**

**Entrevistado:** Ing. Eduardo Carchi

**Ejercicio de sus funciones:** Profesor en el Colegio Galo Plaza Lasso, Candidato a Alcalde de Daule en las Elecciones próximas de Febrero 2014.

#### **Opinión del entrevistado acerca del problema de investigación:**

Bueno esta deficiencia se viene a dar por muchos parámetros siempre y cuando la propuesta de los candidatos no solamente por la propuesta de los candidatos sino también por el nivel cultural que tiene cada persona para votar no nos olvidemos que muchos no tienen ni el primer nivel que el primer nivel usted sabe que es haber terminado la escuela hoy en día la educación básica.

#### **¿Es decir usted se refiere al Grado de Educación?**

Claro de educación y de cultura que son dos cosas también que van de la mano entonces el elector discierne como tu pregunta lo dice la capacidad de discernir, discernir es elegir entonces esa elección va de acuerdo porque no te olvides que también existe el voto en plancha y el voto en plancha cuando un elector decide votar en forma unipersonal y también vota en plancha entonces hay personas que votan en plancha sencillamente por el gusto del candidato, porque le cayó bien, porque lo escucho que se expresó bien, porque de pronto escucho que es católico que no es católico, que es cristiano que si es cristiano, que es de izquierda que es de derecha, que es de centro izquierda que es de centro de derecha, que simpatiza con los Estados Unidos que no simpatiza con los Estados Unidos, bueno existen una serie de parámetros que al discernir el elector está en capacidad para elegir por quién votar.

Creo que la más grande deficiencia que existe es la capacidad cultural y educativa de cada persona porque como te digo si un candidato tiene una buena propuesta y esa buena propuesta no tiene los medios de comunicación tanto televisivos, radiales y de prensa escrita no tiene salida es porque él no tiene el poder económico para hacerlo pero de pronto hay otra propuesta de otro candidato que puede ser menor para esa persona que desea elegir pero en cambio esa propuesta si llega a una gran porcentaje 70% o 80% de las personas, esta es otra de las causas para discernir, entonces hay proyectos y propuestas que si llegan al pueblo, se difunden y otras que no se difunden



quizá el candidato no tiene como difundirla, ahora no te olvides que muchas veces estas propuestas son puestas solamente entre comillas porque en la realidad este candidato que vas a elegir bueno el elector dice este candidato es profesional o no ahí también hay una decisión de la persona si elige bien o no elige bien porque el candidato tiene segundo, tercer o cuarto nivel; bueno esa es una de las capacidades que el elector tiene que saber diferenciar en el momento de tomar la decisión para una elección.

**¿Usted cree que la exageración de propuesta esto también causa una deficiencia al momento de reflexionar el voto?**

Más que deficiencia causa confusión porque si tantos puntos programados en una propuesta que no son claros y son puros sofismos entonces confunde al elector es por eso que hay tantos votos en blancos que las personas no tienen claro la propuesta porque cuando la persona tiene clara la propuesta yo estoy seguro que desde ese momento los votos blancos y nulos van a disminuir en nuestras elecciones.

**¿La imagen del candidato también puede ser otras de las causas que conlleva a la deficiencia de reflexionar el voto?**

Claro que sí, dependiendo también de cómo se tome como imagen porque la imagen también puede ser la forma de vestirse, la imagen puede ser también el comportamiento del ser humano, no te olvides que las personas mayores se acuerdan de ese candidato de muchos atrás pero las personas que recién van a votar no conocen la imagen de esa persona de años atrás sino por la imagen reciente, entonces yo pienso que la imagen es la forma de cómo te comportas en los actuales momentos mas no en tu forma de vida o en tus parámetros de vida.

**¿Piensa usted que otras de las causas que llevan a esta deficiencia es el exceso de publicidad o de vallas publicitarias?**

La cantidad de votos nulos y blancos es porque confunden al elector pero eso también va de mano totalmente de la mano con la cultura y la educación del elector porque si un elector tiene capacidad de educación y de cultura para poder discernir él va a escoger al mejor candidato.

**¿Otras de las causas podría ser la Ideología política?**

Bueno eso es un porcentaje mínimo que existe en nuestro país la ideología política por ejemplo yo soy de una izquierda revolucionaria de conocimiento no una izquierda revolucionaria de pica piedras, entonces yo respeto mucho porque el secreto

del éxito del saber convivir y ser un político es que hay que respetar a los demás entonces yo respeto a los de derecha, de izquierda, centro izquierda, centro derecha y a los independientes, creo que la ideología poco tiene que ver porque el que ya nace con una ideología se muere con esa ideología.

**¿Usted cree que otras de las deficiencias es el Desgaste político?**

Claro, cuando las personas que están en el poder se creen que tienen derecho a estar perennes, a ser dueño del poder político, entonces causa una reacción un desgaste en la persona en el político entonces obviamente causa un efecto que los electores piden la alternabilidad del cambio de la nueva persona con juventud o con diferentes propuestas, siempre son las propuestas las que van a impactar en el elector.

**¿Otra de las causas son que hacen falta verdaderos debates políticos?**

No tanto sería los verdaderos debates políticos sino que muchas personas no están preparadas para el debate y como no están preparadas para el debate le tienen miedo a ese debate, valga la redundancia por eso que estamos hablando que el elector tiene que saber qué nivel de cultura y de educación tiene el candidato para saber elegirlo bien.

**SEGUNDA**

**Entrevistado:** Econ. César Monje

**Ejercicio de sus funciones:** Actual Presidente Nacional de la Lista CREO – Candidato a Prefecto del Guayas.

Cabe indicar que ésta entrevista no pudo ser realizada de manera personal, debido a que la persona objetivo por sus diversas funciones se le imposibilitó brindarnos la atención en su despacho. Sin embargo, nos ayudó con su opinión acerca de nuestro problema de investigación mediante vía correo electrónico:

“Estimada Bertha: Uno de los mayores problemas del Ecuador especialmente en las zonas rurales del país, es la deserción académica que existe actualmente. Los niveles de matriculación en el sistema primario superan el 90% sin embargo casi la mitad de los jóvenes en las zonas rurales abandonan el sistema educativo cuando pasan del sistema primario al secundario. Esto genera un vacío de preparación y capacitación en las nuevas generaciones y finalmente afecta también la capacidad de analizar y evaluar las propuestas que quienes aspiran a un cargo público, proponen a la ciudadanía.

Por lo tanto el voto se vuelve más emocional que analítico. Si queremos cambiar esta realidad debemos trabajar en la base de la pirámide del país. Fortalecer los procesos educativos con contenido cívico y combatir la deserción estudiantil como una meta nacional. Entre otros puntos este es sin duda un elemento que podría cambiar la capacidad de discernimiento en el electorado”.

### **TERCERA**

**Entrevistado:** Ab. Pamela Balcázar Álvarez

**Ejercicio de sus funciones:** Consejo de la Judicatura

#### **Opinión del entrevistado acerca del problema de investigación:**

Este problema se ha dado siempre para elegir un candidato, sean ellos presidentes, alcaldes, prefectos, concejales. En sí, ya es un problema histórico....Porque? Porque hay personas que están en las penitenciarías o en su defecto son analfabetos que son sumatoria. Ellos se rigen bajo un populismo de un partido político. ¿Y qué hay en el país? Hay más pobreza que riqueza. Entonces, ¿al pobre que le suman? Más atención médica gratuita, un bono, etc. Por esa parte, que hay más pobreza que riqueza es de que existe discrepancia de que al momento de votar solo escogen por su conveniencia....pero ese es el problema de los partidos políticos que proponen tapar un huequito por el simple hecho que aumentan la atención médica gratuita o un bono, creando de esta manera un ocio para personas que son conformistas y no van a tener un avance en el país. Es imposible que una persona que solo ha culminado la primaria tenga la capacidad suficiente para elegir un alcalde y más aún a un presidente. Pero, una persona universitaria que diga vamos a analizar todo y no solo por simple raciocinio. Nuestro actual presidente, indirectamente está aislando a los ricos...en el momento que terminaron sus campañas nunca nos íbamos a imaginar que iba a ser a un lado a los ricos.

Los ricos son quienes nos dan trabajo porque son ellos los que pagan la mayoritaria de los impuestos, etc. Son ellos lo que promueven más inversiones a consecuencias de las necesidades de un país. En cambio, las personas de la penitenciaría, que no saben lo que está pasando afuera, una persona que solo desayuna, almuerza y merienda y está pensando además en fugarse ¿qué pueden saber si está contribuyendo en bien para el país?

## **CUARTA**

**Entrevistado:** Obst. Esther Prado Tomalá

**Ejercicio de sus funciones:** Ministerio de Salud Pública Área 16 Daule - Presidenta de una de las mesas electorales en el proceso electorales de Febrero 2013

### **Opinión del entrevistado acerca del problema de investigación:**

Pienso que existen muchos factores que inciden en la deficiencia o poco análisis por parte del elector al asignar su voto en el momento del sufragio ya que el Ciudadano no solo se enfrenta y se reencuentra con la urna, sino también con sus problemas, sus necesidades, sus emociones, sus deseos, sus pasiones, sus expectativas y sus sentimientos.

Es decir, el elector es él y sus circunstancias, en la que múltiples factores inciden en su comportamiento y definen la orientación de su voto. Es así que podemos señalar que la poca información hacia el electorado del plan o programas de gobierno que plantean cada uno de los candidatos no son socializados en su totalidad para que de esta manera el ciudadano decida de manera libre, individual y racional, la Orientación de su voto.

Por otro lado también hay que tomar en consideración que el ciudadano conociendo los proyectos, se deja llevar de sus intereses personales reconociendo su propio beneficio económico y no de toda la sociedad. Otro factor podría ser la costumbre o tradición política que pueden tener los ciudadanos hacia una formación partidista, de tal manera que en las sucesivas elecciones sigue apoyando a los candidatos de ese mismo partido como tradicionalmente lo ha estado haciendo.

### **¿Cree usted que la imagen es un factor importante que puede incidir en la reflexión del voto?**

Claro que sí, algunos ciudadanos consideran también la imagen, el carisma, liderazgo, historia personal y las competencias para asignar su voto, son factores que podrían intervenir para que el ciudadano se incline tomando en consideración al candidato, más no a la plataforma de planes de esta manera no concientiza su voto. Se podría mencionar que en muchas organizaciones sociales o sindicatos sus representantes en algunos casos también forman parte de la lista de los candidatos, por lo que los agremiados se ven obligados a votar por su candidato ya sea para no quedar mal, para que no lo voten del trabajo, o lo sancionen o para no tener posibles represarías por parte

de sus dirigentes, de esta manera el ciudadano no analiza el voto si no simplemente ya sabe por quién votar.

La excesiva propaganda política hacia un determinado candidato también podría ejercer cierta influencia para que el elector no reflexione su voto si no que apoye al candidato que los medios de comunicación o las encuestas lo dan por ganador.

Aquellos ciudadanos que no están interesados en la política, y están muy alejados del proceso político-electoral, en un momento determinado deciden participar y votar por lo que también puede darse el caso que poco reflexionen su voto y más bien lo hagan tomando en cuenta la información sobre el posicionamiento de los candidatos y partidos que les proporcionan principalmente los medios de comunicación, decidiendo su voto a favor de quien lleva la delantera o tiene más posibilidades de ganar para no verse socialmente perdedor.

**¿Piensa usted que el analfabetismo o la poca instrucción interviene en la falta de análisis?**

Si, indiscutiblemente de una u otra manera puede que también afecte ya que el ciudadano al no saber leer ni escribir solo se guía de los medios de comunicación los cuales pueden favorecer positiva o negativamente a un candidato. Y puedo acotar que en ocasiones el elector decide su voto al candidato que más beneficios económicos presenta esto también puede ser considerado otro factor, como por ejemplo el bono solidario. Si nos ponemos analizar todo esto trae como consecuencia que no se reflexione bien el voto y que a la larga se elijan malos mandatarios, que la inequidad social siga, que las obras sociales no se den que la economía este estancada, que exista mala distribución del económico, que no exista un progreso en la educación, que no existan nuevas fuentes de trabajo y que las tasas de desempleo aumente, que aumente la delincuencia.

## **QUINTA**

**Entrevistado:** Sr. Marlon Romero

**Ejercicio de sus funciones:** Estudiante de Ingeniería en Marketing, ESPOL

**Opinión del entrevistado acerca del problema de investigación:**

Este es un gran problema que tenemos los ecuatorianos a la hora de elegir a nuestros gobernantes ya que la gran mayoría de la población no posee la suficiente

cultura política que se necesita. La mayoría de las personas que viven en el Ecuador son de escasos recursos económicos esto es uno de los principales motivos de porque el pueblo se va como vulgarmente se dice con el mejor postora la hora de elegir a un candidato.

Es por ello que los partidos políticos nos saturan de publicidad en el momento de campañas o como vemos en su mitin político llegan acompañados del artista o personaje que está de moda en el país. Otra de las causas del porque no podemos reflexionar a la hora del voto es la falta de información ya que la mayoría solo se fija en la imagen del candidato y no se informa de donde proviene este candidato o que ha hecho anteriormente o tal vez conocer un poco al partido político al que estos pertenece saber cuál es su ideología.

El pueblo ecuatoriano le teme al cambio en los últimos años hemos podido darnos cuenta de que en el Ecuador hay una tendencia a favor del partido de gobierno los ecuatorianos no escuchan propuestas de los otros partidos así estas propuestas sean beneficiosas para ello. El gobierno de alguna manera se ha apoderado de las personas humildes ya que ellos en la mayoría de las ocasiones no votan por otros candidatos por temor a que les quiten el bono de desarrollo humano, la vivienda o el subsidio a algunos productos de consumo masivo.

Los ecuatorianos también nos dejamos llevar mucho por la imagen del candidato así este no tenga propuestas que realmente sirvan para el desarrollo del país poniendo un ejemplo real y apegado a nuestro país cuando el actual presidente lanzo su candidatura muchas mujeres por no decir la mayoría voto por el basándose en su aspecto físico ya que muchas ecuatorianas decían que era el candidato más guapo que habíamos tenido en la historia pero estoy seguro que nadie se preguntó quién era o que había hecho antes de ser político.

#### **¿Cree que los intereses propios influyen a la hora del voto?**

Claro los intereses propios influyen ya que las personas no quieren dejar de recibir los beneficios que están recibiendo.

#### **SEXTA**

**Entrevistado:** Ing. Danny Barbery

**Ejercicio de sus funciones:** Profesor de Marketing Político de la ESPOL

### **Opinión del entrevistado acerca del problema de investigación:**

Mi reflexión es la siguiente el país tiene no tengo el dato estadístico exacto sobre el nivel de educación según el último estudio del INEC da a entender que hay una distribución en los niveles socio-económicos y aun por estos niveles atan mucho el nivel socio-económico con el nivel de educación entonces tenemos que hay una gran proporción más de 50% o 60% que está entre educación primaria o secundaria entonces esta capacidad de discernimiento va a estar de acorde a la educación no quiero decir que la gente no esté educada pero obviamente un nivel de educación primaria implica la educación de un niño y el grado de educación secundaria implica una educación de un adolescente, normalmente las personas tienen o desarrollan un nivel de discernimiento o un mejor concepto que es no tanto la política si no las propuestas políticas atadas a la economía, a lo social, a lo tecnológico, a lo ambiental a todas esas fuerzas de macro entorno a la competitividad pero es porque la gente ya tiene ese grado de educación superior.

Entonces, creo que esa falta de discernimiento es porque las personas no llegan a querer acceder a esos niveles de educación y creo que las universidades son un eje fundamental para que la gente se eduque mejor y sepa que es lo que quiere de un político.

### **¿La falta de información es un factor que influye?**

Si una parte es la falta de información sobre todo que las propuestas de campaña muchos políticos pueden rayar en la demagogia no ósea prometer, prometer y prometer pero el elector no es exigente ósea decir: OK me dices que vas a ofrecer plan de vivienda bueno quien va a construir las viviendas, donde las vas a construir, como vas a sacar ese dinero y ya comienzan a ver una relación causa-efecto con la persona que está discerniendo.

Entonces, las propuestas tendrían que estar enfocadas a explicar a la gente como va funcionar un modelo social o económico donde yo digo este dinero lo voy a obtener de este tipo de personas para que este otro grupo se sienta mejor pero por ejemplo sin tocar partidos políticos cuando dicen voy a bajar impuestos, OK pero ese bajar impuesto va a dejar de generar un ingreso para el estado y cómo va a suplir ese ingreso de qué manera usted espera que el impacto de bajar impuestos sea un aumento en inversiones y porque y como va lograr las inversiones entonces las propuestas de

campaña terminan en muchos casos siendo incompletas e inconclusas porque la gente no exige, entonces la idea es que teniendo gente más preparada pues la gente más preparada le diga chévere lo propones y como lo vas hacer.

### **¿La Propaganda Política tiene influencia?**

Más que la propaganda política yo diría más bien los regalos de campaña desde incentivos monetarios, las promesas laborales antes que la propaganda como tal habrá mucha gente que se dará cuenta la cantidad de gente los mitin políticos donde se agrupan hay conglomeraciones del apoyo de los políticos pero yo creo que esta gente no se mueve por un sentido propagandístico si no un interés propio.

### **¿La imagen del candidato, la simpatía influye?**

Tanto por experiencia de lo que analizado de política y según la teoría si, la teoría dice identidad de imagen tiene que ser y parecer y le digo en la práctica. En este caso si voy a nombrar a un político, que es Rafael Correa, tenía mucha gente, muchas personas que lo criticaban positivamente, diciendo me gusta su porte, su temperamento.

Hay unos que odian el temperamento de él, más allá de eso la forma de vestir. Hay mujeres que dicen que les gustan los ojos de él, que si es alto y son puntos adicionales para el votante. Estoy seguro que muchos políticos quizás físicamente no sean agraciados pero por lo menos deberían tener el porte, la expresión verbal, que aunque pueda ser el poco agraciado su temple su personalidad sea bastante atractiva.

### **¿La ideología política cuenta?**

La ideología política aquí está mal utilizada la gente no tiene clara la ideología política, la gente si habla de populismo, derechismo, conservadurismo, liberalismo, socialismo. Ya no se habla mucho de extrema izquierda que es el comunismo, la extrema derecha que es el capitalismo pero la gente no tiene muy claro el concepto como tal.

La ideología está marcada en el Ecuador por nivel socio-económico alto, bajo y más bien el medio se va para donde más le conviene.



### ANEXO 3: Gasto Electoral 2014



**DIRECCIÓN NACIONAL DE FISCALIZACIÓN Y GASTO ELECTORAL**  
**CAMPAÑA TOTAL DE PUBLICIDAD ELECTORAL EN VÍAS PÚBLICAS DESDE EL 01-Ene-2013**  
**RESUMEN POR DELEGACION PROVINCIAL**

CNE

User:(1)

Delegación	Total Evidencias	Tot Itms	Total Fotos	Total U.S.D.	DIGNIDAD (USD)						ORGANIZACIÓN POLÍTICA (USD)						
					Prefecto	Alcalde	Concejales Urbano	Concejales Rural	Junta Parroquial	Dignidad NoDefin	Partido Político	Mov.Pol. Nacional	Mov.Pol. Provincial	Mov.Pol. Cantonal	Mov.Pol. Parroquial	Alianzas	Org.Pol. NoDefin.
01 AZUAY	2,271	2,910	2,601	404,044.90	98,330.73	126,621.11	83,990.27	54,761.50	35,162.62	5,178.78	36,084.32	211,082.38	92.00	2,517.57	0.00	154,220.63	48.00
02 BOLIVAR	494	835	818	114,483.34	17,743.77	49,210.69	30,989.76	7,787.81	8,661.12	90.43	30,240.81	46,831.53	5,544.90	864.41	0.00	31,001.69	0.00
03 CAÑAR	701	1,108	1,078	107,419.64	10,062.17	44,165.90	23,304.69	11,051.23	7,610.42	11,225.47	29,296.49	59,014.90	0.00	0.00	0.00	19,105.85	2.40
04 CARCHI	141	270	263	165,315.09	43,859.51	70,586.98	30,749.15	9,126.16	10,583.77	409.50	3,447.90	18,309.80	96,088.09	4,453.30	0.00	43,016.00	0.00
05 COTOPAXI	830	1,236	1,235	93,062.88	16,260.85	38,186.20	15,632.56	10,565.61	12,279.81	138.12	24,341.17	49,109.07	659.50	3,397.92	0.00	15,369.10	186.12
06 CHIMBORAZ	460	482	481	94,070.00	13,194.15	56,853.98	15,095.50	3,628.17	5,248.14	50.00	39,364.00	6,663.00	2,524.00	0.00	0.00	45,519.00	0.00
07 EL ORO	2,560	2,826	2,815	412,971.56	87,473.02	241,368.52	63,535.09	6,484.25	9,404.63	4,705.84	167,167.90	13,639.64	0.00	31,768.79	0.00	195,719.39	4,675.84
08 ESMERALDAS	1,269	1,742	1,454	82,096.40	13,778.61	32,388.21	13,275.66	10,394.54	3,351.25	8,908.39	29,098.51	49,460.05	314.00	224.00	0.00	1,349.40	1,650.44
09 GUAYAS	4,347	6,362	6,302	778,113.86	442,741.23	146,392.93	643,572.95	24,276.14	25,922.52	184,678.04	544,028.39	412,202.81	21,579.02	45,733.70	0.00	166,973.56	91,836.38
10 IMBABURA	1,485	1,876	1,869	130,524.63	35,662.93	57,159.36	16,912.40	7,951.68	12,838.29	0.00	14,112.67	100,659.36	118.74	1,731.95	0.00	13,901.91	0.00
11 LOJA	3,955	4,201	3,950	249,053.45	45,544.76	104,814.29	49,284.46	29,340.58	15,805.04	4,265.32	26,903.42	61,754.67	60,351.29	12,921.39	0.00	86,759.78	362.90
12 LOS RIOS	1,264	2,447	2,442	224,701.05	17,560.44	105,273.98	59,887.80	20,060.95	19,768.01	2,149.96	85,967.63	104,454.90	0.00	952.56	0.00	31,176.00	2,149.96
13 MANABI	1,077	1,127	1,122	59,134.30	4,056.10	42,363.85	6,057.44	4,178.90	2,478.05	0.00	22,723.68	12,307.70	1,375.76	0.00	0.00	18,658.16	4,069.00
14 MORONA SANTIAGO	572	687	676	102,265.55	23,302.46	44,203.04	22,562.48	5,998.85	5,510.09	688.66	4,059.41	72,121.55	0.00	3,467.00	0.00	22,617.59	0.00
15 NAPO	2,310	2,760	2,631	130,744.30	25,925.31	57,937.10	17,859.63	15,239.94	13,784.18	0.00	73,043.72	46,065.91	2,746.04	1,536.25	0.00	2,808.38	4,544.00
16 PASTAZA	2,558	2,706	2,691	163,672.90	41,979.55	44,959.27	28,845.71	18,892.66	28,996.10	0.00	4,090.49	69,184.80	31,026.39	0.00	491.00	58,880.22	0.00
17 PICHINCHA	2,439	3,221	3,137	499,364.76	57,848.83	222,359.13	93,459.98	55,824.33	49,797.93	20,074.81	104,653.58	275,794.82	11,336.59	35,113.13	168.00	72,298.64	0.00
18 TUNGURAHUA	738	841	815	91,451.69	4,023.96	37,304.16	23,489.43	11,359.51	15,272.58	2.02	37,195.13	27,775.19	0.00	589.56	0.00	25,891.81	0.00
19 ZAMORA CHINCHIPE	491	559	544	50,916.10	49,084.11	21,884.13	5,786.09	1,566.58	2,543.36	52.00	2,495.20	8,911.03	14,533.57	1,432.50	0.00	23,501.80	42.00
20 GALAPAGOS	897	1,782	1,776	89,705.09	0.00	39,689.49	33,923.23	7,551.06	8,540.44	0.67	16,279.70	11,372.90	21,366.94	2,649.94	0.00	38,035.61	0.00
21 SUCUMBIOS	1,728	2,711	2,474	161,927.68	31,632.28	52,497.70	28,082.27	22,031.67	27,685.66	0.26	61,439.97	36,584.58	0.00	480.97	0.00	63,422.16	0.00
22 ORELLANA	442	594	581	107,784.60	30,691.53	42,891.18	25,610.49	2,273.15	6,309.98	8.36	7,375.14	52,243.30	2,955.00	0.00	0.00	45,211.16	0.00
23 SANTIAGO DE GUAYAS	375	1,356	1,347	209,479.94	51,512.70	13,163.25	21,729.75	1,168.00	1,408.24	2,025.00	3,527.50	156,119.34	96.00	1,885.00	0.00	47,852.10	0.00
24 SANTA FE	1,544	1,595	1,568	236,975.03	15,282.14	140,377.55	55,772.12	8,440.20	12,915.13	4,187.90	23,408.00	42,387.23	86,737.81	29,694.02	0.00	54,747.97	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>34,948</b>	<b>46,234</b>	<b>44,670</b>	<b>676,278.74</b>	<b>1147,551.14</b>	<b>3268,655.00</b>	<b>1409408.91</b>	<b>349,953.47</b>	<b>341,877.36</b>	<b>248,839.53</b>	<b>1390344.73</b>	<b>1944,050.46</b>	<b>359,445.64</b>	<b>181,413.96</b>	<b>659.00</b>	<b>2780797.91</b>	<b>109,567.04</b>

