

Opinión & Análisis

Documento del Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú

Año II / Julio de 2011

Elecciones presidenciales segunda vuelta: un análisis del voto peruano



Elecciones presidenciales segunda vuelta: un análisis del voto peruano



Como Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú, nuestro compromiso durante el periodo electoral, ciertamente muy reñido, ha sido siempre presentar información técnica, científica e imparcial respecto a las opiniones de los ciudadanos y la tendencia de voto.

Este oficio no siempre ha sido grato pues en un escenario de polarización, las cifras a favor o en contra de un candidato suelen despertar las incomodidades de sus partidarios. Sin embargo, los resultados presentados tanto en primera como en segunda vuelta demuestran que nuestras cifras fueron sumamente cercanas a los resultados oficiales de la ONPE, lo cual reafirma nuestra independencia y la certeza de nuestras mediciones.

Estos resultados fueron posibles gracias a un equipo técnico muy calificado y la contribución de un número significativo de estudiantes, encuestadores y coordinadores que con mucho compromiso y rigurosidad recogieron las opiniones día a día, y debido principalmente a la acertada dirección de Fernando Tuesta Soldevilla.

Pasadas las elecciones presidenciales el Instituto de Opinión Pública cree firmemente en la necesidad de tener una mirada retrospectiva de los que fueron las campañas electorales y las corrientes de opinión que se desarrollaron a partir de ellas. Por ello queremos aportar en la reflexión e investigación sobre la opinión pública, a través de este segundo número de Opinión & Análisis.

Diversas han sido las preguntas que motivaron las reflexiones que presentamos en esta publicación; nos preguntamos sobre la influencia que tuvo en las urnas la discusión pública sobre la economía, el papel que la dimensión psicológica jugó en las adhesiones por uno u otro candidato, quiénes fueron los indecisos que finalmente rompieron el empate técnico, entre otras tantas preguntas.

En este número nos acompañan en la reflexión algunos investigadores jóvenes de diversas disciplinas, tanto de la psicología social, la sociología como de las ciencias políticas, que aportan diversas miradas a los fenómenos de la opinión pública.

Este número de Opinión & Análisis no pretende agotar la discusión pero sí motivar la investigación en torno a los procesos decisionales de los electores y las incidencias que las campañas y acciones políticas tienen en el voto ciudadano.

Sandro Macassi
Jefe de Proyectos del Instituto de Opinión Pública
Pontificia Universidad Católica del Perú

El contenido de este boletín no expresa necesariamente la opinión del Instituto de Opinión ni compromete la posición institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú

Informes:

iop@pucp.edu.pe
Teléfonos: 51.1.626-2000 Anexo 3700
Fax: 51.1.626-2908
Av. Universitaria 1801, San Miguel, Lima - Perú.
Apartado 1761- Lima 100
Pontificia Universidad Católica del Perú 108-REE/JNE

Encuétranos en:

<http://www.pucp.edu.pe/iop>
<http://blog.pucp.edu.pe/iop>
Facebook: Instituto de Opinión Pública PUCP
Twitter: ioppucp
Scribd: BoletinesIOPpucp
Youtube: ioppucp
Videos PUCP: ioppucp
Textos PUCP: IOP

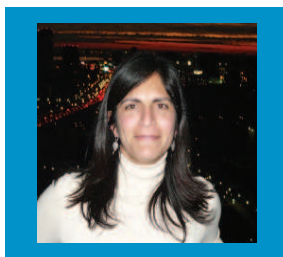
Sandro Macassi Lavander



¿Optimistas o pesimistas sobre el futuro de la economía nacional en las elecciones presidenciales?

Página 4

Paula Muñoz Chirinos



Más allá de la campaña electoral

Página 9

Edwin Cohaila Ramos



Los indecisos en la segunda vuelta

Página 17

Josedomingo Pimentel Cavalié



¿Qué fue lo último que pensaron los peruanos antes de dar el salto al vacío?

Página 24

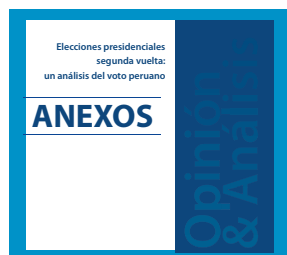
Agustín Espinosa Pezzia



Emociones postelectorales: ¿después de la tormenta siempre llega la calma?

Página 29

Anexos estadísticos



Página 33

¿Optimistas o pesimistas sobre el futuro de la economía nacional en las elecciones presidenciales?



Sandro Macassi Lavander

Psicólogo Social de la PUCP.

Magister en Comunicación de la PUCP.

Jefe de Proyectos del Instituto de Opinión Pública de la PUCP.

Resumen

Existe un mayor optimismo respecto al futuro de la economía peruana que antes del inicio de la campaña electoral, además de que se ha reducido la cantidad de pesimistas y de quienes creen que las cosas seguirán igual. La mayor parte de optimistas han votado por Ollanta Humala y tienen altas expectativas de que la futura gestión genere una mejora económica. Al mismo tiempo se ha incrementado en un sector la incertidumbre sobre el futuro económico del país, que sería producto de la discusión pública en torno al “peligro” de las reformas y cambios propuestos por Gana Perú. Frente a las urnas, el voto económico no habría tenido la misma fuerza con la que se discutió públicamente, siendo otros los factores, como la demanda de cambio de la población o los errores en las campañas, los que parecen haber decidido la elección del nuevo presidente.

¿Optimistas, pesimistas o indecisos?

La discusión sobre los resultados electorales en la economía peruana ocupó buena parte del debate público en el mes anterior al 5 de junio. Se discutió mucho sobre la incertidumbre que el plan de gobierno de Gana Perú generaría en los actores económicos y en la ciudadanía, especialmente debido a los cambios radicales que este plan incorporaría. Incluso, una vez conocidos los resultados, se insistió repetidamente en la necesidad de realizar acciones que generen confianza en la ciudadanía y que garanticen la continuidad de la política económica. Las expectativas juegan un rol central en la economía nacional y en la globalizada, tanto de agentes económicos como de ciudadanos de a pie, por ello es importante profundizar en la relación entre elecciones y expectativas económicas.

Los resultados del estudio postelectoral demuestran que las expectativas sobre la situación económica del Perú en los siguientes 12 meses son aún altas, el 50% de los ciudadanos piensan que la economía nacional mejorará algo o mucho y los que piensan que empeorarán son el 8%, frente al 40% y 21% registrados en diciembre del 2010. Existe un 20% que no puede precisar su opinión respecto al futuro de la economía y que ciertamente expresaría un sector de la población que tiene un grado de incertidumbre, aunque no es el mayoritario.

En tal sentido la elección de Ollanta Humala como presidente no ha significado, como se auguraba, una disminución drástica de las expectativas económica, ni ha significado un incremento de los pesimistas, todo lo contrario, respecto a la mediación pre-electoral que realizamos, observamos un incremento de los optimistas y una disminución de los pesimistas y también de quienes piensan que la economía seguirá igual. Sin embargo, ha crecido el número de personas (de 2% a 19%) que ven con incertidumbre el futuro económico, aunque no comparte ni el optimismo de unos ni el pesimismo de otros.

¿Y cómo cree que estará la situación económica del Perú dentro de 12 meses? ¿diría que...?

	Encuesta post electoral Julio 2011	Encuesta Pre electoral Diciembre 2010
	Total %	Total %
Mejorará algo o mucho	49.3	40
Permanecerá igual	23.7	37
Empeorará algo o mucho	8.0	21
No precisa	19.0	2
Total %	100.0	100.0
Base de entrevistas	1570	1515

Voto de segunda vuelta y expectativas de futuro económico

Sí analizamos en qué consiste el incremento de las expectativas económicas encontramos que la mayoría de los que tienen una expectativa positiva del futuro económico del país son quienes manifiestan haber votado por Ollanta Humala, mientras que la mayor cantidad de personas que creen que la economía va a decaer votaron por Keiko Fujimori, incluso la mayor parte de quienes piensan que la economía seguirá igual apostaron por la candidata Fujimori.

En otras palabras, el triunfo de Ollanta Humala se ve acompañado por una expectativa de mejora en la economía, a pesar de haber sido el candidato que más críticas recibió sobre sus propuestas de cambio y medidas económicas, naturalmente, la actitud de la población hacia el futuro debió ser tan negativo como el nivel de escrutinio y cuestionamiento recibido, sin embargo, los resultados demuestran lo contrario, que existen expectativas positivas y algunos sectores que no votaron por él tienen una visión negativa o intermedia.

Es posible que algunos piensen que el impulso logrado por los agentes económicos se mantenga a pesar de la elección de Ollanta Humala y a pesar de él la economía mejorará, sin embargo, cabe subrayar que en este caso el gobierno de Ollanta Humala no sería percibido como una amenaza directa al proceso económico ya iniciado. Sí preocupa el número, aunque minoritario, de personas que ven con incertidumbre el futuro de la economía nacional, donde los votantes por Fujimori duplican a los votantes por Humala, ciertamente este sector es uno de los habrían sido sensibles a la discusión pública sobre la economía.

		¿Me podría indicar por cuál candidato presidencial votó Ud. en segunda vuelta?		
		Keiko Fujimori - Fuerza 2011	Ollanta Humala - Gana Perú	Total
¿Y cómo cree que estará la situación económica del Perú dentro de 12 meses? ¿diría que...?	Mejorará algo o mucho	39.6%	76.3%	62.9%
	Permanecerá igual	39.7%	20.5%	27.5%
	Empeorará algo o mucho	20.7%	3.2%	9.6%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%
		398	687	1085

Gamma -0.649, solo se aplica aquellos que votaron en segunda vuelta y que expresaron sus expectativas

El hecho que se mantengan niveles altos de optimismo puede tener varias explicaciones y diversas contingencias. Durante la campaña se denunciaron campañas de miedo que predecían una catástrofe económica si Ollanta Humala era elegido, lo cierto es que también hubo un enconado esfuerzo de Gana Perú para responder y revertir estas opiniones de líderes mediáticos, a través de alianzas, la modificación de sus propuestas y la adhesión de líderes políticos y de opinión.

Expectativas de cambios vs expectativas de continuidad económica

Ciertamente resulta difícil determinar el grado de influencia que las críticas mediáticas a las propuestas económicas de Gana Perú, tuvieron sobre a los indecisos. Pero lo más probable es que haya contribuido mucho más a la polarización existente y haya reforzado los argumentos de quienes ya veían con mucho temor la candidatura de Ollanta Humala o simplemente haya impactado la evaluación sobre la percepción sobre el tema económico de las propuestas de Gana Perú, pero que no haya pesado en la decisión del voto, pues otras variables como las ideológicas, de expectativa de cambio, de actitudes a la inversión privada o variables psicotrópicas correlacionan con más fuerza para la decisión del voto.

De otro lado, también hay que evaluar que el decreto supremo 012-2011-MEF, limitó el gasto del gobierno nacional y regional, lo cual tuvo como consecuencia la desaceleración de la economía que sumado al habitual "enfriamiento en periodo electoral" dejó sentir en la población una sensación de que las bajas expectativas estaba generando un retraimiento de la economía, ciertamente, el ritmo de crecimiento del PBI anual bajó del 10% a 7% de enero a abril¹ (periodo electoral), esto habría alimentado los temores, lo cual estaría explicando la cifra de incertidumbre.

Los resultados aquí presentados nos llevarían a afirmar que las discusión sobre las consecuencias de las elecciones en la economía nacional no repercutieron en la misma medida en que ocuparon titulares y tiempos en la discusión pública, creemos que hay otros elementos a tomar en cuenta, de hecho el discurso de continuidad de la política económica fue en contracorriente al deseo de buena parte de la población por hacer cambios.

		Tipo de voto por Ollanta Humala			
		No voto por Humala	Solo segunda vuelta	Primera y segunda vuelta	Total
¿Cree usted que nuestra sociedad debe mejorarse (1) a través de cambios radicales, (2) paulatinamente a través de reformas, o (3) deben evitarse los cambios para preservar la estabilidad?	A través de cambios radicales	22.4%	20.8%	29.3%	24.6%
	Paulatinamente a través de reformas	61.3%	66.2%	61.4%	62.4%
	Deben evitarse los cambios para preservar la estabilidad	16.3%	13.0%	9.3%	13.0%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		495	284	462	1241
Gamma -0.153 Sig. 0.01					

¹ Mendoza, Waldo. "Recesión a lo Benavides". <http://elcomercio.pe/impresa/notas/recesion-lo-benavides/20110630/834257> junio 30 2011.

En el cuadro anterior se puede observar que una mayoría sólida espera que los cambios se realicen de manera gradual pero más personas tienen la expectativa de que los cambios sean radicales que los que prefieren evitar los cambios. Por su parte los discursos sobre la continuidad económica fueron en la mayoría de casos defensistas, negando, en ocasiones, la búsqueda de alternativas de cambio que ciertamente era la expectativa de grandes mayorías que no vieron los beneficios en la misma medida en que el país creció. Además, el equipo de Fujimorista cometió el error de sumarse a este discurso “conservador” y asociándose a personajes comúnmente relacionados al “establishment económico”, perdiendo así la imagen de candidata de cambio ganado en el debate de primera vuelta.

En general podemos observar, además, que el voto duro de Ollanta Humala (quienes votaron tanto en primera como en segunda vuelta), se inclinan un poco más por los cambios radicales que el resto, mientras que el voto prestado (voto solo en segunda vuelta) tienen una ligera ventaja por las reformas graduales, caso contrario sucede con los que quieren preservar la estabilidad que se concentran más en quienes votaron en contra del entonces candidato de Gana Perú.

Está claro que las expectativas de cambio estuvieron presentes tanto en los electores de Ollanta como en quienes optaron por Keiko Fujimori, la diferencia estuvo ciertamente en que el número de votantes que prefieren cambios radicales son más que los que optan por no realizar cambios, y precisamente los primeros optaron por el actual presidente elegido.

En conclusión, al parecer la discusión sobre el peligro de la candidatura de Ollanta Humala en la economía tuvo un mayor efecto en las personas que ya estaban posicionadas en su contra y la expectativa de cambio fue mayor que la necesidad de conservar lo avanzado. Las expectativas respecto al futuro de la economía siguen siendo optimistas y buena parte de los votantes por Ollanta esperan que la economía mejore y sea redistributiva. Este último reto ciertamente se presenta tanto o más difícil que el haber ganado las elecciones.

Más allá de la campaña

Paula Muñoz Chirinos

Socióloga de la PUCP.

Máster en Ciencia Política por la Universidad de Texas, Austin.



¿Qué podemos aprender de los determinantes del voto en el Perú en la elección del 2011? Hasta el momento, la mayoría de análisis se han hecho tomando en cuenta los resultados electorales. A diferencia de estos datos agregados, una encuesta postelectoral nos permite explorar mejor los motivos que pueden haber inclinado a los electores a votar en determinado sentido. Esto es importante ya que el voto es en última instancia un acto individual. ¿Qué factores influenciaron el voto en la segunda vuelta? En general, ¿qué tanto pesó la posición ideológica y la posición de “clase” para definir la elección y cómo? ¿Vieron los electores la elección en esos términos? ¿Qué otros factores podrían haber influenciado la decisión de los electores?

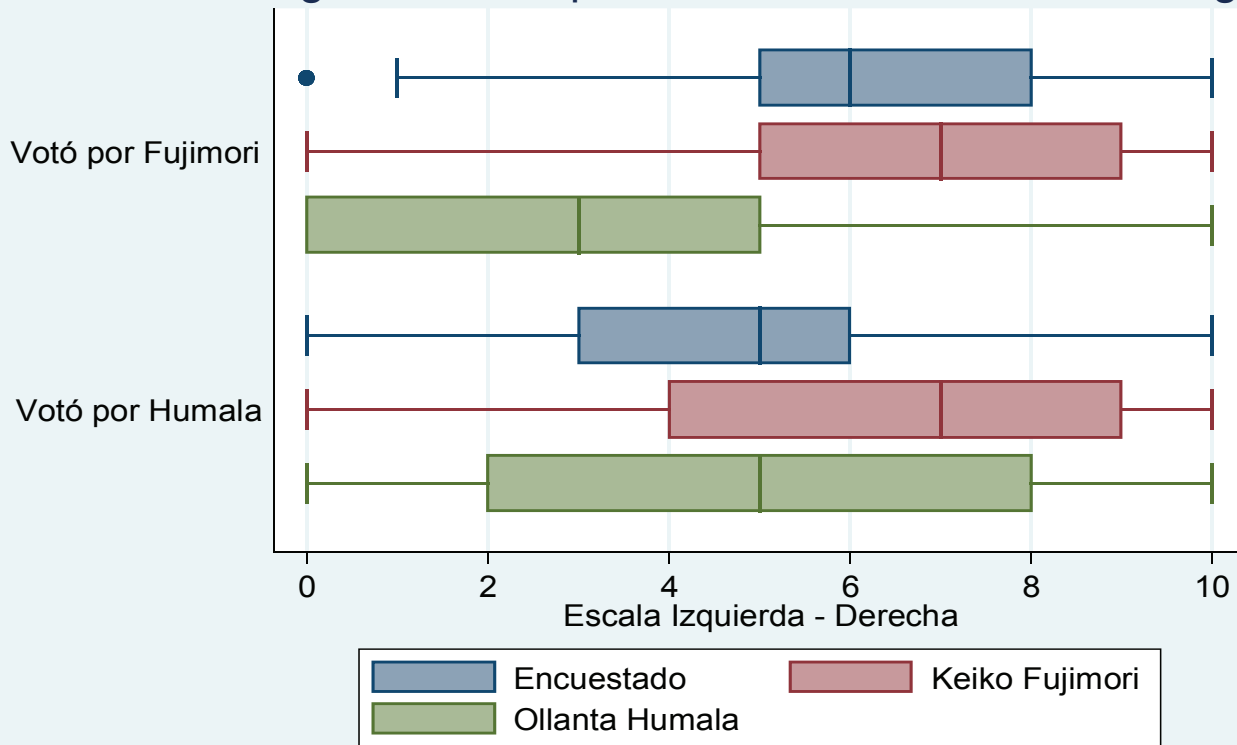
En este breve artículo muestro que si bien hubo bastante de ideológico en la elección, incluyendo la expresión de preferencias por el respeto de los derechos humanos, también hay indicios de la expresión política de otras divisiones del electorado más bien sociológicas y que serían bastante menos orgánicas de lo que se cree. Tomando en cuenta estos elementos, argumentaré que la elección presidencial mostró más continuidades con la elección del 2006 que grandes cambios.

**

Obviamente la campaña electoral influencia las preferencias de los electores; si no, pocos harían política. Decir lo contrario sería absurdo. La influencia de la campaña es incluso mayor en un contexto sin instituciones políticas (partidos) como el peruano, en el que la mayoría de los votantes no tienen identificaciones partidarias duraderas. Por ejemplo, como diversos analistas han señalado, los problemas de coordinación política entre los candidatos “moderados” en la primera vuelta y la consecuente fragmentación de este voto de “centro” hicieron posible que Fujimori pasara a la segunda vuelta.

Los resultados de la encuesta del IOP muestran que, efectivamente, diversos aspectos vinculados al desarrollo de la campaña electoral influenciaron a la opinión pública. Particularmente, confirman que la estrategia de campaña de Gana Perú de intentar proyectar a un Humala más moderado dio resultados. Como vemos en el gráfico, los encuestados que declaran haber votado por Fujimori se posicionan a sí mismos en la escala de izquierda-derecha más como de centro derecha, percibían a Fujimori como centro derecha y a Humala como de centro izquierda para izquierda. En cambio, los que votaron por Humala se colocan en el centro de la escala y centro izquierda, perciben a Humala como un candidato más moderado (el 75% de los encuestados lo percibe como un candidato ubicado entre centro izquierda y centro derecha) y a Fujimori como centro derecha (más hacia la derecha que ellos).

Diagrama de Dispersión: Posicionamiento Ideológico



La estrategia de campaña seguida por Humala y sus asesores brasileros, sobre todo después de la primera vuelta, posiblemente logró disipar las dudas que sobre este candidato tenía un sector de la ciudadanía. Como se desprende de la encuesta, los aspectos que preocupaban más a los encuestados o que generaban más dudas fueron: sus posibles vínculos con Hugo Chávez, los planes y promesas planteadas durante y las acciones pasadas del candidato. Todos estos eran temas que podían y fueron trabajados desde su campaña. En contraste, en el caso de Fujimori los aspectos que más preocupaban a los encuestados -sus vínculos familiares, en particular con el padre, y sus posibles vínculos con personas relacionadas con Montesinos, y su entorno / la gente de su partido- eran más difíciles de confrontar. Además, como sabemos, las declaraciones y actividades de representantes de Fuerza 2011 hicieron muy difícil disipar las dudas sobre la continuidad del viejo entorno y prácticas del fujimorismo.

Lo que para muchos fue una “elección imposible”¹ entre dos grandes males trajo efectivamente sus particularidades. Esto se refleja en el análisis multivariado desarrollado². Tal vez lo más interesante es cómo ideas no económicas fueron importantes para definir los resultados. Se trata de principios vinculados al liberalismo político: en promedio, los encuestados que creen que garantizar el respeto de los derechos humanos debería ser un objetivo importante de un gobierno votaron por Humala (en lugar de por Fujimori) en la segunda vuelta³. La elección entre “dos males” hizo también que, manteniendo constantes otros factores, los encuestados con mayor nivel educativo y encuestados que tienden a ubicarse más a la derecha en la escala ideológica tuvieran una mayor probabilidad de votar en blanco o viciado en lugar de votar por Humala.

Las estrategias de campaña fueron sin duda importantes. No obstante, los resultados de esta elección muestran también importantes continuidades con el 2006. En primer lugar, tal como en el 2006⁴, en esta segunda vuelta factores ideológicos influenciaron la decisión de votar por un candidato y no por otro.

1 Alberto Vergara. “El Perú tras la elección imposible”. *Letras Libres*, N° 151, julio 2011.

En: <http://www.letraslibres.com/index.php?art=15565>

2 Utilizando una regresión logística multinomial, se analiza simultáneamente cómo los siguientes factores influyen la decisión de voto en la primera vuelta (voto por Humala, voto por Fujimori o voto en blanco/viciado): características sociodemográficas (sexo, nivel educativo, grupo de edad, nivel socioeconómico, lengua materna indígena, residencia en zona rural, residencia en el sur y el centro del país), ideología (posición en la escala izquierda-derecha y opinión sobre qué tanto/tan radicalmente cambiar la política económica), voto económico retrospectivo (evaluación de la situación económica de su familia en los últimos 12 meses, evaluación de la situación económica del país en los últimos 12 meses) y voto por principios democráticos (interés por el respeto de los derechos humanos y la libertad de expresión en un gobierno).

3 La defensa de la libertad de expresión, también incluida en el análisis, no explica los resultados.

4 Carrión, Julio y Patricia Zárate. “Cultura política de la democracia en el Perú: 2006”. Lima: IEP/LAPOP, 2007.

Controlando por otros factores en el análisis se encuentra que, en promedio, los encuestados que se ubican a sí mismos más a la derecha en la escala de ideología declaran haber votado por Fujimori que por Humala, mientras que los encuestados que están más de acuerdo con que hay que cambiar la orientación de la política económica (reformas parciales y cambio radical) tienden a haber votado más por Humala.

En segundo lugar, nuevamente, Humala tuvo muchas dificultades en atraer el voto femenino: en promedio, más mujeres parecen haber votado por Keiko que por Humala. En tercer lugar, tal como sucedió en el 2006⁵, la segunda vuelta del 2011 presenta una división en términos socioculturales: los encuestados con lengua materna indígena (quechua y aymara) tuvieron mayor probabilidad de votar por Humala (que por Fujimori). A esto se suma una concentración geográfica del voto en el centro y sur del país en favor del candidato de Gana Perú que es significativa estadísticamente después de controlar por diversos factores explicativos alternativos como ideología, estrato socioeconómico, lengua materna y ruralidad. Estos hallazgos muestran que existen divisiones profundas que intentan expresarse políticamente en nuestro país, divisiones políticas que van más allá de efectos de campaña.

¿Cómo interpretar estos resultados y las continuidades observadas? Creo que estos resultados no deben ser interpretados como el resurgimiento de un "conflicto de clases"-lectura en mi opinión demasiado simplista e ideologizada-. Propongo en cambio que deben ser leídos como la (re)emergencia de divisiones regionales y socioculturales que se acentúan y politizan pero sin encontrar (aún) una expresión política orgánica.

¿Por qué estas divisiones regionales y socioculturales no se pueden reducir a una división de clase o ideológica vinculada a la economía? Primero, estos sectores de la población (centro-sur, masculino, indígena) no están necesariamente encuadrados ideológicamente. Una muestra es que la posición ideológica del encuestado ni su opinión sobre qué tanto debe cambiarse la política económica no bastan por sí mismas para explicar los resultados electorales. Tampoco se expresa en el análisis del voto en la segunda vuelta una asociación directa entre pertenencia un determinado estrato socioeconómico o nivel educativo (aproximaciones usuales al concepto de clase social) y comportamiento electoral. Finalmente, los resultados tampoco indican que se trate de sectores que voten de acuerdo a la evaluación retrospectiva de su situación económica personal o nacional –ninguno de estos factores es significativo estadísticamente-.

En realidad, se trata de sectores que muestran una disconformidad más general con el estado actual de las cosas⁶ y que encontraron en Humala un candidato en quien depositar sus esperanzas de cambio. Esto se ve reflejado en que cuando uno incluye en el análisis la escala de percepción del nivel de honestidad del candidato, varios de estos factores sociológicos (sexo, residencia en el sur, lengua materna indígena) dejan de ser significativos estadísticamente.

⁵ *Ibid.*

⁶ Los encuestados del centro y sur, así como los encuestados de lengua materna indígena y los que viven en zonas rurales desaprueban mayoritariamente la gestión presidencial del Alan García. Esta asociación es significativa estadísticamente a un nivel de confianza de 95%.

Es decir, los factores sociológicos son reemplazados por qué tan honesto es percibido Humala (cualidad personal del candidato) para explicar el voto a favor de este candidato. Esto sucede porque justamente los encuestados que viven en el sur y centro del país, los varones, los menos educados y los de sectores socioeconómicos d y e tienden a percibir a Humala como más honesto que el resto de sectores de la población, como se muestra en los siguientes gráficos.

Paula Muñoz

Diagrama de Dispersión: Honestidad

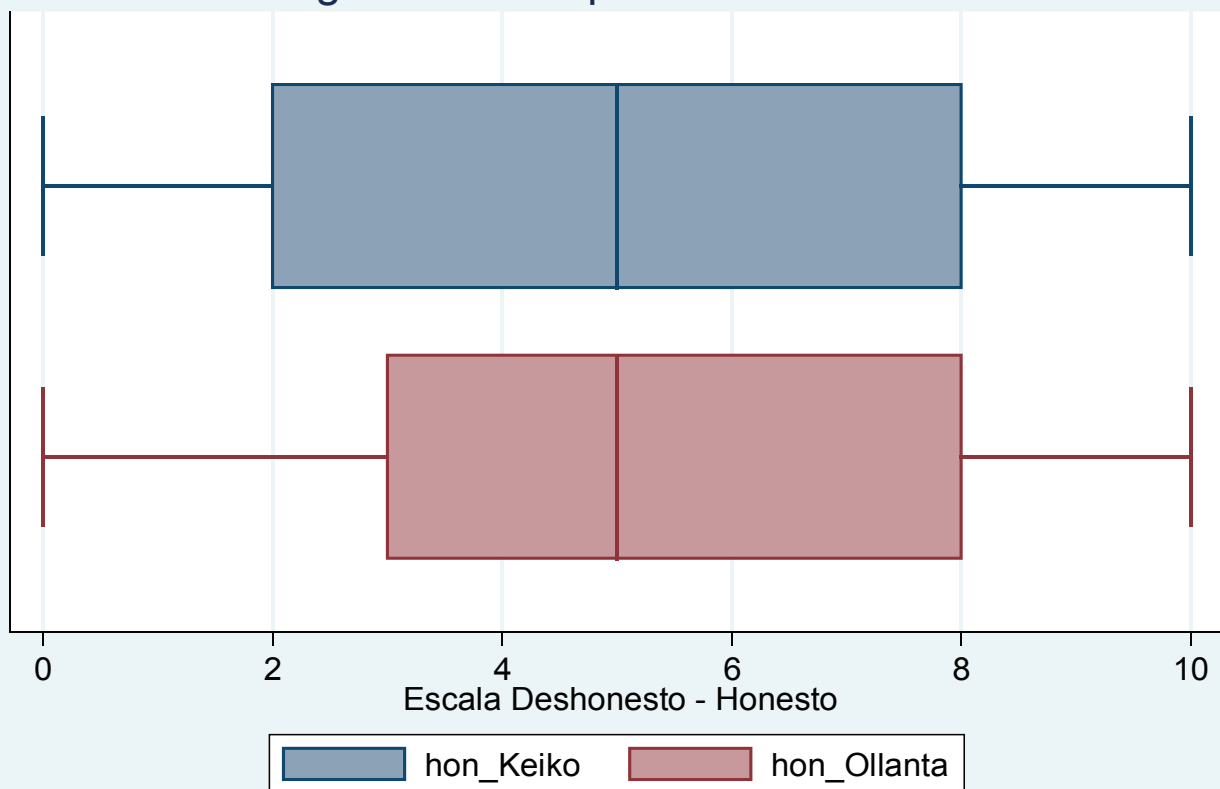


Diagrama de Dispersión: Honestidad del Candidato

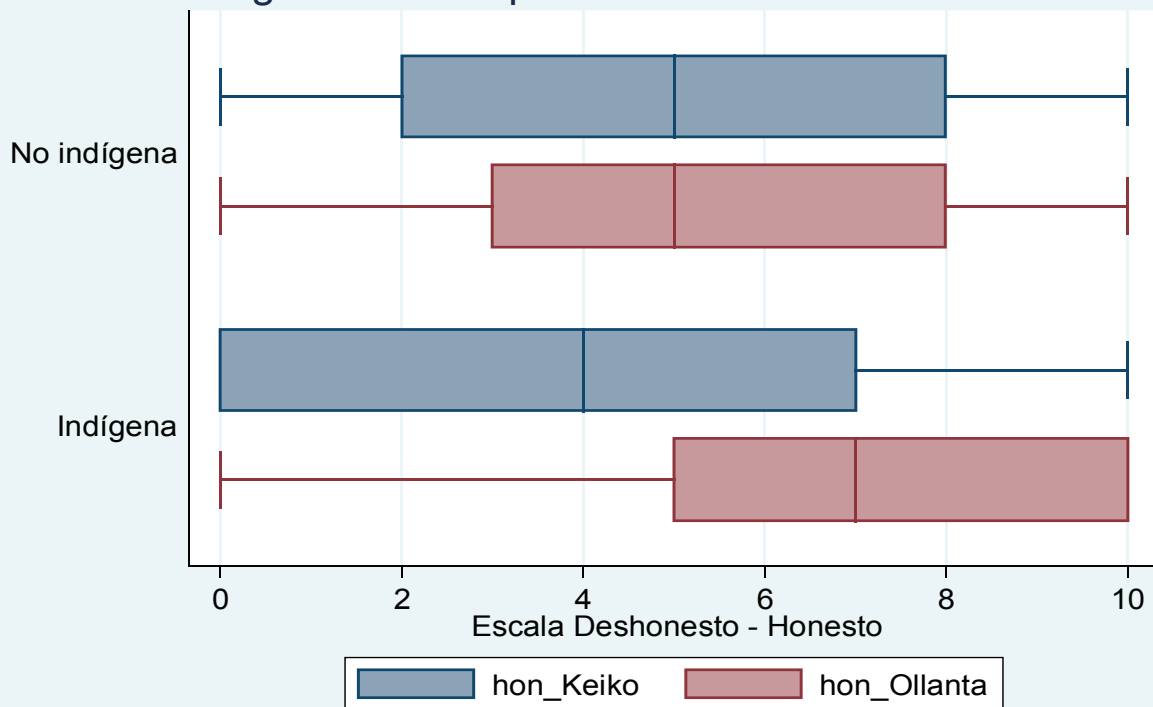
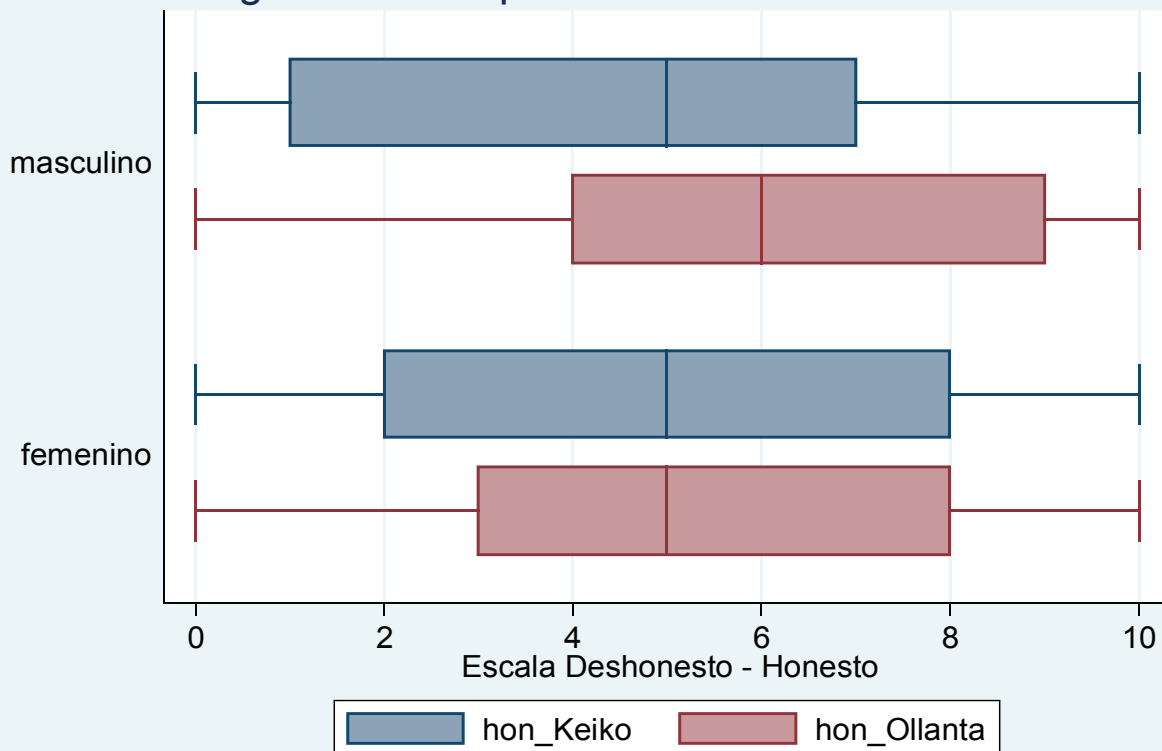


Diagrama de Dispersión: Honestidad del Candidato



Paula Muñoz

Diagrama de Dispersión: Honestidad del Candidato

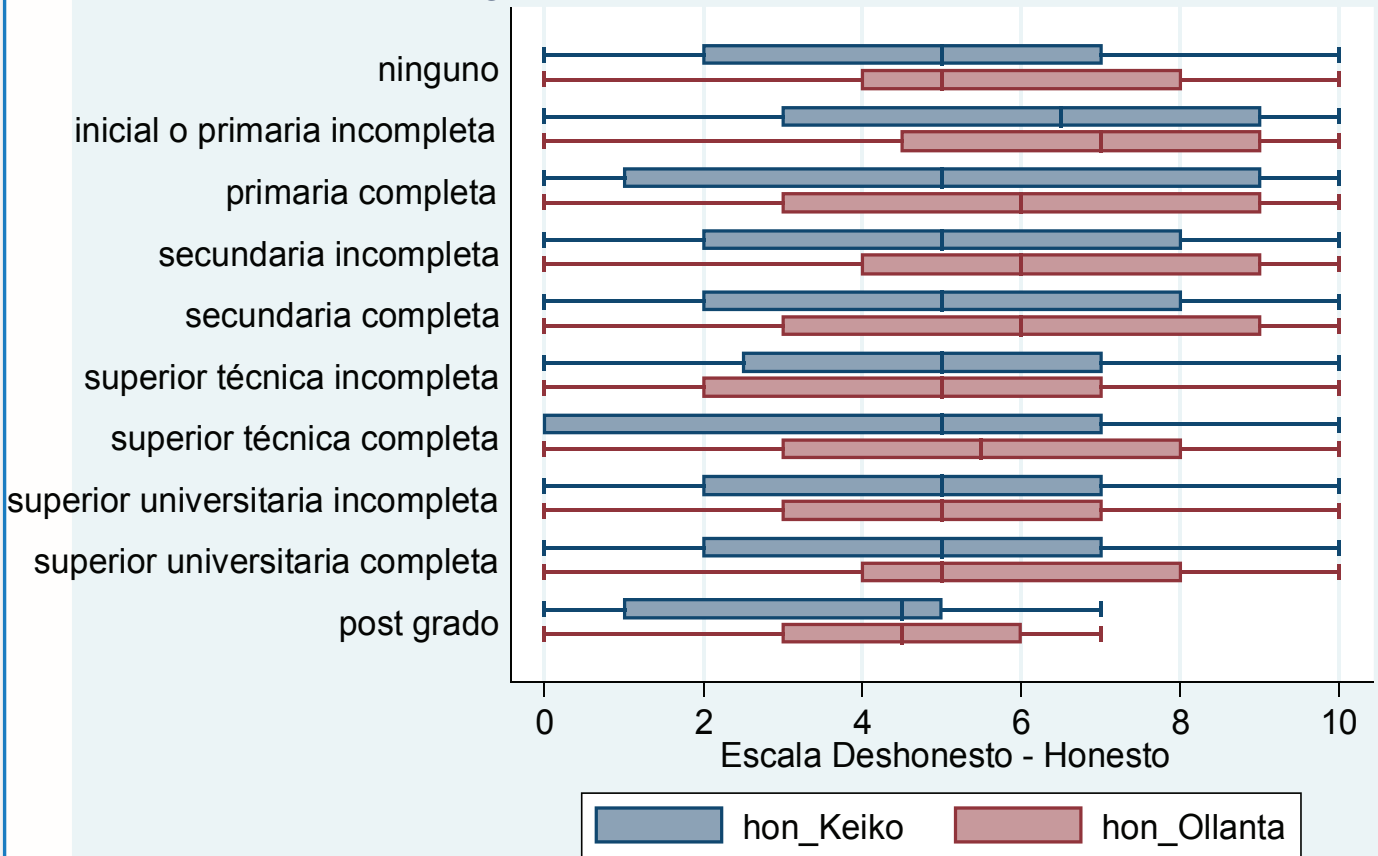


Diagrama de Dispersión: Honestidad del Candidato

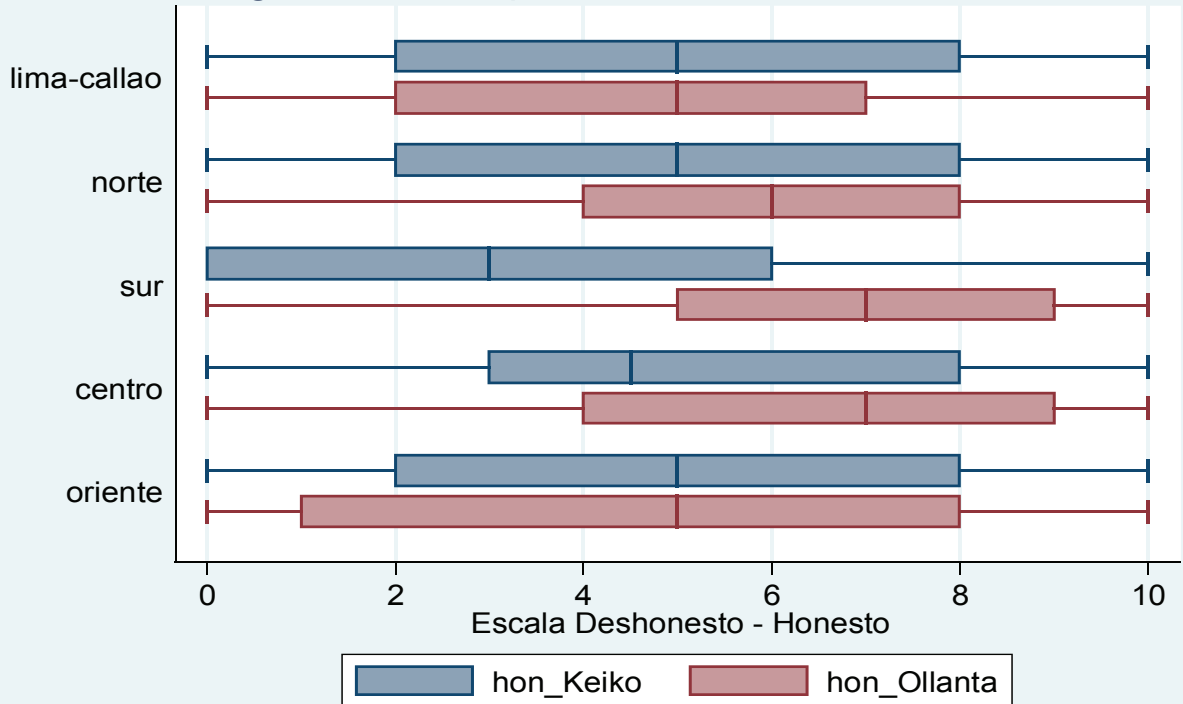
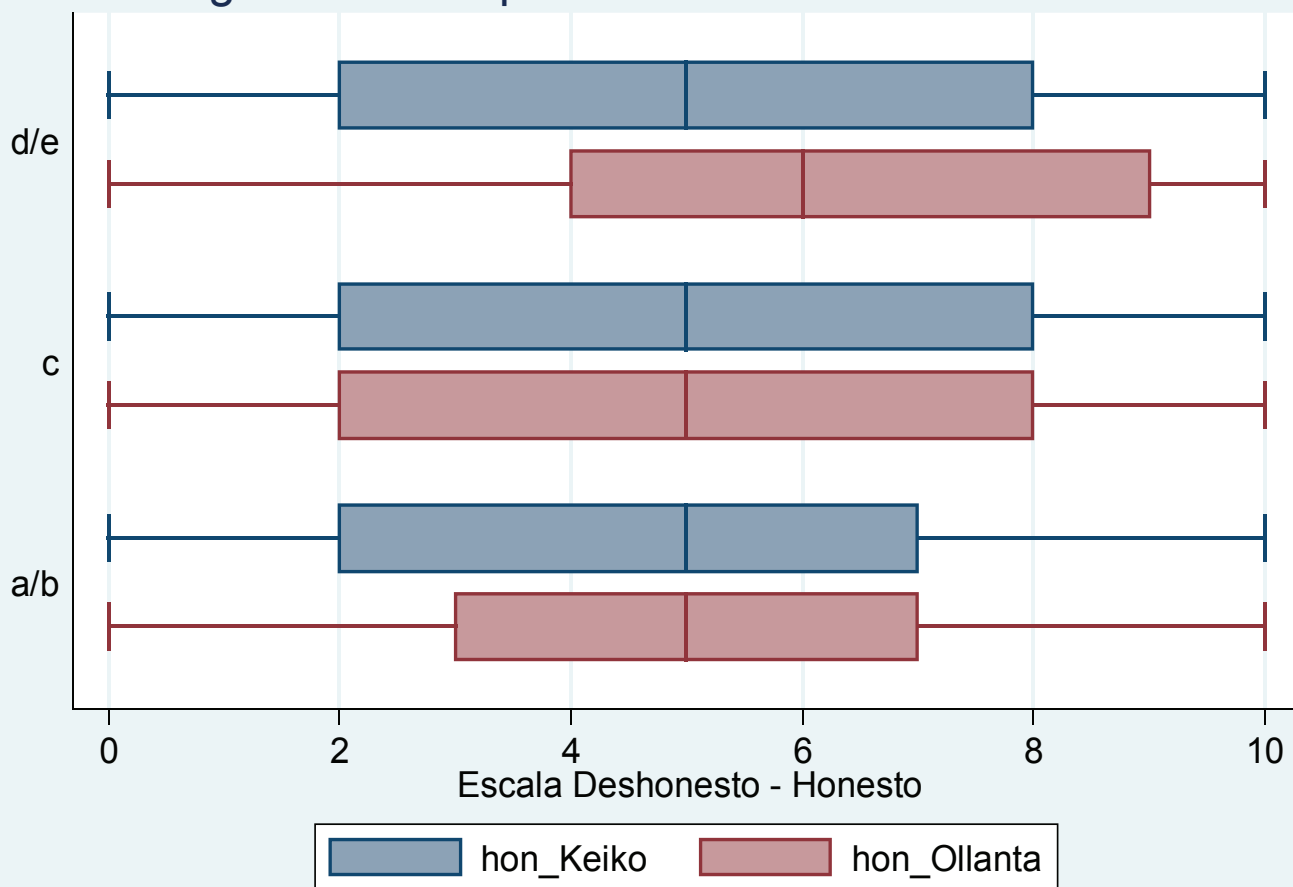


Diagrama de Dispersión: Honestidad del Candidato



En suma, esta elección muestra la existencia de un alto voto por disconformidad de un sector de la población del interior del país que busca ser representado políticamente. Existe un hartazgo no solo con los escasos resultados de la economía sino también del sistema político limeño-céntrico y segmentado. Un problema de desigualdad regional (e intrarregional) demanda solución. Quedará por verse si los nacionalistas podrán cumplir con las expectativas de este sector importante de su electorado y llevar adelante un gobierno responsable pero a la vez más inclusivo.

Los indecisos en la segunda vuelta

Edwin Cohaila Ramos

Licenciado en Sociología de la PUCP.

Máster en Sociología de la université Catholique de Louvain (Bélgica).

Profesor del Departamento de Ciencias Sociales de la PUCP.

Investigador del Instituto de Opinión Pública.



El presente artículo trata de explorar si han existido algunos factores que puedan asociar el voto de las personas que decidieron por quien votar la semana previa a las elecciones, vale decir, si existe o existen características comunes entre estas personas.

Los indecisos

Durante la semana previa a la segunda vuelta electoral, se insistió en que los indecisos eran el grupo que iba a decidir quien ganaría la segunda vuelta electoral entre Ollanta Humala y Keiko Fujimori. La encuesta publicada la semana previa a estas elecciones, mostraba para el Instituto de Opinión Pública (IOP) un 6.3%¹ de personas que aún manifestaban que no habían decidido su voto.

Según cifras recogidas en la Encuesta Postelectoral realizada por el IOP², el 17.1% de las personas que se decidieron votar por algún candidato decidió su voto durante la última semana (agrupando las respuestas de las personas que decidieron inclinarse por un candidato "El mismo día de la votación" y "Durante la semana anterior a la elección")³, y efectivamente este contingente de personas, dado los resultados oficiales de la ONPE⁴, tranquilamente hubieran sido capaces de decidir su voto si se hubieran inclinado por un único candidato.

¹ Ver <http://www.pucp.edu.pe/iop>

² La encuesta recogió una muestra de 1570 personas, con un margen de error de 2.47% asumiendo el 95% de confianza.

³ El total de entrevistas realizadas fue de 1570, aquí sólo se contabiliza como total 1322 ya que 248 entrevistas manifestaron que votaron en Blanco / Viciado, No fue a votar, o No precisa.

⁴ Según resultados oficiales de la ONPE la diferencia entre Ollanta Humala y Keiko Fujimori fue de 2.898%.

Cuadro 1. ¿Podría decirnos en qué momento decidió su voto?

	Frecuencia	Porcentaje válido
El mismo día de la votación	123	9.3
Durante la semana anterior a la elección	103	7.8
Dos semanas antes de la votación	90	6.8
Un mes antes de la elección	249	18.9
Después del resultado de primera vuelta / Al inicio de la Segunda vuelta	422	31.9
Otro (Especificar)	305	23.1
No sabe, no precisa	28	2.2
Total	1322	100.0

*Total de Entrevistas**1570*

Descifrando a los indecisos

Tomando como referencia a las personas que sólo manifestaron haber decidido su voto la última semana previa, encontramos que al final el 54.6% se animó por votar por Ollanta Humala y el 45.4% se animó a votar por Keiko Fujimori; es decir ha existido alrededor de un nueve por ciento de diferencia entre ambos candidatos.

¿Me podría indicar por cuál candidato presidencial votó Ud. en segunda vuelta?

	Frecuencia	Porcentaje
Keiko Fujimori - Fuerza 2011	103	45.4
Ollanta Humala - Gana Perú	124	54.6
Total	227	100.0

Así mismo, es interesante observar que las personas que se animaron a última hora, porqué candidato votaron en primera vuelta. Allí observamos que en primer lugar, en el caso de Keiko Fujimori un 30.4% se mantuvo en línea con el voto que realizó en primera vuelta, situación similar en el caso de Ollanta donde un 32% se animó por votar por el mismo candidato por el cual votó en primera vuelta; no obstante lo que resalta es que a nivel global los indecisos se animaron más por Keiko que por Ollanta (25.1% frente al 19.4%). En el caso de Keiko, el voto mayor de los indecisos vino de personas que en primera vuelta habían votado por Pedro Pablo Kuczynski. En el caso de Humala, se observa que los que votaron por Toledo en primera vuelta se inclinaron un poco más por darle su apoyo, pero lo que también se observa es que un grupo de personas que representa el 20.8% de votos que fueron dados a Humala provienen de personas que en primera vuelta habían votado por Keiko, a diferencia del caso contrario que las personas que votaron por Humala en primera vuelta solo representa el 3.9% en el caso de los votantes de Keiko.

Por tanto se podría decir, que las personas que se animaron a decidir su voto durante la última semana de elección cambiaron en mayor medida en el caso de los votantes de Keiko en relación a los votantes de Ollanta, donde se puede decir que Ollanta le resto votos a Keiko, en el caso de estos indecisos en segunda vuelta.

Y por cuál candidato presidencial votó usted en primera vuelta el 10 de abril? * ¿Me podría indicar por cuál candidato presidencial votó Ud. en segunda vuelta?

		¿Me podría indicar por cuál candidato presidencial votó Ud. en segunda vuelta?		Total
		Keiko Fujimori - Fuerza 2011	Ollanta Humala - Gana Perú	
Y por cuál candidato presidencial votó usted en primera vuelta el 10 de abril?	Luis Castañeda – Solidaridad Nacional	9.8%	8.0%	8.8%
	Keiko Fujimori – Fuerza 2011	30.4%	20.8%	25.1%
	Ollanta Humala Tasso – Gana Perú	3.9%	32.0%	19.4%
	Pedro Pablo Kuczynski – Alianza por el Gran Cambio	36.3%	12.0%	22.9%
	Alejandro Toledo – Perú Posible	13.7%	20.8%	17.6%
	Blanco o viciado	2.0%	4.0%	3.1%
	No fue a votar	2.9%	1.6%	2.2%
	No sabe, no precisa	1.0%	0.8%	0.9%
Total Entrevistas		103	124	227

Perfil del indeciso

Pero, ¿quiénes han sido estos indecisos?, para ello habría que tomar nota del perfil de éstos. Allí partimos que los indecisos, como ya se había indicado antes, se inclinaron más por la candidatura de Ollanta Humala que por la de Keiko Fujimori.

No se observa alguna inclinación por ser de un género determinado, ya que se observan similares porcentajes tanto en hombres y mujeres con relación al voto que ambos candidatos obtuvieron.

Según el Nivel Socioeconómico (NSE), se observa que los Indecisos que se inclinaron por Keiko pertenecen con mayor fuerza del NSE A/B, en cambio en el caso de Ollanta se muestran niveles similares en el NSE D/E y en el C; tal vez por ello su candidatura logró la diferencia en el tramo final. A nivel de grupos de edad, podemos observar que a medida que disminuye el grupo de edad, disminuye también el voto para Keiko, en cambio a medida que aumenta el grupo de edad aumenta el voto para Ollanta.

¿Me podría indicar por cuál candidato presidencial votó Ud. en segunda vuelta?									
	Total	Sexo del entrevistado		NIVEL SOCIOECONOMICO			GRUPO DE EDAD		
		Masculino	Femenino	A/B	C	D/E	18 a 29	30 a 44	45 a más
Keiko Fujimori - Fuerza 2011	45.4%	44.1%	46.3%	65.7%	43.8%	42.1%	52.5%	45.3%	36.2%
Ollanta Humala - Gana Perú	54.6%	55.9%	53.7%	34.3%	56.2%	57.9%	47.5%	54.7%	63.8%

A nivel del ámbito y dominio geográfico, los indecisos que se inclinaron por votar por Keiko se encuentran ubicados con mayor presencia en Lima – Callao, en el norte y en el Oriente, en cambio en Ollanta se observa mayor inclinación de las personas que pertenecen al Interior Rural, y al Centro y Sur. Cabe mencionar que a nivel general, los porcentajes obtenidos por Ollanta son más sólidos que los de Keiko.

¿Me podría indicar por cuál candidato presidencial votó Ud. en segunda vuelta?									
	Total	AMBITO URBANO RURAL			DOMINIO GEOGRÁFICO				
		Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Lima-Callao	Norte	Sur	Centro	Oriente
Keiko Fujimori - Fuerza 2011	45.4%	53.1%	43.1%	31.2%	53.1%	48.0%	31.5%	36.8%	48.8%
Ollanta Humala - Gana Perú	54.6%	46.9%	56.9%	68.8%	46.9%	52.0%	68.5%	63.2%	51.2%

A nivel del ámbito y dominio geográfico, los indecisos que se inclinaron por votar por Keiko se encuentran ubicados con mayor presencia en Lima – Callao, en el norte y en el Oriente, en cambio en Ollanta se observa mayor inclinación de las personas que pertenecen al Interior Rural, y al Centro y Sur. Cabe mencionar que a nivel general, los porcentajes obtenidos por Ollanta son más sólidos que los de Keiko.

Estadísticos de grupo

	¿Me podría indicar por cuál candidato presidencial votó Ud. en segunda vuelta?	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
¿Y ahora usando esta escala donde 0 (cero) significa IZQUIERDA y 10 significa DERECHA, donde se ubicaría a usted mismo?	Keiko Fujimori - Fuerza 2011	87	6.29	2.135	.228
	Ollanta Humala - Gana Perú	95	5.46	2.615	.269

Otro aspecto a evaluar frente a los indecisos, es observar qué tanto primaron algunos aspectos o temas vertidos durante la última semana previa a la elección.

Allí el primer momento es el debate suscitado entre los dos candidatos, si bien para las personas que al final se animaron por votar por Ollanta el debate influyó un poco más que en el caso de Keiko; no obstante no se puede afirmar que existe una asociación entre los indecisos sobre el debate y el voto hacia uno de los dos candidatos⁵. Por tanto, podemos mencionar que el debate y su desarrollo como tal, no ha influenciado en los votos de los indecisos.

Para decidir su voto ¿Cuánta importancia le dio usted a: El debate que sostuvieron Ollanta Humala y Keiko Fujimori

		MUCHA / ALGUNA	POCA / NINGUNA	Total
¿Me podría indicar por cuál candidato presidencial votó Ud. en segunda vuelta?	Keiko Fujimori - Fuerza 2011	44.7%	48.8%	46.4%
	Ollanta Humala - Gana Perú	55.3%	51.2%	53.6%

⁵ Se realizaron pruebas de asociación y la significancia de los coeficientes no fueron significativas.

Los días posteriores al debate se mencionó mucho el tema de las esterilizaciones forzadas ocurridas en el gobierno de Alberto Fujimori. Después de las elecciones y de observar el resultado se dijo mucho, también, que este tema había inclinado la balanza por uno de los candidatos. Al observar los datos de la importancia que, al final, le dieron las personas y su relación con el voto se observa que existe una asociación entre darle importancia al tema y votar por el candidato. Así tenemos que las personas que le dieron importancia al tema se animaron por votar por Ollanta, y situación inversa en el caso de Keiko. No obstante, esta asociación se puede catalogar como de muy baja⁶.

No obstante, al intentar segmentar esta importancia a nivel del género, NSE o ámbito geográfico no se observan diferencias significativas. Por tanto afirmar que este tema, fue más apreciado por las mujeres para animarse votar por Ollanta no es del todo cierto, ni pertenecer a un NSE ni ser del interior urbano o rural.

Para decidir su voto ¿Cuánta importancia le dio usted a: El debate que sostuvieron Ollanta Humala y Keiko Fujimori

		MUCHA / ALGUNA	POCA / NINGUNA	Total
¿Me podría indicar por cuál candidato presidencial votó Ud. en segunda vuelta?	Keiko Fujimori - Fuerza 2011	44.7%	48.8%	46.4%
	Ollanta Humala - Gana Perú	55.3%	51.2%	53.6%

Evaluando el apoyo de personalidades en la campaña, también se preguntó sobre la importancia que le había dado al momento de decidir su voto. Allí podemos constatar que efectivamente las personalidades como Mario Vargas Llosa y Alejandro Toledo si suscitaron una adhesión y animaron el voto de los indecisos hacia Ollanta Humala. Aquí puede observarse que la asociación es significativa aunque el coeficiente es bajo⁷. De igual manera, no se puede afirmar que la asociación se haya dado con más hincapié por género, NSE o algún ámbito geográfico.

Para decidir su voto ¿Cuánta importancia le dio usted a: El debate que sostuvieron Ollanta Humala y Keiko Fujimori

		MUCHA / ALGUNA	POCA / NINGUNA	Total
¿Me podría indicar por cuál candidato presidencial votó Ud. en segunda vuelta?	Keiko Fujimori - Fuerza 2011	44.7%	48.8%	46.4%
	Ollanta Humala - Gana Perú	55.3%	51.2%	53.6%

⁶ Al realizar las pruebas de asociación el coeficiente V de Cramer arrojó un valor de 0.138 con una significancia de 0.049.

⁷ El coeficiente de asociación, V de Cramer es de 0.216 y su Sig. 0.002.

De igual forma, las personalidades que manifestaron un apoyo abierto hacia la candidatura de Keiko Fujimori, si ayudó a reforzar el voto hacia ella; allí podemos observar que existe una asociación, aunque baja, entre el apoyo de estas personalidades y el voto hacia alguno de los candidatos; mientras más se considera este apoyo se inclinará el voto hacia Keiko, y cuando no se considere como relevante se inclinará más el voto hacia Ollanta⁸.

Para decidir su voto ¿Cuánta importancia le dio usted a: El debate que sostuvieron Ollanta Humala y Keiko Fujimori

		MUCHA / ALGUNA	POCA / NINGUNA	Total
¿Me podría indicar por cuál candidato presidencial votó Ud. en segunda vuelta?	Keiko Fujimori - Fuerza 2011	44.7%	48.8%	46.4%
	Ollanta Humala - Gana Perú	55.3%	51.2%	53.6%

A modo de conclusión

Los indecisos son un grupo de personas no muy compactas, es decir no se puede establecer un perfil de manera determinada, e indicar si se ubican o no, en Lima o en Interior del país, o pertenecen a un NSE de manera exclusiva. No obstante, se puede decir que en el caso de Keiko se ubican preferentemente en el NSE A/B y en el caso de Ollanta en el NSE D/E. Los indecisos que se animaron por votar por Keiko están mejor ubicados en Lima – Callao, en cambio en Ollanta se ubican más en el Sur y Centro del país.

Como se ha podido observar, el debate en sí, y aquí nos referimos al desempeño de los candidatos, no ha influenciado en los indecisos al momento de decidir su voto. No obstante, se observa que el tema de las esterilizaciones, si marcó cierta predisposición por inclinarse o no a votar por un candidato, como hemos visto la significancia existe aunque la asociación es muy baja. En lo que sí se observa una mayor asociación es en el caso del apoyo de personalidades, tanto para el caso de Ollanta Humala como de Keiko Fujimori. Estas relaciones que se han podido observar se dan de manera general, ya que al momento de segmentar este apoyo según factores como sexo, NSE o ámbito geográfico, no se observan diferencias significativas.

En el caso de los Indecisos, la premisa que queda es que, al final, la suma de factores si ayuda, ya que uno sólo no puede mostrarse como preponderante, sino más bien, y como se ha visto en la campaña electoral, todo ayuda; ya que el grupo de Indecisos no se muestra como un grupo que se pueda definir con características excluyentes.

⁸ El coeficiente V de Cramer mostró un 0.263 con un Sig 0.000



¿Qué fue lo último que pensaron los peruanos antes de dar el “salto al vacío”?

Jose Domingo Pimentel Cavalié

Político de la PUCP.

Los electores pueden votar por las propuestas de los candidatos, porque les caen bien como personas, porque les dan a cambio algún regalo, por una combinación de las anteriores, pero también pueden votar por lo que temen.

Desde un enfoque estructuralista, si se quiere más económico o sociológico, el voto por Ollanta Humala puede encontrar su explicación en factores macro: económicos, históricos o sociales. El voto estuvo determinado por la esperanza de un cambio hacia a un sistema más inclusivo y que redistribuya la bonanza económica, así como por las estrategias de los candidatos durante la campaña. Pero también hubo otras consideraciones poderosas a la hora de elegir, otras relacionadas a nuestras dudas y temores en torno a la estabilidad política.

En esta elección, los miedos y preocupaciones de los electores estuvieron asociados mayormente a la desconfianza que producían los vínculos de Ollanta Humala y Keiko Fujimori con gobiernos autoritarios.

Echemos una mirada a estas consideraciones que formaron parte del desenlace final, y vemos que fue lo último que pensaron los peruanos antes de dar su “salto al vacío”¹.

Las preferencias electorales se articulan en varios frentes. Podemos decir, en general, que hay votos personalistas (que se sustentan en las características personales y el carisma de los candidatos), votos programáticos (que apelan a la ideología, programas o planes de gobierno de los candidatos), votos clientelares (a cambio de bienes o favores que realizan los candidatos). Estas dimensiones no son exclusivas, varias de ellas confluyen simultáneamente en el electorado en general o incluso en un mismo elector. Asimismo, cada una de estas dimensiones puede ser es más, o menos, relevante en determinado momento de la campaña.

En el marco de estas dimensiones, los candidatos proponen ciertos issues a la agenda sobre los cuales pueda articularse la campaña, por supuesto, tratando de que sean a su favor o en contra del candidato que le disputa los votos.

¹ El candidato Alejandro Toledo, utilizó durante la primera vuelta la metáfora del salto al vacío, para referirse, a quien en ese entonces era su contendor, Ollanta Humala.

En otro orden, como es el caso de estas elecciones, la percepción de la situación actual o prospectiva –a futuro- de la economía y de la política son también muy importantes para decidir el voto, tanto si el individuo sitúa su perspectiva en su familia o como en su país en conjunto.

Como han sostenido los analistas, los candidatos que pasaron a la segunda vuelta expresan el rechazo al sistema económico y una gran desconfianza por la democracia. Ollanta Humala ganó porque se votó por un cambio a un sistema inclusivo, por desconfianza en un sistema ineficiente, que no les hace gozar del crecimiento ni les garantiza libertades. Fue el triunfo de un país postergado, de escisiones, entre el Perú que “avanza” y el Perú pobre y rural.

De otro lado, Keiko Fujimori tuvo un buen manejo de la comunicación y disciplina. Contó con un voto duro (alrededor de 20%) durante toda la campaña en primera vuelta, basada en la memoria de la gestión (clientelista) de su padre. Ahora sabemos que esto no alcanzaría para ganar en segunda vuelta, que justamente, lo que le hizo bien, también le haría mal.

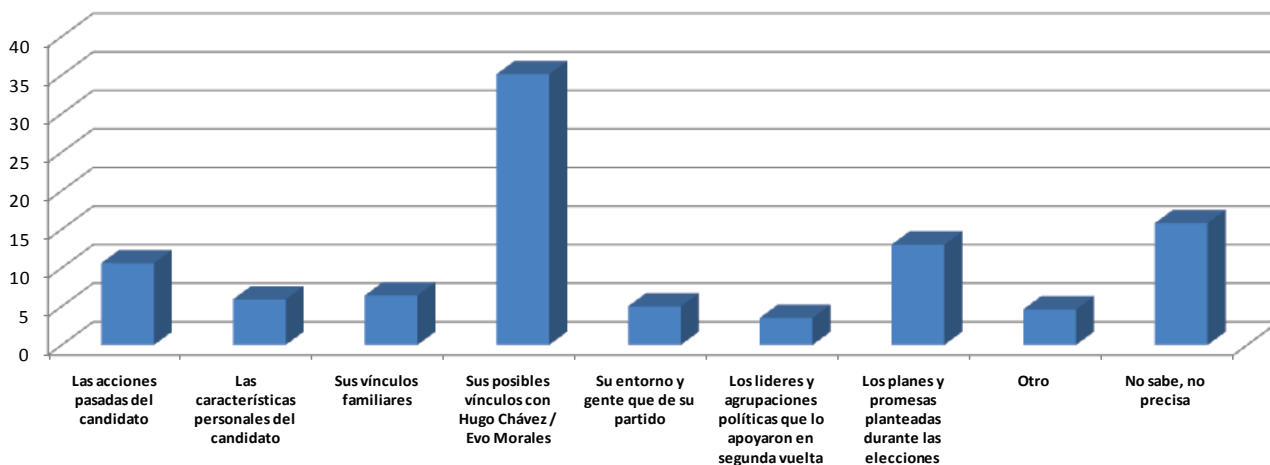
Por supuesto, los electores no son ni amnésicos ni irracionales, como dice Alberto Vergara. Los electores realizan sumas y restas maximizando sus intereses, evalúan amenazas y recompensas, necesidades, deseos, ideologías y miedos. No por ir a votar con una mano en el bolsillo, los electores se han olvidado de la estabilidad política o de la preocupación de que nuestros candidatos estén asociados a figuras autoritarias. Además del voto económico, hubo consideraciones políticas, de programa, un temor de que la amenaza autoritaria regresara (en el caso de Fujimori) o de que viniera importada de Venezuela (Humala).

El Instituto de Opinión Pública realizó un sondeo de opinión post electoral. Entre los varios e interesantes temas que se abordaron, llaman la atención las dudas o preocupaciones que tendrían los electores sobre ambos candidatos a la hora de elegirlos.

La pregunta que se les realizó a los encuestados fue “¿Cuáles de estos aspectos le generaron más dudas o preocupaciones con respecto a la candidatura de...?” Ollanta Humala y Keiko Fujimori.

GRÁFICO 1

Aspectos le generaron más dudas o preocupaciones con respecto a la candidatura de Ollanta Humala



Como vemos en el gráfico 1, los aspectos que más le preocupaban a los electores respecto de la candidatura de Ollanta Humala, fueron sus posibles vínculos con Hugo Chávez o Evo Morales (35.1%) y los planes de gobierno y promesas planteadas durante la campaña (13%).

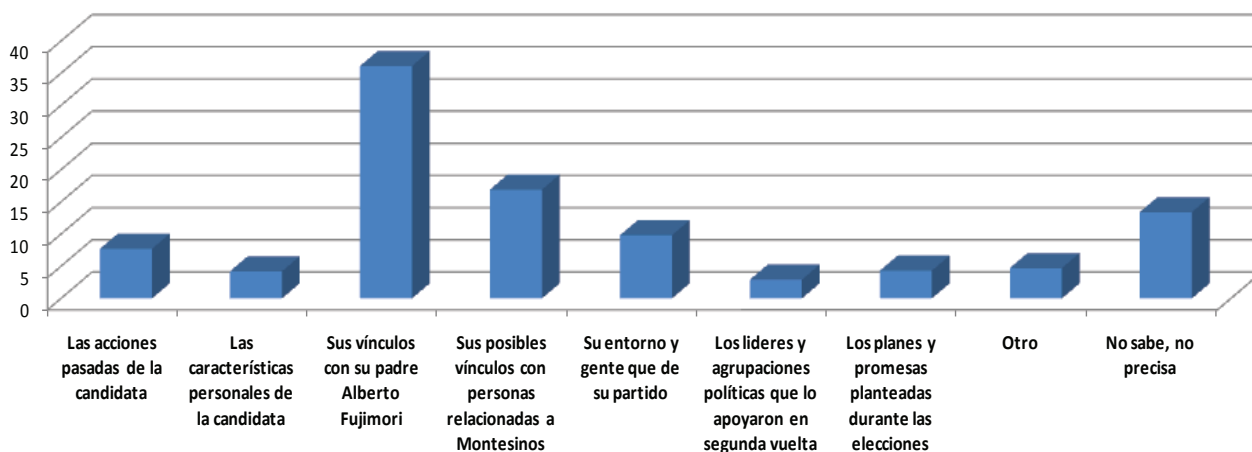
Amabas preocupaciones refieren a un voto programático, articulado a través del rechazo al autoritarismo y a una fuerte preocupación por la planificación de su gobierno.

Según los datos obtenidos, la preocupación por sus vínculos con Chávez y Morales, es más probable en las mujeres y en los jóvenes, en los niveles socioeconómicos más altos y en ámbitos urbanos del país.

De otro lado, la gran preocupación a la hora de votar por Keiko Fujimori fue también, la desconfianza que causaba su entorno, es decir, sus vínculos con su padre Alberto Fujimori (36.1%), sus posibles vínculos con personas relacionadas a Montesinos (16.9%) y su entorno y gente de su partido (9.8%). Estas opciones suman más del 60% de los entrevistados.

No vayamos a pensar que estos miedos sólo se experimentaron en espacios urbanos y más educados. Contrariamente a lo que se suele pensar, alrededor del 60% de los niveles socioeconómicos C y D, así como el 60% del sector rural del país manifestaban estas mismas preocupaciones. Este sector puede votar descontento, pero no es indolente ante el autoritarismo.

GRÁFICO 2
Aspectos le generaron más dudas o preocupaciones con respecto a la candidatura de Keiko Fujimori



En ambos casos, tanto en Fujimori como en Humala, el mayor temor de elegirles pasaba por la asociación que tienen con gobiernos autoritarios.

El miedo a que Ollanta Humala emule a Chávez no es nuevo, recordemos que sobre el triunfo el “cambio responsable” de García en las elecciones del 2006. Gana Perú, conscientes de la gravedad de la asociación entre Humala y Hugo Chávez, se disociaron y se fueron acercando, moderando el discurso de izquierda, a Lula. De mismo modo, Keiko Fujimori tuvo que distanciarse, primero a Montesinos de su padre, en primera vuelta para capitalizar la herencia y luego, tomar distancia de su propio padre en segunda vuelta.

Teniendo en cuenta todo esto, en la cima de la campaña electoral, a pesar de los miedos y las preocupaciones, la mayoría de peruanos, dio un paso al frente y escogió a Ollanta Humala.

Finalmente, si bien más del 50% del electorado puso a Humala y Fujimori en segunda vuelta, ambas candidaturas, fueron objeto de preocupaciones sobre sus vinculaciones a gobiernos autoritarios. Los electores hicieron un ejercicio de memoria y se pusieron en los zapatos de los vecinos de la región para elegir.

En esta ocasión, encontramos pues cierta evidencia de un voto más político, programático, que se sustenta en la amenaza del autoritarismo. De esta forma, aunque para entender las elecciones, sea relevante asumir el peso de la economía, también son relevantes los actores, sus estrategias de campaña, incidir (incluso alarmar) sobre las debilidades del oponente.

Este rechazo al autoritarismo fue más fuerte en Fujimori que en Humala. El 60% de consultados manifestó su preocupación por los vínculos que tenía Keiko Fujimori con su padre, Montesinos y las gente que la rodeaba. Aunque aún no se haya hecho una medición del cinismo político de los electores peruanos, la aversión hacia un gobierno corrupto y autoritario fue más poderosa que la identificación con gobierno económicamente eficiente y pacificador.

Ollanta Humala supo que debía cambiar para ganar, correrse hacia el centro y deslindarse del modelo y figura de Hugo Chávez y Evo Morales y para hacerlo tuvo que, inevitablemente, hacer ajustes a su discurso y a su plan de gobierno, hecho que también le fue criticado. Haciendo sumas y restas, valió la pena la estrategia, los votantes estaban más preocupados por que Humala se distinga de Chávez que por los cambios en su plan de gobierno.

Si bien en estas elecciones hubo un voto económico, en contra de la desigualdad, hubo también consideraciones para un voto político, programático, preocupado por la amenaza del autoritarismo.



Emociones postelectorales: ¿después de la tormenta siempre llega la calma?

Agustín Espinosa Pezzia

Licenciado en Psicología Social de la PUCP.
Profesor del Departamento de Psicología de la PUCP.

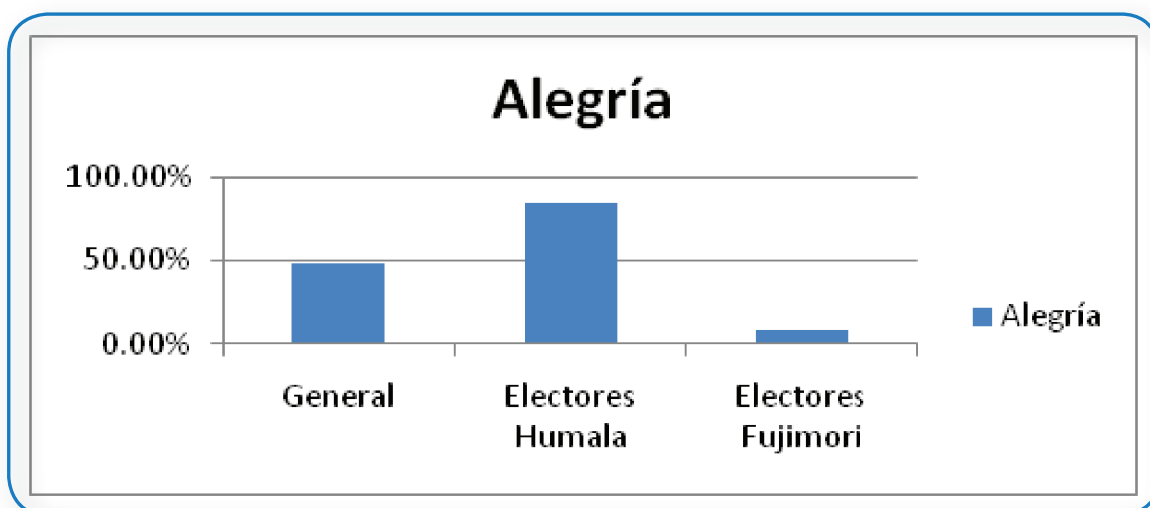
Los procesos electorales representan para las personas procesos de toma de decisiones políticas marcadamente influenciadas por sus emociones y afectos. En gran medida, las emociones en torno al proceso electoral están constituidas por la percepción que se tenga de los candidatos en la contienda.

Las últimas elecciones generales en el Perú no son una excepción a lo descrito previamente y más bien suponen un ejemplo extremo, y no necesariamente positivo, de lo que las emociones y afectos vinculados a las elecciones pueden producir en una sociedad. Sobre este punto, expresiones de intolerancia, racismo, sensación de incertidumbre generalizada y otros problemas fueron predominantes en el entorno después de la primera vuelta electoral.

Una vez concluidas la segunda vuelta electoral, resulta interesante analizar las respuestas emocionales que el triunfo de Humala ha producido en la sociedad peruana. Por tal motivo, a continuación haremos una breve descripción de algunas emociones básicas predominantes tras las elecciones generales.

Alegría: la celebración de los ganadores

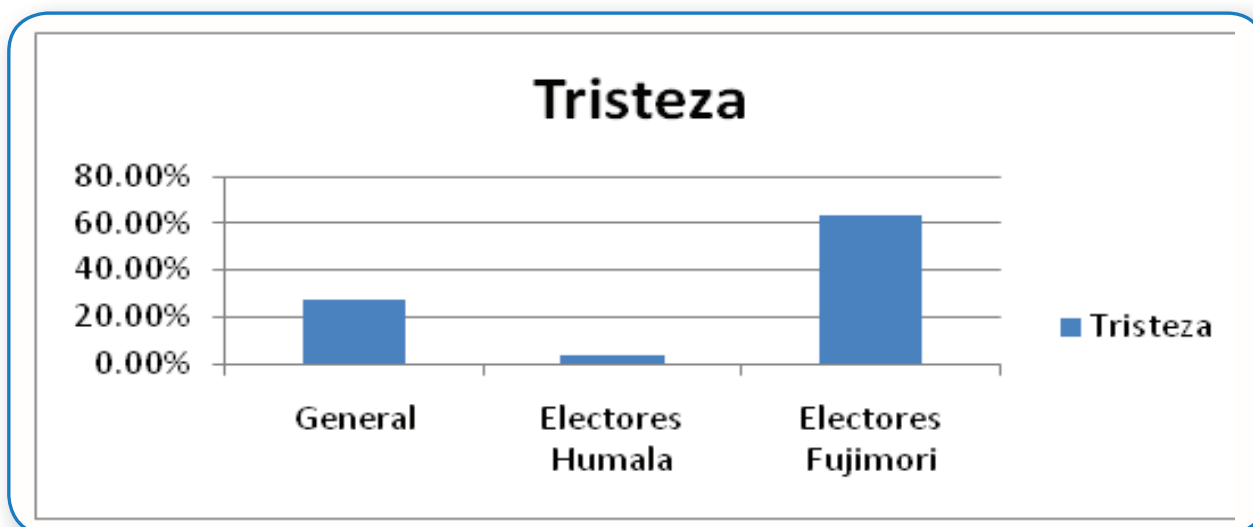
La alegría es una emoción positiva asociada a sentimientos de placer. Consistentemente con esta definición, los electores de Humala, eventuales “ganadores políticos” de la contienda electoral reportan en mayor medida que los electores de Keiko Fujimori la presencia de esta emoción.



No obstante el predominio de esta emoción en los electores de Humala, a nivel general, menos de un 50% del electorado reporta esta emoción. Es decir, el triunfo de Humala para parte importante de los habitantes de este país no constituye necesariamente una razón para estar felices.

Tristeza: la emoción de los derrotados

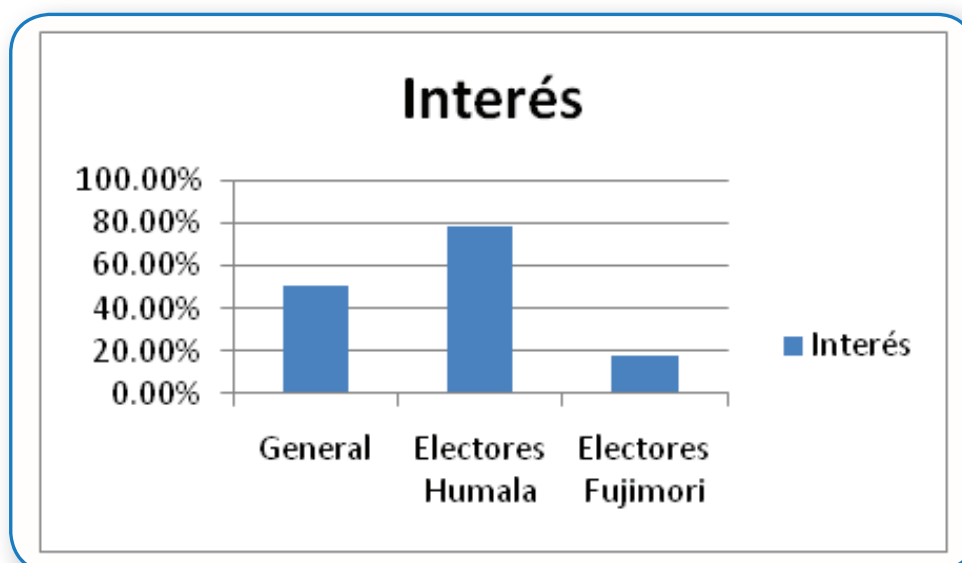
La tristeza es definida como una emoción negativa asociada a una situación de derrota. Al respecto, se observa que los electores de Keiko Fujimori reportan en mayor medida que los electores de Humala dicha emoción.



La mayor presencia de la emoción de tristeza en el electorado de Keiko Fujimori coincide con la experiencia situacional de derrota en las elecciones. Sin embargo, es importante resaltar que a nivel general la expresión de tristeza no alcanza ni al 25% del electorado. Lo que supone que si bien es cierto, a nivel general, las personas no están alegres con el triunfo de Humala, tampoco están necesariamente tristes con el mismo.

Interés: la expresión de las expectativas sobre el desempeño de Humala

El interés es una emoción positiva que predispone a las personas a la búsqueda de información y conocimiento. Consistentemente con la positividad de la emoción, son los electores de Humala quienes reportan mayores niveles de interés ante su triunfo, lo que se puede interpretar como la motivación por conocer el desempeño del eventual presidente –asociado esto a expectativas positivas sobre el mismo–.

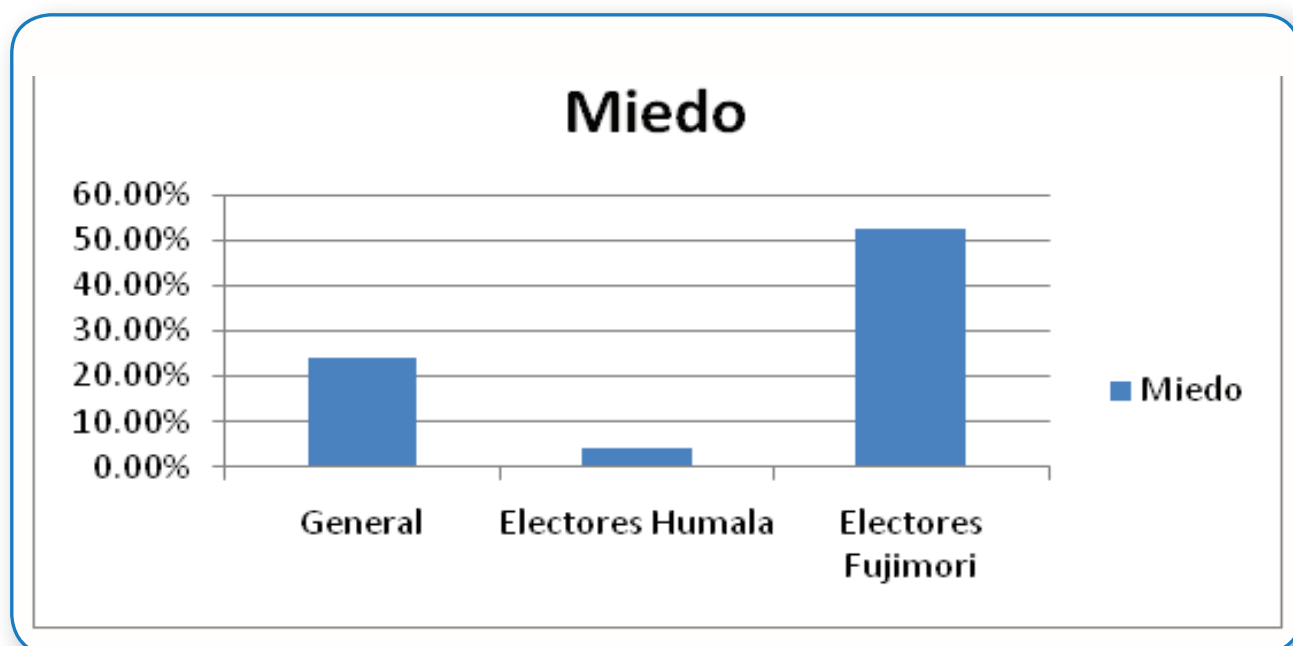


A nivel general, el electorado se encuentra dividido. Un 50% del mismo, reporta interés ante el eventual triunfo de Humala y esto puede ser el punto de partida para la construcción afectiva de la confianza hacia el nuevo presidente. Al respecto, es importante señalar que durante la segunda vuelta y luego de las elecciones Ollanta Humala ha dado señales de moderación que rompen con la imagen mediáticamente construida del hombre anti-sistema y esto parece haber revertido las expectativas negativas hacia él, al menos en cerca de la mitad del electorado.

Miedo: La emoción mediáticamente construida

El miedo es una emoción negativa, que se asocia a la percepción de una amenaza real o simbólica en el entorno. Tratándose de una de las emociones más primitivas en la especie humana, su capacidad de predicción del comportamiento es muy alta. Esta emoción, en la medida en que supone una respuesta a la amenaza, está estrechamente relacionada con el autoritarismo. En el contexto electoral peruano, ha sido la emoción más mediáticamente explotada contra la candidatura de Humala. Sin embargo, su presencia en el entorno parece haberse atenuado una vez conocidos los resultados finales de los comicios.

Sobre el particular, está claro que los electores de Humala reportaron menos esta emoción que los electores de Keiko Fujimori. A nivel general, sólo cerca de un 20% del electorado siente miedo ante el triunfo de Humala, lo que sugiere que la campaña mediática en estos términos no ha dado, a largo plazo, los resultados políticos esperados para quienes la azuzaron.



No obstante lo anterior, el miedo a Humala es importante (sobre un 50%) en el electorado de Keiko Fujimori. Parte importante de este miedo parece estar asociado a las propuestas que en materia económica se han hecho para el país. Lo que abre el debate sobre un voto moral versus un voto económico.

Conclusión general

A nivel general se observa un país "afectivamente dividido", esto claro está es consistente con el rol de "vencedores" o "derrotados" que algunos pueden sentir después de las elecciones. No obstante lo anterior, la expresión de emociones negativas sobre el triunfo de Humala, parece haberse atenuado en la población general, ya sea como una forma de adaptación afectiva al nuevo contexto político o ya sea porque los medios han asumido un manejo informativo más responsable y menos orientado a la generación de temor y conflictos sociales. En todo caso, el cómo discurren las expresiones emocionales ante el próximo gobierno de Humala dependerán en gran medida de su desempeño presidencial y de cómo los medios informen sobre el mismo.

Elecciones presidenciales segunda
vuelta: un análisis del voto peruano

ANEXOS

Opinión
& Análisis

¿Me podría indicar por cuál candidato presidencial votó Ud. en segunda vuelta?

RESPUESTAS	Total %	SEXO		GRUPO DE EDAD			NIVEL SOCIOECONOMICO		
		Femenino	Masculino	18 a 29	30 a 44	45 a más	A/B	C	D/E
Ollanta Humala Gana Perú	50.4	46	55	48	52	51	35	48	54
Keiko Fujimori Fuerza 2011	33.9	39	28	36	33	32	48	36	30
Blanco/Viciado	10.1	10	11	10	10	10	13	12	8
No fue a votar	4.6	4	5	5	3	5	4	3	6
No sabe / No responde	1.1	2	1	1	1	2	0	1	1
Total %	100.0	100	100	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	1570	791	779	535	513	522	169	484	917

¿Me podría indicar por cuál candidato presidencial votó Ud. en segunda vuelta?

RESPUESTAS	Total %	AMBITO URBANO RURAL			DOMINIO GEOGRÁFICO				
		Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Lima-Callao	Norte	Sur	Centro	Oriente
Ollanta Humala Gana Perú	50.4	40	54	61	40	48	67	62	47
Keiko Fujimori Fuerza 2011	33.9	44	28	27	44	33	19	24	40
Blanco/Viciado	10.1	10	13	5	10	12	10	7	8
No fue a votar	4.6	4	5	4	4	5	4	5	4
No sabe / No responde	1.1	1	1	2	1	1	1	1	1
Total %	100.0	100	100	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	1570	561	702	307	561	435	329	134	110

¿Podría decirnos en qué momento decidió su voto?

RESPUESTAS	Total %	SEXO		GRUPO DE EDAD			NIVEL SOCIOECONOMICO		
		Femenino	Masculino	18 a 29	30 a 44	45 a más	A/B	C	D/E
Después del resultado de primera vuelta / Al inicio de la Segunda vuelta	31.9	32	32	33	30	33	45	28	31
Un mes antes de la elección	18.9	19	19	18	21	17	11	21	19
El mismo día de la votación	9.3	10	8	10	10	8	9	11	9
Durante la semana anterior a la elección (después del debate)	7.8	9	6	10	7	7	10	8	7
Dos semanas antes de la votación	6.8	6	7	9	6	5	9	8	6
Otro	23.1	22	24	19	24	27	17	22	25
No sabe, no precisa	2.2	1	3	2	2	3	1	2	3
Total %	100.0	100	100	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	1322	672	650	447	440	435	141	405	777

¿Podría decirnos en qué momento decidió su voto?

RESPUESTAS	Total %	AMBITO URBANO RURAL			DOMINIO GEOGRÁFICO				
		Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Lima-Callao	Norte	Sur	Centro	Oriente
Después del resultado de primera vuelta / Al inicio de la Segunda vuelta	31.9	37	29	30	37	31	25	27	38
Un mes antes de la elección	18.9	16	20	21	16	26	21	15	6
El mismo día de la votación	9.3	11	9	7	11	9	9	9	6
Durante la semana anterior a la elección (después del debate)	7.8	8	9	5	8	5	10	6	11
Dos semanas antes de la votación	6.8	6	9	4	6	9	6	3	10
Otro	23.1	21	23	27	21	17	27	38	27
No sabe, no precisa	2.2	1	1	6	1	3	3	3	2
Total %	100.0	100	100	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	1322	474	575	273	474	352	284	116	96

Para decidir su voto ¿Cuánta importancia le dio usted a:

RESPUESTAS	Mucha / Alguna	Poca / Ninguna	No precisa	Total %
El debate que sostuvieron Ollanta Humala y Keiko Fujimori	53.7%	35.4%	10.9%	100%
La denuncia de las esterilizaciones forzadas a mujeres pobres	45.2%	45.2%	9.6%	100%
La denuncia de que Alberto Fujimori usó la DIROES como centro de campaña electoral	40.5%	48.1%	11.4%	100%
Las denuncias de violación de derechos humanos hechas por Ollanta Humala	39.3%	48.6%	12.1%	100%
El apoyo de personalidades como PPK, Mercedes Araoz, Luis Castañeda a favor de Keiko Fujimori	37.5%	51.2%	11.3%	100%
El apoyo de personalidades como Mario Vargas Llosa, Alejandro Toledo a favor de Ollanta Humala	32.7%	54.6%	12.7%	100%
El financiamiento venezolano de la campaña de Ollanta Humala	32.6%	56.3%	11.1%	100%

¿Y cómo cree que estará la situación económica del Perú dentro de 12 meses? ¿diría que...?

RESPUESTAS	Total %	AMBITO URBANO RURAL			DOMINIO GEOGRÁFICO				
		Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Lima-Callao	Norte	Sur	Centro	Oriente
Mejorará mucho / Mejorará algo	49.3	46	51	50	46	51	53	51	42
Permanecerá igual	23.7	21	25	27	21	28	25	22	21
Empeorará algo / Empeorará mucho	8.1	6	10	7	6	10	7	8	14
No precisa	19.0	27	14	17	27	11	15	19	23
Total %	100.0	100	100	100	100	100	100	100	100
Base de entrevistas ponderada	1570	561	702	307	561	435	329	134	110

¿Cree usted que nuestra sociedad debe mejorarse (1) a través de cambios radicales, (2) paulatinamente a través de reformas, o (3) deben evitarse los cambios para preservar la estabilidad?

RESPUESTAS	Total %	SEXO		GRUPO DE EDAD			NIVEL SOCIOECONOMICO		
		Femenino	Masculino	18 a 29	30 a 44	45 a más	A/B	C	D/E
Paulatinamente a traves de reformas	58.7	58.3	59.0	59.5	58.3	58.1	72.1	66.6	52.0
A traves de cambios radicales	22.0	21.0	22.9	21.2	23.9	20.8	13.9	19.0	25.0
Deben evitarse los cambios para preservar la estabilidad	12.3	12.6	12.0	11.4	13.5	12.1	9.3	11.8	13.1
No precisa	7.1	8.1	6.0	7.8	4.3	9.0	4.7	2.6	9.9
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Base de entrevistas ponderada	1570	791	779	535	513	522	169	484	917

¿Cree usted que nuestra sociedad debe mejorarse (1) a través de cambios radicales, (2) paulatinamente a través de reformas, o (3) deben evitarse los cambios para preservar la estabilidad?

RESPUESTAS	Total %	AMBITO URBANO RURAL			DOMINIO GEOGRÁFICO				
		Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Lima-Callao	Norte	Sur	Centro	Oriente
Paulatinamente a traves de reformas	58.7	66.5	55.5	51.5	66.5	53.6	59.7	49.1	47.1
A traves de cambios radicales	22.0	20.7	22.8	22.3	20.7	22.0	20.4	27.5	26.2
Deben evitarse los cambios para preservar la estabilidad	12.3	10.2	14.7	10.8	10.2	14.2	10.4	16.0	16.5
No precisa	7.1	2.5	7.1	15.4	2.5	10.2	9.5	7.4	10.2
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Base de entrevistas ponderada	1570	561	702	307	561	435	329	134	110

¿Por cuál candidato presidencial votó usted en primera vuelta el 10 de abril?

RESPUESTAS	Total %	SEXO		GRUPO DE EDAD			NIVEL SOCIOECONOMICO		
		Femenino	Masculino	18 a 29	30 a 44	45 a más	A/B	C	D/E
Ollanta Humala Tasso – Gana Perú	32.9	27.2	38.7	27.7	35.5	35.7	17.4	25.7	39.6
Keiko Fujimori – Fuerza 2011	22.1	27.7	16.5	19.0	22.6	24.9	12.2	21.0	24.5
Pedro Pablo Kuczynski – Alianza por el Gran Cambio	18.3	17.4	19.2	25.9	16.4	12.4	44.3	25.3	9.8
Alejandro Toledo – Perú Posible	10.8	11.2	10.4	10.5	10.8	11.1	11.0	12.8	9.7
Luis Castañeda – Solidaridad Nacional	7.6	8.0	7.2	8.1	9.1	5.6	8.2	8.0	7.3
No fue a votar	3.4	2.8	3.9	4.6	2.4	3.1	3.0	3.7	3.2
Blanco o viciado	2.9	3.3	2.4	2.5	2.5	3.6	2.8	2.5	3.1
No sabe, no precisa	2.0	2.2	1.8	1.7	.8	3.6	1.2	1.0	2.7
Otro	.1	.1	.0	.0	.0	.2	.0	.0	.1
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Base de entrevistas ponderada	1570	791	779	535	513	522	169	484	917

¿Por cuál candidato presidencial votó usted en primera vuelta el 10 de abril?

RESPUESTAS	Total %	AMBITO URBANO RURAL			DOMINIO GEOGRÁFICO				
		Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Lima-Callao	Norte	Sur	Centro	Oriente
Ollanta Humala Tasso – Gana Perú	32.9	21.9	35.8	46.4	21.9	29.7	50.2	51.1	27.7
Keiko Fujimori – Fuerza 2011	22.1	23.8	20.5	22.9	23.8	24.0	15.3	22.2	26.5
Pedro Pablo Kuczynski – Alianza por el Gran Cambio	18.3	27.1	16.2	6.9	27.1	14.2	13.6	10.1	13.1
Alejandro Toledo – Perú Posible	10.8	11.6	11.3	8.1	11.6	11.6	8.5	6.2	16.1
Luis Castañeda – Solidaridad Nacional	7.6	8.4	7.9	5.4	8.4	10.4	4.4	3.7	6.8
No fue a votar	3.4	3.3	3.5	3.3	3.3	4.7	1.7	3.8	2.9
Blanco o viciado	2.9	2.7	3.4	2.0	2.7	2.7	3.7	3.0	1.8
No sabe, no precisa	2.0	1.3	1.3	5.0	1.3	2.7	2.2	.0	5.2
Otro	.1	.0	.1	.0	.0	.0	.3	.0	.0
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Base de entrevistas ponderada	1570	561	702	307	561	435	329	134	110

Entre las siguientes dos emociones o situaciones: Alegría o Tristeza, qué le genera el hecho que Ollanta Humala sea el próximo presidente del Perú?

RESPUESTAS	Total %	AMBITO URBANO RURAL			DOMINIO GEOGRÁFICO				
		Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Lima-Callao	Norte	Sur	Centro	Oriente
Alegría	48.6	36.9	51.9	62.6	36.9	51.3	61.4	59.4	46.5
Tristeza	27.3	33.7	24.7	21.6	33.7	28.0	16.5	21.5	31.6
No precisa	24.1	29.4	23.4	15.8	29.4	20.7	22.1	19.0	22.0
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Base de entrevistas ponderada	1570	561	702	307	561	435	329	134	110

Entre las siguientes dos emociones o situaciones: Interés o Desilusión, qué le genera el hecho que Ollanta Humala sea el próximo presidente del Perú?

RESPUESTAS	Total %	AMBITO URBANO RURAL			DOMINIO GEOGRÁFICO				
		Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Lima-Callao	Norte	Sur	Centro	Oriente
Interés	50.8	42.3	53.7	59.4	42.3	56.7	54.8	59.4	47.5
Desilusión	29.7	38.0	25.8	23.4	38.0	27.7	20.1	21.2	34.5
No precisa	19.5	19.7	20.5	17.2	19.7	15.6	25.1	19.4	18.0
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Base de entrevistas ponderada	1570	561	702	307	561	435	329	134	110

Entre las siguientes dos emociones o situaciones: Miedo o Esperanza, qué le genera el hecho que Ollanta Humala sea el próximo presidente del Perú?

RESPUESTAS	Total %	AMBITO URBANO RURAL			DOMINIO GEOGRÁFICO				
		Lima-Callao	Interior Urbano	Interior Rural	Lima-Callao	Norte	Sur	Centro	Oriente
Esperanza	59.8	60.1	57.3	64.7	60.1	58.1	63.9	61.5	50.0
Miedo	23.9	28.5	22.4	19.0	28.5	21.9	19.1	16.9	31.4
No precisa	16.3	11.4	20.2	16.3	11.4	19.9	17.0	21.5	18.6
Total %	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Base de entrevistas ponderada	1570	561	702	307	561	435	329	134	110



CIFRAS CONFIABLES

SEGUNDA VUELTA

CANDIDATOS	IOP Total % (2 de junio)	ONPE al 100% (5 de junio)
Ollanta Humala Gana Perú	51.8	51.4
Keiko Fujimori Fuerza 2011	48.2	48.6
Total	100.0	100.0

Base de entrevistas ponderada: 1633

PRIMERA VUELTA

CANDIDATOS	IOP Total % (7 y 8 de abril)	ONPE al 100% (10 de abril)
Ollanta Humala Gana Perú	30.4	31.7
Keiko Fujimori Fuerza 2011	23.3	23.6
Pedro Pablo Kuczynski Alianza por el Gran Cambio	17.4	18.5
Alejandro Toledo Perú Posible	16.1	15.6
Luis Castañeda Solidaridad Nacional	11.5	9.8
Otros	1.2	0.7
Total	100.0	100.0

Base de entrevistas ponderada: 1700

Simulación nacional urbana/rural con cédula, recogida de manera secreta para primera y segunda vuelta

Durante la primera vuelta electoral, el IOP presentó cifras muy cercanas al resultado oficial de la ONPE, dos días antes de las elecciones del 5 de abril. En esta segunda vuelta, volvemos a entregar cifras muy similares a las que se vienen dando oficialmente, en base a una encuesta que también realizó pocos días antes del día de la elección. Así, el Instituto de Opinión Pública demuestra que su trabajo, en la búsqueda de entregar elementos importantes para el debate público, es serio, responsable, confiable y certero.

Opinión & Análisis

- Título del estudio: Encuesta de opinión a nivel nacional (urbana / rural) junio 2011
- Objetivos del Estudio: Opiniones y percepciones acerca del proceso de elecciones presidenciales (segunda vuelta) a nivel nacional.
- Encuestadora: Pontificia Universidad Católica del Perú
- N° de registro: 0108-REE/JNE
- Universo o población objetivo: Hombres y mujeres de 18 años o más, habitantes de 19 regiones del país (ver detalle de provincias y distritos en lista adjunta).
- Tamaño de la muestra: 1570 personas entrevistadas.
- Error y nivel de confianza estimados: $\pm 2,47\%$ con un nivel de confianza del 95%, asumiendo 50%-50% de heterogeneidad, bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple.
- Cobertura: 139 distritos en 36 provincias pertenecientes a 19 regiones del país.
- Nivel de representatividad: Las provincias donde se realizaron las entrevistas concentran aproximadamente el 67% de la población nacional de 18 o más años en el Perú.
- Procedimiento de muestreo: Se realizó una muestra probabilística polietápica de conglomerados, estratificada según región y ámbito rural y urbano. En cada estrato se seleccionó una muestra simple al azar de manzanas por computadora, posteriormente se realizó una muestra sistemática de viviendas en cada manzana seleccionada y se aplicaron cuotas de sexo y edad para la selección de personas al interior de las viviendas. En zonas urbanas, en una primera etapa se realizó una selección por computadora de manzanas; en la segunda etapa se realizó una selección de viviendas mediante muestreo sistemático. En zonas rurales se realizó una selección aleatoria de centros poblados con menos de 200 viviendas, ubicados a proximidad de carreteras en un radio no mayor a un día de distancia (ida y vuelta) de las ciudades principales o capitales de las provincias seleccionadas. Posteriormente en cada centro poblado escogido se realizó una selección de viviendas mediante el método de rutas aleatorias. Dentro de Lima se estratificó la muestra de acuerdo con grandes zonas de la ciudad (Lima norte, Lima este, Lima sur, Lima centro, Lima oeste-suroeste).
- Marco muestral y fuentes secundarias: En el caso de las zonas urbanas del país, la selección de manzanas se realizó utilizando como marco muestral la cartografía digital del INEI del 2007. En el caso de las zonas rurales se usó la cartografía de centros poblados del INEI 2007.

Etapas de muestreo:

Etapa	Ámbito	Unidades	Procedimientos														
Primera	Lima-Callao	Manzanas	<p>Se seleccionan por computadora las manzanas que han sido codificadas por el INEI en la cartografía digital 2007 de Lima y Callao. De antemano se determinó la distribución de manzanas a seleccionar por estratos zonales de Lima: Lima antigua, Lima sur, Lima norte, Lima este, Lima moderna.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Estratos zonales</th> <th>Distritos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lima Antigua</td> <td>Lima, Breña, La Victoria, Rímac, San Luis</td> </tr> <tr> <td>Lima Moderna</td> <td>Barranco, Jesús María, La Molina, Lince, Magdalena del Mar, Pueblo Libre, Miraflores, San Borja, San Isidro, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo</td> </tr> <tr> <td>Lima Norte</td> <td>Santa Rosa, Ancón, Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres</td> </tr> <tr> <td>Lima Este</td> <td>Cieneguilla, Ate, Chaclacayo, El Agustino, Lurigancho, San Juan de Lurigancho, Santa Anita</td> </tr> <tr> <td>Lima Sur</td> <td>Chorrillos, San Juan de Miraflores, Villa El Salvador, Villa María del Triunfo</td> </tr> <tr> <td>Callao</td> <td>Callao, Bellavista, Carmen de la Legua, La Perla, La Punta, Ventanilla</td> </tr> </tbody> </table> <p>En cada manzana o unidad de muestreo primaria seleccionada se aplicarían 8 encuestas.</p>	Estratos zonales	Distritos	Lima Antigua	Lima, Breña, La Victoria, Rímac, San Luis	Lima Moderna	Barranco, Jesús María, La Molina, Lince, Magdalena del Mar, Pueblo Libre, Miraflores, San Borja, San Isidro, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo	Lima Norte	Santa Rosa, Ancón, Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres	Lima Este	Cieneguilla, Ate, Chaclacayo, El Agustino, Lurigancho, San Juan de Lurigancho, Santa Anita	Lima Sur	Chorrillos, San Juan de Miraflores, Villa El Salvador, Villa María del Triunfo	Callao	Callao, Bellavista, Carmen de la Legua, La Perla, La Punta, Ventanilla
	Estratos zonales	Distritos															
	Lima Antigua	Lima, Breña, La Victoria, Rímac, San Luis															
Lima Moderna	Barranco, Jesús María, La Molina, Lince, Magdalena del Mar, Pueblo Libre, Miraflores, San Borja, San Isidro, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo																
Lima Norte	Santa Rosa, Ancón, Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres																
Lima Este	Cieneguilla, Ate, Chaclacayo, El Agustino, Lurigancho, San Juan de Lurigancho, Santa Anita																
Lima Sur	Chorrillos, San Juan de Miraflores, Villa El Salvador, Villa María del Triunfo																
Callao	Callao, Bellavista, Carmen de la Legua, La Perla, La Punta, Ventanilla																
Urbano	Manzanas	<p>Se seleccionan por computadora las manzanas codificadas por el INEI en la cartografía digital 2007 del casco urbano correspondiente a las 19 regiones y 32 provincias donde se realizó el estudio.</p> <p>En cada manzana o unidad de muestreo primaria seleccionada se aplicarían 5 encuestas.</p>															
Rural	CCPP	<p>Se preseleccionaron los CCPP de un marco muestral conformado por centros poblados con menos de 200 viviendas, definidos como rurales, y del tipo "anexo" o "caserío", ubicados a proximidad de carreteras en un radio no mayor a un día de distancia (ida y vuelta) de las ciudades principales o capitales de las provincias donde se realizó el estudio. La relación de centros poblados rurales se obtuvo de la cartografía del INEI 2002.</p> <p>En cada CCPP o unidad de muestreo primaria seleccionada al azar se aplicaron 5 encuestas.</p>															
Segunda	Lima-Callao	Viviendas	<p>Salto sistemático con inicio aleatorio. El recorrido de la manzana se realizó en el sentido de las agujas del reloj. En caso de rechazo, viviendas desocupadas, miembros del hogar ausentes, u otros impedimentos para realizar la encuesta, la vivienda seleccionada se reemplazó por la siguiente, hasta lograr una encuesta efectiva. Luego se continuó con el salto sistemático para seleccionar la siguiente vivienda.</p> <p>Si el encuestado no completó el número de encuestas asignado a la unidad de muestreo primaria, se continuó con la manzana contigua, en la calle paralela a la manzana de inicio.</p>														
	Interior urbano	Viviendas	<p>Salto sistemático con inicio aleatorio. El recorrido de la manzana se realizó en el sentido de las agujas del reloj. En caso de rechazo, viviendas desocupadas, miembros del hogar ausentes, u otros impedimentos para realizar la encuesta, la vivienda seleccionada se reemplazó por la siguiente, hasta lograr una encuesta efectiva. Luego se continuó con el salto sistemático para seleccionar la siguiente vivienda.</p> <p>Si el encuestado no completó el número de encuestas asignado a la unidad de muestreo primaria, se continuó con la manzana contigua, en la calle paralela a la manzana de inicio.</p>														
	Rural	Viviendas	<p>Mediante el método de rutas aleatorias.</p> <p>El recorrido se realizará siguiendo un croquis del CCPP que previamente debe dibujarse, en dicho croquis se señalarán viviendas, locales y lugares de referencia. En caso de rechazo, viviendas desocupadas, miembros del hogar ausentes, u otros impedimentos para realizar la encuesta, la vivienda seleccionada se reemplazó por la siguiente, y así sucesivamente hasta completar la cantidad planificada de encuestas, según las cuotas de sexo y edad predeterminadas. En caso de no completarse la cuota se continuó con el anexo o caserío más cercano.</p>														
Tercera	Lima-Callao	Personas	<p>Por cuotas de sexo y edad, a través de una tabla de asignación adecuada a cada estrato zonal: Lima antigua, Lima sur, Lima norte, Lima este, Lima moderna y Callao.</p>														
	Interior urbano	Personas	<p>Por cuotas de sexo y edad asignadas aleatoriamente por computadora a cada unidad de muestreo primaria</p>														
	Rural	Personas	<p>Por cuotas de sexo y edad asignadas aleatoriamente por computadora a cada unidad de muestreo primaria.</p>														

- Procedimiento de selección del entrevistado: Tanto en zonas urbanas como en zonas rurales, la selección del entrevistado se realizó mediante el método de cuotas por sexo y edad, determinadas por la distribución demográfica de la población.
- Ponderación de la muestra: Los resultados han sido ponderados en función del peso poblacional de cada departamento y zona urbano/rural según los resultados del Censo 2007, proporcionados por el INEI. En el caso de Lima Metropolitana – Callao, la ponderación además incorpora el peso de cada zona de la ciudad.
- Tasa de respuesta: 45.5% en general, en Lima y Callao 37.3%, en el interior urbano 49% y en el interior rural 63.5%.
- Técnica de recolección de datos: Mediante entrevistas directas en las viviendas seleccionadas.
- Supervisión de campo: Se supervisó el 30% de las entrevistas realizadas.
- Fechas de aplicación: Entre el 25 y el 30 de junio del 2011.
- Financiamiento: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Página web: <http://www.pucp.edu.pe/iop>
- Email: iop@pucp.edu.pe
- Detalle de los distritos donde se realizaron las entrevistas: Ver lista adjunta

DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO
ANCASH	HUARAZ	HUARAZ
ANCASH	HUARAZ	INDEPENDENCIA
ANCASH	CARHUAZ	SAN MIGUEL DE ACO
ANCASH	CARHUAZ	TINCO
ANCASH	SANTA	CHIMBOTE
ANCASH	SANTA	COISHCO
ANCASH	SANTA	NUEVO CHIMBOTE
AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
AREQUIPA	AREQUIPA	ALTO SELVA ALEGRE
AREQUIPA	AREQUIPA	CAYMA
AREQUIPA	AREQUIPA	CERRO COLORADO
AREQUIPA	AREQUIPA	CHARACATO
AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER
AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES
AREQUIPA	AREQUIPA	PAUCARPATA
AREQUIPA	AREQUIPA	SABANDIA
AREQUIPA	AREQUIPA	SOCABAYA
AREQUIPA	AREQUIPA	TIABAYA
AREQUIPA	AREQUIPA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO
AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO
AYACUCHO	HUAMANGA	CARMEN ALTO
AYACUCHO	HUAMANGA	JESUS NAZARENO
AYACUCHO	HUANTA	HUANTA
CAJAMARCA	CAJAMARCA	CAJAMARCA
CAJAMARCA	CAJAMARCA	JESUS
CAJAMARCA	CAJAMARCA	LLACANORA
CAJAMARCA	CAJAMARCA	LOS BAÑOS DEL INCA
PROV. CONSTITUCIONAL DEL CALLAO	CALLAO	CALLAO
PROV. CONSTITUCIONAL DEL CALLAO	CALLAO	BELLAVISTA
PROV. CONSTITUCIONAL DEL CALLAO	CALLAO	LA PERLA
PROV. CONSTITUCIONAL DEL CALLAO	CALLAO	VENTANILLA
CUSCO	CUSCO	CUSCO
CUSCO	CUSCO	SAN JERONIMO
CUSCO	CUSCO	SAN SEBASTIAN
CUSCO	CUSCO	SANTIAGO
CUSCO	CUSCO	WANCHAQ
CUSCO	ANTA	ANTA
CUSCO	CALCA	SAN SALVADOR
CUSCO	PAUCARTAMBO	CAICAY
HUANCAVELICA	HUANCAVELICA	HUANCAVELICA
HUANCAVELICA	HUANCAVELICA	ASCENSION
HUANCAVELICA	TAYACAJA	ACOSTAMBO
HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO
HUANUCO	HUANUCO	AMARILIS
HUANUCO	HUANUCO	CHINCHAO
HUANUCO	HUANUCO	SAN FRANCISCO DE CAYRAN
ICA	ICA	ICA
ICA	ICA	LA TINGUIÑA

DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO
ICA	ICA	PARCONA
ICA	ICA	SUBTANJALLA
JUNÍN	HUANCAYO	HUANCAYO
JUNÍN	HUANCAYO	CHILCA
JUNÍN	HUANCAYO	EL TAMBO
JUNÍN	HUANCAYO	PILCOMAYO
JUNÍN	HUANCAYO	SAN JERONIMO DE TUNAN
JUNÍN	JAUJA	YAUYOS
JUNÍN	CHUPACA	AHUAC
LA LIBERTAD	TRUJILLO	TRUJILLO
LA LIBERTAD	TRUJILLO	EL PORVENIR
LA LIBERTAD	TRUJILLO	FLORENCIA DE MORA
LA LIBERTAD	TRUJILLO	HUANCHACO
LA LIBERTAD	TRUJILLO	LA ESPERANZA
LA LIBERTAD	TRUJILLO	LAREDO
LA LIBERTAD	TRUJILLO	VICTOR LARCO HERRERA
LA LIBERTAD	OTUZCO	OTUZCO
LA LIBERTAD	OTUZCO	AGALLPAMPA
LAMBAYEQUE	CHICLAYO	CHICLAYO
LAMBAYEQUE	CHICLAYO	JOSE LEONARDO ORTIZ
LAMBAYEQUE	CHICLAYO	LA VICTORIA
LAMBAYEQUE	CHICLAYO	MONSEFU
LAMBAYEQUE	CHICLAYO	PIMENTEL
LAMBAYEQUE	CHICLAYO	TUMAN
LAMBAYEQUE	FERREÑAFE	PUEBLO NUEVO
LAMBAYEQUE	LAMBAYEQUE	LAMBAYEQUE
LIMA	LIMA	LIMA
LIMA	LIMA	ANCÓN
LIMA	LIMA	ATE
LIMA	LIMA	CARABAYLLO
LIMA	LIMA	CHORRILLOS
LIMA	LIMA	COMAS
LIMA	LIMA	EL AGUSTINO
LIMA	LIMA	INDEPENDENCIA
LIMA	LIMA	JESUS MARIA
LIMA	LIMA	LA MOLINA
LIMA	LIMA	LA VICTORIA
LIMA	LIMA	LINCE
LIMA	LIMA	LOS OLIVOS
LIMA	LIMA	LURIGANCHO
LIMA	LIMA	LURIN
LIMA	LIMA	PUEBLO LIBRE
LIMA	LIMA	MIRAFLORES
LIMA	LIMA	PACHACAMAC
LIMA	LIMA	PUENTE PIEDRA
LIMA	LIMA	RIMAC
LIMA	LIMA	SAN BORJA
LIMA	LIMA	SAN ISIDRO

DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO
LIMA	LIMA	SAN JUAN DE LURIGANCHO
LIMA	LIMA	SAN JUAN DE MIRAFLORES
LIMA	LIMA	SAN LUIS
LIMA	LIMA	SAN MARTIN DE PORRES
LIMA	LIMA	SAN MIGUEL
LIMA	LIMA	SANTA ANITA
LIMA	LIMA	SANTIAGO DE SURCO
LIMA	LIMA	SURQUILLO
LIMA	LIMA	VILLA EL SALVADOR
LIMA	LIMA	VILLA MARIA DEL TRIUNFO
LIMA	CAÑETE	SAN VICENTE DE CAÑETE
LIMA	CAÑETE	MALA
LIMA	HUARAL	HUARAL
LIMA	HUARAL	CHANCAY
LIMA	HUAURA	HUACHO
LIMA	HUAURA	HUALMAY
LIMA	HUAURA	SANTA MARIA
LORETO	MAYNAS	IQUITOS
LORETO	MAYNAS	PUNCHANA
LORETO	MAYNAS	BELEN
LORETO	MAYNAS	SAN JUAN BAUTISTA
PIURA	PIURA	PIURA
PIURA	PIURA	CASTILLA
PIURA	PIURA	CATACAOS
PIURA	PIURA	LA ARENA
PIURA	PIURA	LA UNION
PIURA	PIURA	TAMBO GRANDE
PIURA	SULLANA	SULLANA
PUNO	PUNO	PUNO
PUNO	PUNO	CHUCUITO
PUNO	PUNO	PAUCARCOLLA
PUNO	SAN ROMÁN	JULIACA
SAN MARTÍN	SAN MARTÍN	SAN MARTIN
SAN MARTÍN	SAN MARTÍN	ALBERTO LEVEAU
SAN MARTÍN	SAN MARTÍN	CHAZUTA
SAN MARTÍN	SAN MARTÍN	TARAPOTO
SAN MARTÍN	SAN MARTÍN	LA BANDA DE SHILCAYO
TACNA	TACNA	TACNA
TACNA	TACNA	CIUDAD NUEVA
TACNA	TACNA	CORONEL GREGORIO ALBARRACIN LACHIPA
UCAYALI	CORONEL PORTILLO	CALLERIA
UCAYALI	CORONEL PORTILLO	YARINACOCHA
UCAYALI	CORONEL PORTILLO	MANANTAY

Opini3n & An3lisis