

UNIVERSIDAD ESAN



**Factores que determinan el voto en los electores de 18 a 30 años de los
niveles socio económicos C y D en Lima Metropolitana 2017**

**Propuesta de tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos
para obtener el grado de Magíster en Marketing por:**

Roy Fernando Martínez Quintanilla

Rosa Ysabel Moreno Rodríguez

Programa de la Maestría de Marketing

Lima, 11 de mayo del 2017

Universidad:	Universidad ESAN		
Escuela de Postgrado:	Escuela de Administración de Negocios para Graduados		
Título de la tesis:	Factores que determinan el voto en los electores de 18 a 30 años de los niveles socio económicos C y D en Lima Metropolitana 2017		
Área de investigación:	Marketing		
Autor(es):	Martínez Quintanilla, Roy Fernando	DNI 07879737	
	Moreno Rodríguez, Rosa Ysabel	DNI 17851154	
Grado Profesional:	Magister en Marketing.		
Año Aprobación sustentación:	2017		

RESUMEN:

La presente investigación tiene como propósito conocer cuáles son los factores que determinan la decisión del voto de los jóvenes electores entre los 18 a 30 años que pertenecen a los niveles socioeconómicos (NSE) C y D para el cuál se identificó los siguientes factores: conocimiento político, la distancia ideológica, el rol emocional, la racionalidad política y la comunicación política.

Es una investigación aplicada; de tipo no experimental, de corte transversal y explicativa. La población electoral fue de 6'884,549 votantes, trabajando con una muestra de 600 electores de 18 a 30 años, que pertenecen a los NSE C y D, en Lima Metropolitana. La técnica que se utilizó es la entrevista, aplicándose un cuestionario de 24 preguntas con una alta confiabilidad (Alfa de Cronbach de 95.4%).

Según los resultados obtenidos en la presente investigación, las variables que juegan un papel preponderante en la determinación del voto hacia un candidato son: la emoción (confianza, cercanía y simpatía) y la comunicación política (televisión y redes sociales).

En cuanto al conocimiento político no se encontró relación significativa entre las edades y el nivel socioeconómico. Con relación a la distancia ideológica se encontró

que existe relación significativa entre las variables preferencia política, identificación con la ideología del partido y la posición política. En cuanto al rol emocional las emociones generadoras de voto son la confianza, cercanía y simpatía, las emociones generadoras de evasión de voto son el miedo, la vergüenza y la rabia. Evaluando la variable racionalidad en conjunto con el análisis de correspondencias, se puede evidenciar que la elección del voto, está más relacionada con el grado de desempeño: del gobierno y de la economía; los cuales son indicadores de racionalidad, que utiliza el elector como medidas de premio o castigo.

En cuanto al medio de comunicación que utilizan más los electores para informarse de las noticias es la televisión, seguida de las redes sociales.

Se concluye que en un primer instante el elector materia de este estudio, decide votar o abstenerse en función de la responsabilidad que le da al gobierno y a los actores políticos del estado de la economía y vota en función de la valoración que tiene de su performance en este campo; y luego resuelve votar por el candidato más cercano a sus posiciones políticas ideales y del que tiene expectativa de un sobresaliente desempeño.

Palabras Clave: Conocimiento Político, Distancia Ideológica, Rol Emocional, Comunicación Política, Racionalidad Política, Decisión Del Voto.