



PONTIFICIA  
**UNIVERSIDAD**  
**CATÓLICA**  
DEL PERÚ

**FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS**

CARACTERÍSTICAS ESTEREOTÍPICAS QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO  
DE EVALUACIÓN DE CANDIDATOS ELECTORALES

Tesis para optar el título de Licenciada en Psicología con mención en Psicología Social  
que presente la Bachiller:

KORINA EIKO PAPUICO NAVARRO

ASESOR: LIC. MAURICIO SARAVIA

Lima, 2014

## Resumen

La data indica que en contextos de poca información algunas características de los candidatos pueden ser clave para los electores que suelen observar y tomar atajos al momento de decidir, involucrándose procesos de categorización social. A partir de la descripción de candidatos considerando 3 características fácilmente percibibles y asociadas a estereotipos –sexo, edad y grupo racial- y una característica política –tema de compromiso público- se indica a los sujetos hacer una evaluación tentativa de quién tiene más probabilidades de ganar las elecciones. Se emplea en la metodología una herramienta de análisis nueva en psicología: *Conjoint analysis* (Análisis conjunto), que cuenta con validez predictiva en estudios de mercado y confiabilidad comprobada. Se discuten los principales hallazgos de la importancia relativa brindada a cada candidato según los segmentos en los que se pudo dividir a la muestra por sexo y grupo socio-étnico con el que se identificaban.

Palabras clave: *estereotipos, evaluación de candidatos, elecciones presidenciales, universitarios.*

## Abstract

The data indicates that in low information context, some characteristics of the candidates may be key for voters, who tend to observe it and take shortcuts when deciding, engaging social categorization processes. From the description of three easily detectable features –sex, age and racial group- and a political feature -subject matter policy of public involvement- participants were asked to attempt to assess who is the most likely to win elections. It is used a new analysis tool in Psychology that shows predictive validity in market research and proven reliability: *Conjoint analysis*. The main findings of the relative importance given to each candidate features are discussed depending on the segment in which it was possible to divide the sample –by sex and socio-ethnic group.

Key words: *stereotypes, candidates evaluation, presidential election, college students*

## Tabla de Contenidos

Introducción.....	4
Características estereotípicas y elecciones presidenciales.....	5
Electores y procesamiento de la información política.....	5
Características estereotípicas en el procesamiento de información política.....	6
Características estereotípicas relacionadas al Sexo.....	7
Características estereotípicas relacionadas a la Raza.....	9
Características estereotípicas relacionadas a la Edad.....	12
Planteamiento del problema.....	12
Método.....	15
Participantes.....	15
Instrumentos.....	16
Procedimiento.....	20
Resultados.....	21
Análisis descriptivos.....	21
Análisis conjunto -Conjoint Analysis.....	21
Discusión.....	27
Referencias Bibliográficas.....	33
Anexos.....	41

## Introducción

En contextos de poca información, se usa la información que se dispone: categorizaciones sociales automáticas que se deriven de algunas características fácilmente accesibles de los candidatos, que colaboren con la decisión. Este estudio busca conocer el comportamiento de elector a partir de las pocas características percibibles a la hora de evaluar un candidato para conocer la importancia relativa de estas variables. Además, se pretende probar una nueva herramienta de análisis: Conjoint Analysis utilizando el paquete estadístico CBC (Choice-Based Conjoint) 4.0 de Sawtooth Software.

La muestra está conformada por jóvenes universitarios entre 18 y 26 años, muchos de ellos próximos a participar en sus primeros comicios.

Para la medición se diseñaron tarjetas que presentan a los candidatos describiéndolos únicamente con las características relevantes para el estudio –sexo, edad, grupo racial y un adicional: tema de compromiso político-. Luego, se presenta a los participantes una serie de 20 tarjetas y en cada una se les solicita elegir de un grupo de 4 opciones (posibles combinaciones) cuál es el candidato que ganaría las elecciones. Estas elecciones serán sometidas a análisis conjunto (Conjoint Analysis), permitiendo encontrar la importancia de cada característica para los distintos grupos.

De esta manera, se pretende analizar los posibles contenidos asociados a los candidatos según su sexo, edad y raza, características ineludibles de ser percibidas. Se pretende comprender y analizar la relevancia de estas características al momento de evaluar a un futuro gobernante.

## **Características estereotípicas que intervienen en el proceso de evaluación de candidatos electorales en una muestra de jóvenes universitarios**

### **Electores y procesamiento de la información política**

Por mucho tiempo se estudió al elector como un ente “racional”, que toma en cuenta los altos niveles de información política de los que dispone (Cottam, 2004; Lau, 2003; Lau & Redlawsk, 2001; Mutz, 2007; Jost & Sidanius, 2004). Esto implica sofisticación política (McGraw, 2000, citado en Cottam, 2004; Feldman, 2003), que indica compromiso en la elaboración de una ideología congruente con valores, actitudes y conocimientos para la toma de decisiones (McGraw, 2000, citado en Cottam, 2004; Feldman, 2003; Jost, Federico & Napier, 2009; Schwartz & Barnea, 1995). Se trata de un sujeto con alto interés en política, participación activa, sumado a la intención de ponderar y evaluar exhaustivamente las alternativas que se le presentan para maximizar el valor del resultado al momento de decidir según sus intereses políticos (Lau, 2003; Mutz, 2007).

No obstante, el ciudadano convencional no manifiesta tanto interés en política (Kuklinski & Peyton, 2007; Taber, 2003; Tuesta, 2008). En diversos contextos, se encuentra que un considerable segmento de la población conoce muy poco de política, expresa preferencias políticas que pueden variar aleatoriamente en el tiempo y se podría concluir que la mayoría de las personas no presenta un detenimiento consciente o búsqueda exhaustiva de información con el fin de comprender de política y no mantiene actitudes políticas en congruencia con sus valores e ideología (Cottam, 2004; Kuklinski & Peyton, 2007; Mutz, 2007; Taber, 2008; Tuesta, 2008).

En un contexto de voto obligatorio como es el caso peruano (Tuesta, 2008), es este ciudadano el que representa la voz de la mayoría y que decide en contextos de poca información, viéndose influenciado por una serie de sesgos y limitaciones propias de un procesamiento convencional (Banducci, Karp, Thrasher & Rallings, 2008; Castelli, Carraro, Ghitti & Pastore, 2009; Leigh & Susilo, 2009; Mattes, Spezio, Kim, Todorov, Adolphs & Alvarez, 2010; Quattrone & Tversky, 2004; Rule, Ambady, Adams, Ozono, Nakashima, Yoshikawa, et.al., 2010; Todorov, Mandisodza, Goren & Hall, 2005).

La toma de decisiones real exhibe una serie de limitaciones que complican este ideal (Quattrone & Tversky, 2004). El procesamiento de la información social es limitado y busca ahorrar sus recursos (Krebs & Denton, 1997; Lau & Redlawsk, 2001; Jost & Sidanius, 2004; Ottati, Wyer, Deiger & Houston, 2002; Páez & Zubieta, 2004). Por ello, se emplean una serie de artificios a modo de adaptación al entorno social cargado de información, con el objetivo de simplificar y facilitar la comprensión del mundo político y en las decisiones que toman a partir de ello (Arcuri, Castelli, Galdi, Zogmaister & Amadori, 2008; Mutz, 2007; Sears, 2001; Lau, 2003; Lau & Redlawsk, 2001; Ottati, Wyer, Deiger & Houston, 2002; Paez & Zubieta, 2004). Por ejemplo: categorías sociales, juicios o percepción social, esquemas, sesgos en el procesamiento de la información, heurísticos para la toma de decisiones (Augoustinos, 1995; Baron & Byrne, 1998; Forgas, 2001; Hamilton, 2004; Krebs & Denton, 1997; Lau, 2003; Lau & Redlawsk, 2001; Mutz, 2007; Páez & Zubieta, 2004).

Entonces, al momento de evaluar su decisión de voto, un individuo puede seleccionar algunos aspectos para ser percibidos con detenimiento. Por lo general, se presta atención a tres elementos principales: el candidato en sí mismo, el partido político al que pertenece y la posición del candidato en relación a temas o asuntos que considere de importancia personal (Cottam, 2004; McGraw, 2003; Ottati, Wyer, Deiger & Houston, 2002).

Estas variables han sido estudiadas en diversas investigaciones, mostrando complejidad e interrelación (Ottati, Wyer, Deiger & Houston, 2002). En el caso de la evaluación de candidatos, las variables que colaboran con la valoración del mismo incluyen la apariencia física del candidato, los rasgos de personalidad percibidos o inferidos a partir de sus expresiones faciales o fotografías y la percepción de sus categorías sociales, entre otros (Cottam, 2004; McGraw, 2003; Ottati & Deiger, 2002; Ottati, Wyer, Deiger & Houston, 2002; Tajfel & Forgas, 2000).

### **Características estereotípicas en el procesamiento de información política**

Las categorías sociales abarcan la totalidad de información que un individuo mantiene en su mente sobre clases particulares de individuos y una vez que se activa la categoría social, se activan los contenidos asociados a ella (Macrae & Bodenhausen, 2000). Cuando se trata de categorías sociales, se piensa acerca de una persona como

miembro de un grupo con base en ciertas características físicas (color de piel, edad, género) u otro tipo de características (Tajfel & Forgas, 1981). Las categorías sociales permiten simplificar y afinar el proceso de percepción de personas (Kunda, 2001) y permite guiar actitudes, acciones e intenciones de comportamiento (Tajfel & Forgas, 2000) en cualquier contexto en el que sea necesaria una aproximación a otro individuo: El proceso de categorización social ocurre de modo inevitable en la vida diaria de las personas (Stangor, 2000). Así pues, los candidatos no se encuentran exentos de estos procesos, sobre todo en contextos de baja información donde pueden salir a relucir los estereotipos, que son los ejemplos más estudiados de la Categorización social (Tajfel & Forgas, 2000).

Los estereotipos son el componente cognitivo de la categorización social (Fiske, 1998). Son “una representación mental sobresimplificada de alguna categoría de personas, institución o evento, la cual es compartida por un amplio número de sujetos” (Stallybrass, citado en Tajfel & Forgas, 2000). Son estructuras cognitivas que contienen creencias interrelacionadas que describen a los individuos, generalmente como miembros de un grupo (McGarty, Yzerbyt y Spears, 2002). En otras palabras, son creencias que “incluyen inferencias de rasgos que son aplicadas a los individuos miembros de una categoría social, aun cuando no hay información específica acerca de la aplicabilidad de tal rasgo en esa persona” (p. 401; McGraw, 2003).

Así, los estereotipos aplican tanto de manera colectiva como de manera individual, es decir a un sujeto determinado por su pertenencia a dicho colectivo. A partir de la activación de las creencias asociadas a un grupo determinado, se influyen las respuestas que se tendrán hacia este sujeto. Y esto sucede porque los estereotipos son el soporte para estructurar la forma en que se atenderá, codificará y recordará la información relativa a los diversos grupos sociales (Stangor & Shaller, 1996).

Los estereotipos facilitan una evaluación, en tanto son el correlato cognitivo del prejuicio –correlato afectivo- y enlazan la estructura social percibida con las emociones asociadas al prejuicio y con el comportamiento (Fiske & Taylor, 2007). Normalmente se basan en tres características principales que son la edad, el sexo y la raza (Fiske, 1998; Stangor, 2000), indicadores fácilmente observables desde la apariencia física, que sumados al atractivo físico son los mejores promotores de estereotipos (Fiske, 1998; Stangor, 2000) también en contextos políticos (McGraw, 2003). Así pues, existen inferencias de rasgos que provienen de los hechos reales que se van conociendo de cada

candidato (McGraw, 2003), pero también existen inferencias de los rasgos de los candidatos que provienen de las categorías sociales a las que pertenecen. Las categorías que promueven estereotipia entre los candidatos son principalmente aquellas que refieren a sexo, raza (McGraw, 2003; Leigh & Susilo, 2009; Ottati, Wyer, Deiger & Houston, 2002).

### Características estereotípicas relacionadas al sexo

Respecto al sexo, se considera que el ingreso de las mujeres en política y altos mandos es un cambio relativamente reciente y que aún puede ser motivo de investigación dado que no se ha determinado como un tema plenamente *superado*. A esto se le suma la implicancia estereotípica que ha tenido por muchos años la pertenencia o no a uno u otro sexo (Huddy & Capelos, 2002; Lammers, Gordinjn & Otten, 2009), por lo que este tema de estereotipia ha sido el que ha recibido mayor atención en los últimos años. Se ha demostrado que el género por sí mismo tiene un rol independiente en la constitución de la imagen de un candidato en relación a sus competencias políticas y es potente en la inferencia de sus rasgos (McGraw, 2003).

Se adscriben características o rasgos femeninos a las candidatas mujeres como sensibilidad y cuidar con calidez. Por otro lado, a los candidatos varones les correspondería cualidades o rasgos estereotipadamente masculinos como la asertividad, la dureza, agresividad y la competencia en una tarea determinada (Kahn, 1992; citado en McGraw, 2003; Huddy & Capelos, 2002; Lammers, Gordinjn & Otten, 2009).

No obstante, los estereotipos no siempre van a traer consigo desventajas para las contendientes femeninas (Huddy & Capelos, 2002; Lammers, Gordinjn & Otten, 2009; McGraw, 2003). Las características femeninas pueden resultarles a favor sobre todo en contextos en los cuales se confía en la honestidad, la integridad y menor tendencia a escándalos que poseerían a comparación de los candidatos varones (Huddy & Capelos, 2002).

Otra característica estudiada es la competencia percibida, entendida como capacidad o eficacia, que es un determinante crítico en la evaluación de un candidato. Los candidatos varones tienden a exhibir esta ventaja, se les percibe como más competentes políticamente, destacando sobre todo en ciertos dominios de la política

como economía y relaciones internacionales. Las candidatas mujeres tienen la ventaja de exhibir mayores competencias en asuntos de bienestar social y también reciben típicamente mayores puntajes en empatía e integridad (McGraw, 2003).

Entonces, las candidatas mujeres pueden ser mejor o peor evaluadas que los varones según se considere el contexto que atraviesa el país. Así, tienden a ser mejor valoradas cuando el tema de interés es el bienestar social y peor evaluadas en tiempos de conflicto con otros países (McGraw, 2003).

El hecho de que los estereotipos no siempre signifiquen una necesaria desventaja para las mujeres podría deberse también a diferencias individuales de los electores que pueden ser más o menos propensos a considerar las características estereotipadas de los candidatos con base en el género (Huddy, 1994; citado en McGraw, 2003). Asimismo, muchos votantes pueden tener cierta predisposición a apoyar a candidatos masculinos o femeninos, pero esta predisposición también estaría ligada a creencias estereotipadas en relación a las diferencias de género (Sabonmatsu, 2002; citado en McGraw, 2003). Por último, también se encuentra que las mujeres electoras pueden presentar mejores evaluaciones de las candidatas mujeres que de los candidatos varones (Arias, 2004).

Finalmente, podría ocurrir que una aproximación o conocimiento cada vez mayor de la candidata mujer genere que se le deje de ver como perteneciente a un género específico y se le perciba más como un individuo político. Sin embargo, los estereotipos no desaparecen por completo cuando se logra alcanzar este cambio de perspectiva (Huddy & Capelos, 2002).

### **Características estereotípicas relacionadas a la raza**

Respecto a la raza de un candidato, existen investigaciones a nivel internacional que destacan la importancia actual de esta variable en contextos electorales. Esto, sobre todo en EEUU, después de la elección de Barack Obama como presidente en el año 2008, donde se presume que las actitudes raciales actuarían como importante predictor de las tendencias en las elecciones (Greenwald, Tucker Smith, Sriram, Bar-Anan & Nosek, 2009).

El racismo es un tipo particular de prejuicio asociado a estereotipos e incorpora la creencia de superioridad de algunas razas, especialmente la propia, sobre otras; lo que

permite la racionalización de prácticas institucionales y expresiones culturales que legitiman la dominación jerárquica de un grupo sobre otro (Jones, 1997, citado por Zárate, 2009), lo que implica que algunos grupos sean mejores merecedores de llegar a ocupar puestos de poder.

Es importante mencionar la complejidad de esta variable, que va más allá del color de piel, pues no siempre las categorías sociales resultan tan fáciles de identificar como en el caso del sexo, la edad y el color de piel (Espinosa, Calderón-Prada, Burga & Güímac, 2007; Fiske, 1998; McGraw, 2003; Stangor, 2000). Ortiz (1999) refiere que en el Perú se segrega según “nuestra imaginación”, lo que puede notarse en “la falta de consenso para decir quiénes son cholos, blancos o mestizos”. Así, por ejemplo, el choleo se manifiesta como una manera de discriminación en la cual se consideran aspectos étnico raciales, asociados también a factores lingüísticos o de origen y a aspectos socio-culturales como la educación y la cultura (Cosamalón, 1993; Twanama, 1992). Se puede concluir que la segregación en el Perú no depende sólo del color de la piel, sino que toma como base a las categorías socioculturales, asociadas a diversos estereotipos (Ardito, 2006; Sasaki & Calderon, 1999).

Además, esta situación de prejuicios y discriminación racial continúa siendo objeto relevante de investigación. Aún ante la evidencia de que el racismo existe en muchos países, la investigación siempre se enfrenta al hecho de que las personas mienten acerca de sus actitudes y que el racismo suele pasar desapercibido (Zárate, 2009). Asimismo, el peruano considera que no existe discriminación por motivos raciales, étnicos, o incluso de género, en nuestro contexto (BID, 2008; citado en Espinosa & Pancorbo, 2009). Sin embargo, tanto en el caso peruano como en el internacional, existen respuestas comportamentales congruentes con los estereotipos y prejuicios socio-étnicos que pueden ir desde la discriminación expresa hasta manifestaciones más sutiles como la discriminación fría o la exclusión social -como la define Morales (2003)- de ciertos grupos menos valorados (CVR, 2004; Manrique, 2007; Merino, 2007; Sasaki & Calderon; 1999).

Así, las distinciones que se establecen entre categorías sociales no necesariamente se encuentran siempre relacionadas a una discriminación directa y mucho menos admitida (Ardito, 2006; Sasaki & Calderon, 1999), pero pueden determinar una distancia jerárquica entre los grupos (Espinosa, Calderón-Prada, Burga & Güímac, 2007; Espinosa & Pancorbo, 2009), manifestándose una discriminación o

racismo simbólico (Gaertner & Dovidio, 2000) en el cual incluso aquellas personas que se definen como tolerantes e igualitarias pueden manifestar estereotipos y actitudes negativas -absorbidos desde su medio social- hacia miembros de otros grupos, especialmente si estos son de bajo estatus.

En el caso peruano, podemos tomar en cuenta las categorías “peruano mestizo”, “peruano andino”, “peruano blanco”, “peruano de origen asiático”, “peruano de origen amazónico” y “peruano negro” (Espinosa, Calderón-Prada, Burga & Güímac, 2007).

En esta investigación se clasifican las 5 características principalmente asociadas a cada grupo socio-étnico, que pueden ser tanto positivas como negativas: se encontró que los peruanos mestizos fueron asociados a características como ser trabajadores, incumplidos, corruptos, alegres y conformistas. Los peruanos andinos se asocian más a características como tristes, trabajadores, atrasados, solidarios y conformistas. Para los peruanos amazónicos se tuvieron descripciones como alegres, atrasados, solidarios, ociosos y conformistas. Los de origen asiático son considerados trabajadores, cumplidos, capaces, honrados y exitosos. Por último los blancos son considerados desarrollados, individualistas, exitosos, corruptos y capaces. Finalmente, estas categorías se agruparon en dos: aquellas de alto estatus –blancos, asiáticos y mestizos- y aquellas de bajo estatus –andinos, amazónicos y afro peruanos- (Espinosa, Calderón-Prada, Burga & Güímac; 2007). A esto se le añade la valoración afectiva de cada una de estas categorías socio-étnicas, encontrándose una valoración predominante de los peruanos blancos, seguida de los peruanos de origen asiático, amazónicos, andinos, mestizos y negros en ese orden de significancia. Esta diferenciación podría ligarse a una diferencia de actitudes y comportamientos hacia los distintos grupos (Espinosa, Calderón-Prada, Burga & Güímac, 2007).

Adicionalmente, es importante considerar algunas variables mediadoras en la activación de manifestaciones ante una categoría social como la raza o grupo socio-étnico. Una es el grado de identificación de los sujetos con una categoría social determinada (Abrams & Hogg, 1990), que puede impactar en qué tanta carga positiva o negativa se impregna en un grupo determinado, dependiendo de si el sujeto pertenece a dicho grupo.

## **Características estereotípicas asociadas a la edad**

En cuanto a la edad como fuente de estereotipia, si bien es una característica que no figura con mucha facilidad en estudios con candidatos, la vejez o juventud de una persona es una característica adicional perceptible con facilidad, lo que podría traer consigo una serie de inferencias en relación a sus capacidades y experiencia (Fiske, 1988; Stangor, 2000).

## **Planteamiento del Problema**

A partir de todo lo expuesto, se puede delimitar que las percepciones que tenga el elector acerca de los candidatos son una importante fuente de información al momento de evaluarlo (Huddy & Capelos, 2002; Mc Graw, 2003; Leigh & Susilo, 2009; Ottati & Deiger, 2002; Ottati, Wyer, Deiger & Houston, 2002). La percepción se forma a partir de atribuciones y la elaboración de la información a la que los votantes han tenido acceso (Espinosa, 2008; Lau, 2003; Lau & Redlawsk, 2001; Krosnick & Kinder, 2004). Por lo tanto, la pertenencia de los candidatos a una determinada categoría social representa información importante para la elaboración del conocimiento que se tiene de ellos.

Pensando en una cultura de poca información política con electores que exhiben intereses variables en el tiempo y no congruentes con alguna ideología (Tuesta, 2008), los estereotipos asociados a los candidatos pueden cobrar aún mayor relevancia de la que ya poseen, pues a medida que menor sea la información específica sobre algún sujeto, los estereotipos se activan con mayor facilidad (Stangor, 2000) y el elector se vale de la escasa información que posea para la toma de decisiones (Lau, 2003; Lau & Redlawsk, 2001; Quattrone & Tversky, 2004).

Con este estudio se pretende comprender más acerca de la importancia que cobra la estereotipia en el procesamiento de información en el contexto político peruano, tomando características inmutables y que suelen ser fácilmente observables y tienden a traer consigo contenido estereotípico: su sexo, su origen étnico y su edad (Fiske, 1998; McGraw, 2003; Stangor, 2000).

Considerando que estas serán las únicas características que se empleen para describir a los candidatos, se analizará la importancia de las mismas al momento de la

evaluación. A esto se le añade una variable adicional, que también es considerada de importancia: Tema de compromiso político (Cottam, 2004; McGraw, 2003; Otatti, Wyer, Deiger & Houston, 2002), que además, ayudará a enmarcar la descripción de cada candidato en un contexto político.

Además, con este estudio se pretende incorporar una nueva herramienta en investigación social: Conjoint Analysis (Aaker, 2005; Johnson & Orme, 2003; Orme, 2009), mediante el paquete estadístico CBC® (Choice-Based Conjoint) 4.0 de Sawtooth Software, ampliamente usado y de eficacia comprobada en investigaciones de mercado. Esta permite analizar la importancia relativa que poseen las variables presentadas, aislándolas de otras variables extrañas y controlándolas desde el diseño del cuestionario, donde incluye descripciones de varios candidatos posibles según las múltiples combinaciones que se puedan realizar a partir de las variables de interés.

Por otro lado, los resultados de la investigación colaborarán a ampliar el conocimiento que se tiene del elector promedio (Converse, 2004; McGraw, 2003; Quattrone & Tversky, 2004; Jervis, 2004), aquel que no necesariamente muestra un compromiso constante en política (Kuklinski & Peyton, 2007; McGraw, 2003; Mutz, 2007; Tuesta, 2008) pero que toma decisiones políticas en un ambiente de democracia electoral y de voto obligatorio, como es el caso peruano (Tuesta, 2008).

Finalmente, a partir de todo lo expuesto se delimitan las siguientes preguntas de investigación: *¿Cuáles serán las características estereotípicas más valoradas o importantes al momento de evaluar un candidato presidencial?*

### **Objetivo general de la investigación**

Identificar y analizar la importancia que tienen características estereotípicas –sexo, raza y edad- en la preferencia de un candidato presidencial en jóvenes universitarios de Lima Metropolitana.

### **Objetivos específicos de la investigación**

1. Identificar y analizar el orden de importancia y preferencia que tengan las variables –sexo, raza y edad- de los candidatos presentados para los jóvenes universitarios de Lima Metropolitana.

2. Identificar el orden de importancia y preferencia de los niveles de cada una de las variables presentadas:
  - 2.1. Sexo: La importancia y preferencia relativa de candidato/a Hombre vs Mujer.
  - 2.2. Raza/Grupo socio-étnico: La importancia y preferencia relativa de candidato peruano blanco, amazónico, mestizo, andino, negro o asiático.
  - 2.3. Edad: La importancia y preferencia relativa de un candidato de 35 a 40 años, de 50 a 64 años y de 65 a 70 años.

Además a partir de la data previa, existen resultados que podrían esperarse y se plantean las siguientes hipótesis:

### **Hipótesis de la investigación**

1. A nivel de variables:
  - 1.1. Sexo y Raza/Grupo socio-étnico serán las variables más importantes al momento de evaluar a un candidato.
  - 1.2. Edad será lo menos importante.
2. Entre los niveles de la variable Sexo:
  - 2.1. Candidato hombre mostrará una mayor importancia que Candidata mujer.
  - 2.2. Candidata mujer mostrará mayor importancia entre electoras mujeres.
3. Entre los niveles de la variable Raza/grupo socio-étnico:
  - 3.1. Candidatos de categorías de alto estatus mostrarán mayor importancia y preferencia en la elección (Blanco, Mestizo y Asiático)
  - 3.2. Candidatos de categorías de bajo estatus (Amazónico, Negro y Andino) mostrarán la menor importancia.

## Método

Para la finalidad de este estudio se empleará una metodología de Tipo No Experimental (Kerlinger & Lee, 2002; Hernández, Fernández & Baptista, 2007), ya que se limita a recoger información de la población objetivo, sin mayor control sobre las variables y sin asignación aleatoria de los sujetos a diferentes condiciones.

Por otro lado, el diseño de la investigación es Transversal (Kerlinger & Lee, 2002; Hernández, Fernández & Baptista, 2007), puesto que mide las variables en un punto en el tiempo y es Descriptivo Correlacional, pues pretende comprender la relación de las variables consideradas y su posible interacción (Kerlinger & Lee, 2002; Hernández, Fernández & Baptista, 2007).

## Participantes

La población objetivo del estudio es el conjunto de jóvenes estudiantes universitarios de Lima Metropolitana, tanto varones como mujeres mayores de 18 años, lo cual los hace aptos de participar en elecciones.

Para que el paquete estadístico CBC ® 4.0 de Sawtooth Software analice la data con un 95% de confiabilidad se solicita un mínimo de sujetos para la muestra, que se define en relación a la cantidad de variables medidas y las combinaciones posibles de los atributos, niveles, opciones y tarjetas que se presenten en el instrumento (Johnson & Orme, 2003; Orme, 2009). Para este caso, se sugieren 150 casos como mínimo por tratarse de variables con varios niveles -Sexo 2, Raza/Grupo socio-étnico 6, Edad 3 y Tema de compromiso político 4- que dan como resultado 144 combinaciones posibles.

Actualmente, la muestra se encuentra conformada por 179 sujetos: 58 hombres y 121 mujeres que oscilan entre los 18 y 26 años ( $M=20.66$ ).

Además, provienen de 3 distintas universidades de Lima Metropolitana, 111 de una entidad privada (62%) y 68 sujetos de dos entidades del estado (38%). De ellos, 25 provienen de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (14%); 27 de Educación (15.1%); 40 de Estudios Generales Letras (22.3%); 41 de Estudios Generales Ciencias (22.9%); y 46 de Psicología (25.7%).

La muestra de participantes fue seleccionada a partir de la accesibilidad a la muestra, considerando el interés que estos puedan tener en participar del estudio y no

depende de la probabilidad de ser elegido. Por ello, se tratará un muestreo no probabilístico incidental (Hernández, Fernández & Baptista, 2007).

## Medición e Instrumentos

En relación al instrumento empleado, este se diseñaría específicamente para el estudio. Se tomaría como base el *Conjoint Analysis -Análisis Conjunto-*, utilizando paquete estadístico CBC® (Choice-Based Conjoint) 4.0 de Sawtooth Software. Esta es una herramienta de análisis multivariado empleada en estudios de investigación de mercado, así como en estudios de evaluación de servicios, productos y políticas (Aaker, 2005; pág. 635). Este permite apreciar la importancia de los atributos escogidos en los sujetos de la muestra a la hora de evaluar su preferencia hacia una opción determinada. Además, este análisis permite eludir el sesgo de conocimiento previo ya que trabaja asumiendo un mismo nivel de información acerca de los ítems que se evaluarán (Johnson & Orme, 2003; Orme, 2009), equiparando variables que pueden ser percibidas de los candidatos reales y que también jugarían algún rol de importancia en la evaluación de los mismos.

La herramienta permite inferir la importancia de los atributos sin la necesidad de preguntarla directamente, por lo que resulta relevante para el estudio de estereotipos. Es así que esta técnica representa una ventaja en relación a técnicas de sondeo más directas, evitando respuestas muy obvias o en las que no discrimine la importancia diferenciada de cada atributo, incluso de respuestas que puedan estar mediadas por la deseabilidad social (Aaker, 2005).

Una de las motivaciones de esta herramienta es la predicción del nivel de aceptación o nivel de consumo que alcanzaría un nuevo producto con ciertos atributos. La segunda motivación trata de entender las relaciones entre las variables medidas, es decir, conocer las interacciones entre las variables y la importancia relativa de las mismas. Por ende, con el empleo de esta herramienta de análisis se puede conocer la importancia de cada atributo de los expuestos a la muestra al momento de evaluar un concepto (Johnson & Orme, 2003; Orme, 2009), que en este caso es un candidato a la presidencia.

Es importante mencionar que la validez –interna y externa- de este instrumento queda determinada por su notable aceptación en el medio, la efectividad en investigaciones precedentes y su uso frecuente. Además, se conoce que ha permitido predecir decisiones en el contexto real en innumerables investigaciones que evaluaban tanto servicios, como productos y políticas de gobierno, lo que le otorga validez predictiva en el contexto de los estudios para los que ha sido empleado. En relación a su confiabilidad, las investigaciones demuestran que ha sido alta; sin embargo, aparentemente esta disminuiría conforme se incrementa el número de atributos a considerar (Aaker, 2005; Johnson & Orme, 2003; Orme, 2009).

El Conjoint Analysis tiene distintos tipos (Orme, 2009) que pueden variar en relación a la flexibilidad y la posibilidad de abarcar cierto número de atributos con relativa complejidad (Aaker, 2005; Johnson & Orme, 2003; Orme, 2009). Para este estudio, la atención se centra en la clasificación de *Elección discreta o Choice Based Conjoint (CBC)* que permite una elección real pidiendo al sujeto que elija obligatoriamente una de las opciones presentadas, sin opción de hacer una segunda elección. Así, contextualiza al sujeto en un ambiente real, permitiéndole ofrecer respuestas más naturales y evitando sesgos como el cultural o el educativo (Johnson & Orme, 2003; Orme, 2009).

El instrumento se aplica mediante el uso de un programa que extrae al azar una muestra de las  $n$  combinaciones posibles, de modo que se presenta al sujeto un número reducido de opciones. En este caso son  $2 \times 6 \times 3 \times 4 = 144$  combinaciones posibles de candidatos, de las cuales se extraerá una muestra de 20 tarjetas con 4 combinaciones en cada una. Durante la aplicación el sujeto tendría que elegir de cada tarjeta una de esas combinaciones como el candidato que ganaría las elecciones. Con estas respuestas se procede al análisis de la información que permite inferir la importancia de cada atributo en el momento de tomar una decisión (Aaker, 2005; Johnson & Orme, 2003; Orme, 2009).

En este caso las variables de medición principal son algunas características o atributos de los candidatos –grupo socio-étnico de pertenencia, sexo, edad y tema de compromiso- con sus respectivos niveles. El análisis busca ver la relación entre estas variables y el juicio de preferencia emitido por los sujetos ante la diferente combinación de estos atributos y según eso obtener los indicadores de la importancia otorgada a cada uno de los siguientes atributos:

### **Variable # 1 para el Conjoint Analysis: Sexo del candidato**

La siguiente variable a considerar es el sexo del candidato, cuya presentación traería consigo ciertos contenidos referidos a la categoría de femenino y masculino espontáneamente relacionados que se podrían manifestar en las respuestas de preferencia. Esta se define operacionalmente como la presentación del atributo sexo en las tarjetas presentadas, delimitando dos niveles *Hombre* y *Mujer*.

### **Variable # 2 para el Conjoint analysis: Grupo socio-étnico del candidato**

La primera variable a considerar es la pertenencia de un candidato a determinado grupo socio-étnico peruano. En este caso se trata de los estereotipos según categorías socio-étnicas, tal como se describieron en la investigación de Espinosa, Calderón-Prada, Burga y Güímac (2007).

Se define operacionalmente esta variable como la presentación del atributo grupo socio-étnico en la descripción de los candidatos que postulan a la presidencia en cada una de las tarjetas. Se delimita un total de seis niveles *Mestizo*, *Blanco*, *Andino*, *Negro*, *Asiático* y *Amazónico*.

### **Variable # 3 para el Conjoint analysis: Edad del candidato**

La tercera variable es la edad del candidato, indicador que nuevamente permite categorización inmediata de un sujeto (Fiske, 1998) Se considera la edad a partir de los 35 años puesto que es el mínimo requerido para postular a la presidencia (Tuesta, 2008) y se toma como límite la edad relativa de 76 años, tomando en cuenta que en la historia se ha contado con candidatos con dicha edad. Se define operacionalmente como los rangos de edad en los cuales se puede ubicar un candidato y que se encuentran presentados en las tarjetas. Se compone de 3 niveles *De 35 a 49 años*, *De 50 a 64 años* y *De 65 a 76 años*.

### **Variable # 4 para el Conjoint analysis: Tema de compromiso político**

El último atributo a considerar es el Tema de interés público con el cual se encuentra comprometido un determinado candidato. Estos temas son extraídos de encuestas de opinión pública y hacen referencia a los principales problemas del país percibidos por la población: Crisis económica/inflación, desempleo y pobreza, Corrupción, Delincuencia/falta de seguridad ciudadana (IPSOS Apoyo, 2010; GOP ULima, 2006 citado en Benavente, 2007) y Respeto de los Derechos Humanos -un tema

de reciente interés que se pretende probar dada la coyuntura social- (CVR, 2004). Se emplean fraseos según las denominaciones comunes que hacen referencia a ello y que fueron testeadas en el piloto. Se define operacionalmente como la presentación del tema principal de compromiso de cada candidato en las tarjetas. Se tiene 4 niveles para este atributo Lucha anticorrupción, Solución a la crisis económica, Respeto de los derechos humanos, Seguridad ciudadana.

### **Juicio de preferencia del elector**

A partir de la presentación de tarjetas se busca obtener el juicio de preferencia del elector en relación al candidato presentado en este caso se define como la preferencia evaluada desde la perspectiva de terceros. De este modo, se busca evitar la interferencia de deseabilidad social en relación a lo que podría significar el hecho de manifestar un juicio de valor estereotipado.

Se define operacionalmente el juicio de preferencia como la respuesta emitida ante la pregunta

*¿Cuál de las opciones tiene más probabilidades de ganar las elecciones?*

Por último, es importante acotar que en este mismo instrumento se permite marcar la opción “Ninguno”; pero, para estandarizar las respuestas, no forman parte de la muestra aquellos sujetos que han marcado “ninguno” en más de 6 tarjetas.

### **VARIABLES DE CONTROL**

Adicionalmente al Conjoint Analysis se incorporan preguntas que controlan la variable experiencia de voto previo, preferencia por algún partido político y el grado de interés en política declarado, lo que podría implicar cierta sofisticación política (McGraw, 2000, citado en Cottam, 2004; Feldman, 2003). Asimismo, se tuvo ítemes de control del grado de identificación (Abrams & Hogg, 1990) con los grupos socio-étnicos presentados, registro del sexo y edad actual de los sujetos.

Con estas variables adicionales - sexo del participante, grupo de identificación, voto, preferencia por partido- se pretende conocer a la muestra y segmentarla, de modo

que se pueda conocer si existen diferencias entre grupos al momento de exhibir sus preferencias en el Conjoint Analysis.

Asimismo, adjunto al instrumento, se presentó un consentimiento informado, para garantizar que los sujetos se encuentren participando voluntariamente con la investigación, a sabiendas del propósito del estudio de manera muy general -evitando develar el propósito real, pues desvirtuaría la información que pudiera ser recogida para la investigación-. Se les comunicará expresamente la confidencialidad y el anonimato en los datos ofrecidos, aclarando también que, de ser requerido, se les estaría brindando los resultados de la investigación, de manera grupal.

### **Procedimiento**

Antes de la etapa de aplicación se realizaron encuestas piloto de forma *estructural* –para ver temas de tiempo de duración- y *funcional* -en cuanto a temas de comprensión de instrucciones- con los instrumentos para validar y corregir algunos fraseos de la prueba. Para ello se contó con una muestra incidental de sujetos pertenecientes a la población de interés -9 estudiantes universitarios de entidad pública y 9 de una universidad privada. De este modo, se ejecutaron los ajustes necesarios en el instrumento, para ofrecer respuestas pertinentes para la investigación.

Para la aplicación en sí misma, fue necesario contactar a la muestra de modo que se permitiera la aplicación de la encuesta en aulas de clase. Para ello se contó con el previo contacto y consentimiento del docente a cargo del grupo de estudiantes. Igualmente importante, se presentó el consentimiento informado, documento necesario antes de proceder con la aplicación.

Este proceso de aplicación se llevó a cabo en un lapso de 3 semanas: del 27 de mayo al 16 de junio. Luego de ello, se procedió al procesamiento estadístico respectivo para alcanzar los resultados:

En primer lugar, se procedió con los análisis descriptivos y de frecuencias de las principales variables de interés -sexo, identificación con grupo socio-étnico-. Posteriormente, se realizó el análisis de los datos recogidos por las tarjetas, empleando para ello el programa de CBC de la compañía Sawtooth para el Análisis conjunto de *Elección discreta*.

## Resultados

### Análisis Descriptivos y de Frecuencias

De las variables de control, se tiene la participación en elecciones previas o Voto y se encuentra que 72.6% de los sujetos no ha votado previamente; mientras que 27.4% sí han participado de elecciones municipales o presidenciales.

En relación a la preferencia por algún partido político, se tiene que 91.1% no muestra preferencia por ningún partido, en tanto 8.9 % sí prefiere alguno.

En cuanto a la identificación con los distintos grupos socio étnicos, 34.6% presentó identificación principal con la categoría Peruano Mestizo, 20.1% con Peruano Blanco, 8.4% con Peruano Andino, 3.4% con la categoría Peruano Asiático y 2.1% con Peruano Negro. Ningún sujeto mostró identificación principal con Peruano Amazónico y 32.4% presentó identificación con más de un grupo socio-étnico.

Por último en relación a la variable de control Interés en política, se aprecia un 55.9% *Nada o Poco interesado* en Política, frente a un 44.1% que se declara como *Interesado* y *Muy interesado* en política.

### Análisis Conjunto

Para el Análisis conjunto se trabajó con el programa CBC, arrojando los siguientes resultados con un nivel de 95% de confiabilidad.

Según este análisis de las respuestas de la muestra se extrajo el share de preferencias de cada una de las variables presentadas a los sujetos, resultando principal la consideración de la Raza o Grupo socio-étnico del candidato con un 44.7% de preferencia, seguido de la Edad del candidato 23.6%, el Tema de compromiso 21.1% y finalmente el Sexo 10.6%.

#### Raza o Grupo Socio-étnico del candidato

En cuanto al juicio de preferencia que exhibe la muestra, según el intervalo de confianza al 95%, se tiene encuentra mayor preferencia por el Peruano Mestizo (31.84%; EE=1.70) y el Blanco (25.98%; EE=1.13) con un puntaje de preferencia similar entre ambos. Luego, les sigue la preferencia del Peruano Andino (15.01%; EE=1.04), algo distante del Peruano Negro (10.72%; EE=0.82). Por último, el Peruano

Asiático (9.33%; EE=0.75) y el Amazónico (7.11%; EE=0.65) poseen los más bajos puntajes en preferencia.

### **Comparaciones de Grupo Socio-étnico del candidato**

#### **Por sexo de la muestra**

Se encuentra sólo una diferencia entre los hombres y las mujeres de la muestra en el orden que otorgan a sus preferencias: para el caso de los hombres, el juicio de preferencia es mayor hacia un candidato Blanco (32.32%; EE=2.76) que a uno Mestizo (20.92%; EE=1.66) con una distancia considerable. No obstante, las demás categorías aunque mantienen el orden de preferencia de la muestra total, no obtuvieron distancias suficientes entre sí para este grupo de la muestra.

Para el caso de las mujeres, quienes predominan en la muestra, se obtuvo el mismo orden y preferencias que para la muestra total.

#### **Por Raza o Grupo socio-étnico de identificación principal de la muestra**

Para aquellos sujetos de la muestra identificados principalmente con la categoría Peruano Mestizo, se repite exactamente el mismo patrón que para la muestra total.

Para el caso de los identificados con los Peruanos Blancos, se encuentra una diferencia en el orden de preferencia, siendo otro Peruano Blanco (51.27%; EE=4.07) el candidato más probable de ganar las elecciones. Para este grupo de sujetos, las demás categorías no presentan diferencias entre sí, aunque mantienen el mismo orden que para la muestra total.

Para los sujetos identificados principalmente con los Peruanos Andinos, el orden de preferencia varía entre Peruano andino y Peruano Blanco, aunque sin mayores diferencias entre los diversos grupos: Peruano Mestizo (29.67%; EE=3.62), Peruano Andino (24.16%; EE=4.75), Peruano Blanco (22.50%; EE=2.09), Peruano Negro (11.67%; EE=2.47), Peruano Amazónico (8.47%; EE=1.74) y Peruano Asiático (3.52%; EE=0.96).

Para el resto de grupos existen cambios ligeros de orden que destacan al candidato del grupo con el que se identifican, pero no existe suficiente base para el análisis.

### **Edad del candidato**

En cuanto a los niveles del atributo Edad, se encuentra que de los tres niveles empleados el grupo etario de 65 a 76 años es el que menor preferencia presenta. Para el total de la muestra, la preferencia es similar para los rangos jóvenes: rango De 35 a 49 años (42.11%; EE=1.60) y rango de De 50 a 64 (39.73%; EE=1.28) sin mayores distancias entre ambos. No obstante, sí existe una distancia marcada con la preferencia que obtiene el rango de edad de un candidato De 65 a 76 años (18.15%; EE=1.01).

### **Comparaciones de Edad del candidato**

#### **Según sexo de la muestra**

Tanto para el grupo de hombres de la muestra, como para el grupo de mujeres, se repite el mismo patrón que para toda la muestra: De 35 a 49 años (Hombres: 41.19%; EE=2.83; Mujeres: 42.56%; EE=1.95) mantiene un alto puntaje de preferencia junto a De 50 a 64 años (Hombres: 38.23%; EE=2.19; Mujeres: 40.45%; EE=1.57), muy similares entre sí. Mientras De 65 a 76 años sí cuenta con un puntaje significativamente menor de preferencia (Hombres: 20.58%; EE=1.69, Mujeres: 16.99%; EE=1.25).

#### **Según Grupo socio-étnico de identificación principal de la muestra**

En todos los grupos se mantiene la preferencia similar a la de la muestra global.

Para el grupo identificado con Peruano Mestizo, el orden de preferencia cambia: De 50 a 64 años (43.95%; EE=2.60), De 35 a 49 años (41.08%; EE=2.96); mostrando diferencia significativa únicamente De 65 a 76 años (14.97%; EE=1.51)

Para aquellos identificados con Peruano Blanco, se mantiene el orden de preferencia del total de la muestra: De 35 a 49 años (46.01%; EE=3.67); De 50 a 64 años (36.76%; EE=2.32), De 65 a 76 años (17.23%; EE=2.42) siendo la única diferencia significativa.

Para los identificados con Peruano Andino, el orden de preferencia indica el siguiente orden descendente: De 50 a 64 años (39.68%; EE=4.33), De 35 a 49 años (37.65%; EE=4.27); De 65 a 76 años (22.67%; EE=3.24) que es un rango significativamente menor.

### **Tema de compromiso del candidato**

Para el Tema de compromiso, se encuentra mayor puntaje en el tema de Solución a la crisis económica y mucho menos puntaje en relación a la Seguridad ciudadana. Para el total de la muestra, la preferencia es como sigue: Solución crisis económica (33.44%; EE=1.82), Lucha anticorrupción (27.77%; EE=1.52), Respeto DDHH (23.25%; EE=1.46); Seguridad ciudadana (15.53%; EE=1.18), mostrando este último tema diferencia significativa por su menor puntaje de preferencia.

### **Comparación en Tema de compromiso del candidato**

#### **Según sexo de la muestra**

Para los hombres de la muestra, el orden de preferencia varía aunque manteniendo distancias similares a la preferencia de la muestra global: Lucha anticorrupción (31.51%; EE=3.05), Solución crisis económica (M=28.94; EE=3.39); Seguridad ciudadana (19.84%; EE=2.75), Respeto DDHH (19.72%; EE=2.29).

Para las mujeres de la muestra, que conforman la mayoría en la misma, el orden para el total de la muestra se mantiene: Solución crisis económica (35.61%; EE=2.11), Lucha anticorrupción (25.98%; EE=1.68), Respeto DDHH (24.95%; EE=1.84); Seguridad ciudadana (13.46%; EE=1.11).

#### **Según Grupo socio-étnico de identificación principal de la muestra**

Para todos los grupos se mantienen los mismos resultados que para el total de la muestra, salvo por ligeros cambios. El grupo identificado con Peruano Mestizo, el orden es igual al del total de la muestra incluso en la única diferencia significativa del último tema: Solución crisis económica (33.72%; EE=2.84), Lucha anticorrupción (27.96%; EE=2.24), Respeto DDHH (24.40%; EE=2.34); Seguridad ciudadana (13.93%; EE=1.69).

Para el grupo identificado con Peruano Blanco, el orden de preferencia es similar al de la muestra total, pero sin diferencias significativas en los temas: Solución crisis económica (33.23%; EE=3.32), Lucha anticorrupción (29.46%; EE=3.32), Respeto DDHH (23.80%; EE=2.94); Seguridad ciudadana (14.50%; EE=2.03)

Para el grupo identificado con Peruano Andino, nuevamente el orden de preferencia cambia con respecto a los otros grupos: Respeto DDHH (32.14%; EE=4.36); Solución crisis económica (31.94%; EE=5.07), Lucha anticorrupción (18.50%; EE=2.42), Seguridad ciudadana (17.42%; EE=2.68).

### **Sexo del candidato**

Por último, en el atributo Sexo se encuentra que el nivel Hombre presenta mayor puntaje que el nivel Mujer. Para el total de la muestra se mantiene este orden: candidato Hombre (60.64%; EE=1.33) y Mujer (39.36%; EE=1.33), mostrando una distancia importante.

### **Comparación para Sexo del candidato**

#### **Según Sexo de la muestra**

La situación es similar tanto para los hombres de la muestra -candidato Hombre (62.06%; EE=2.16) y Mujer (37.94%; EE=2.16)-, como para las mujeres -candidato Hombre (59.96%; EE=1.67) y Mujer (40.04%; EE=1.67)-.

#### **Según Grupo socio-étnico de identificación principal de la muestra**

La misma situación se mantiene en todos los grupos de identificación de la muestra.



## Discusión

De manera general, el orden de importancia de las variables no concuerda exactamente con la data previa a partir de la cual se podría esperar que el sexo y la raza fueran los estereotipos de mayor importancia al momento de evaluar a un candidato (McGraw, 2003; Leigh & Susilo, 2009; Ottati, Wyer, Deiger & Houston, 2002). Si bien la raza es lo más importante para la muestra, no lo es el sexo pues se queda en el último lugar.

Por un lado, que la variable Raza/Grupo socio-étnico muestre la mayor importancia refleja la validez actual del estudio de los estereotipos raciales presentes y relevantes a la hora de evaluar un candidato. A pesar de que se considera que en el Perú no existe discriminación, la importancia que tiene para esta muestra, indica que esta información sí cobra relevancia a la hora de tomar una decisión cuando se piensa entre los principales atributos percibibles de un candidato. Lo que concuerda con la experiencia de investigaciones que evidencian respuestas comportamentales congruentes con los estereotipos y prejuicios socio-étnicos -discriminación expresa o fría, exclusión social- (CVR, 2004; Manrique, 2007; Merino, 2007; Sasaki & Calderón; 1999), que en este caso estaría más ligada a la presencia o ausencia de cierto tipo de minorías en las contiendas electorales actuales –p.e. negro, amazónico-.

Puesto que la edad se encuentra en segundo lugar de importancia, se puede inferir que la muestra estaría empleando la edad como un indicador relevante a la hora de evaluar un candidato, posiblemente permitiría la inferencia de capacidad y experiencia (Fiske, 1988; Stangor, 2000). Esto es tan importante como el tema de compromiso político que asume tal candidato.

La presencia de la variable sexo en último lugar, no coincide con las investigaciones que indican que es uno de los más relevantes estereotipos para inferir competencias políticas (McGraw, 2003). Se puede deber sin embargo a la importancia algunas variables mediadoras: podría deberse a la muestra con una mayor presencia de mujeres electoras (Arias, 2004) o a diferencias individuales (Huddy, 1994; citado en McGraw, 2003) propias de la muestra universitaria.

### **Raza/Grupo socio-étnico del candidato**

Dentro de los niveles de la variable Raza, el orden de importancia es Peruano Mestizo, Blanco, Andino, Asiático, Negro y Peruano Amazónico; orden que coincide con el número de sujetos que se sienten identificados principalmente con alguna de las categorías. Tal y como se mostró en investigaciones anteriores en clase media (Espinosa, Calderón-Prada, Burga & Güímac, 2007) se encuentra en la muestra una identificación mayoritaria y principal con la categoría Peruano Mestizo seguida del Peruano Blanco, Andino, Asiático y Negro.

Se observa que las categorías con mayores probabilidades de ganar las elecciones son aquellas que representan grupos de alto estatus y de mayor identificación en la muestra: En esta muestra ningún sujeto se identificó principal y únicamente con la categoría Peruano Amazónico, siendo coincidentemente esta categoría aquella que presenta la menor preferencia entre los candidatos. Por otro lado, entre los que se identifican con el peruano Blanco, gana el candidato Blanco y entre los identificados con peruano andino, Andino supera al Blanco. Es decir, dentro de cada grupo de identificación se prefería al candidato que pertenecía a su grupo. Esto dejaría entrever que la identificación con una categoría social (Abrams & Hogg, 1990) representaría una variable mediadora importante para la muestra a la hora de mostrar preferencia por algún candidato, según su pertenencia o no a su grupo de referencia. Esto se debe a que en esta relación de categorías sociales se podría contener una relación intergrupala, donde la interacción con el candidato como individuo se vea impregnada por los contenidos que provienen de su pertenencia a un grupo determinado (Tajfel, 1984).

Esto resulta relevante considerando que al momento de identificarse o no con un determinado grupo –endogrupo- se hace evidente la diferenciación con el exogrupo; pues de acuerdo con Fiske y Taylor (2007) una vez que se categoriza en endo y exogrupos, se tiende a exagerar las diferencias entre categorías sociales. Esto generalmente lleva a sesgos endogrupales, que implican la expresión de creencias – estereotipos- actitudes -prejuicios- o comportamientos –discriminación- (Fiske, 1998; Hewstone, Rubin y Hazel, 2002).

Asimismo, es importante tomar en cuenta que existiría una estructura social por encima de esta relación intergrupala, que contiene información sobre las ventajas y desventajas de pertenecer a cada uno de estos grupos, en relación a algunas inequidades

con respecto a la riqueza, el poder y el estatus (Tilly, 1978, Jackman y Jackman, 1983, citado por Bobo, 1988), que en efecto existe en América Latina (Zárate, 2009). Esto se asocia a que las categorías con mayor importancia y preferencia para la muestra son el Candidato Mestizo y el Candidato Blanco; lo que implica que el acceso al poder estaría asociado a las categorías de alto estatus, como se definen en la investigación de Espinosa, Calderón-Prada, Burga & Güímac, 2007. El resto de categorías presenta una valoración mucho menor a las dos primeras, siendo coincidentemente categorías de menor estatus -salvo Asiático- y que por lo tanto encuentran menos probabilidades de ser elegidas como un candidato presidencial ganador.

Además, entre los contenidos asociados a los Blancos y Mestizos, se menciona la corrupción, muy valorado como un medio para alcanzar el poder y el logro. Mientras tanto, para el resto -peruanos andinos, amazónicos y afrodescendientes- se suele atribuir el atraso, el subdesarrollo y la ociosidad; características que los alejan del poder (Espinosa y cols., 2007)

No obstante, es pertinente observar que en esta muestra el peruano Asiático, a pesar del alto estatus que mantiene en investigaciones anteriores, no figura entre los principales. Probablemente esto se deba a la falta de identificación o por posibles experiencias previas asociadas a candidatos existentes –familia Fujimori – relacionados a un mandato con muchas investigaciones de por medio (CVR, 2004), lo que podría estar impactando en la percepción de esta muestra universitaria.

Es importante mencionar que las categorías con menos probabilidades de ser elegidas son precisamente minorías. De esto se puede inferir que se mantiene cierta conciencia de que en realidad existen desigualdades de poder o de acceso a oportunidades para algunas poblaciones (GRADE, 2002; Barrón, 2008).

### **Edad del candidato**

En cuanto a la edad del candidato, el hecho de que el rango de edad mediano y el rango de edad más joven sean más importantes a la hora de elegir un candidato frente al rango de mayor edad representa asociaciones de las que normalmente no somos conscientes y que no se vienen estudiando en la actualidad.

Los rangos de menor edad estarían asociándose a preferir un candidato con experiencia y capacidades (Fiske, 1988; Stangor, 2000), pero que no llegue a ser tan mayor. Para el rango de mayor edad, estarían jugándole en contra estereotipos en relación a los adultos mayores, que se encuentran fuertemente asociados a detrimentos en las capacidades que se van perdiendo naturalmente con la edad.

### **Tema de compromiso político del candidato**

Por otro lado, sorprende que la edad del candidato, sin ser tan estudiada, resulte igual de relevante como el tema de compromiso político en esta muestra de jóvenes universitarios. Esta variable no facilitaba ningún contenido asociado a estereotipos, pero aportaba información política en este contexto de elección de un candidato presidencial.

Dentro de los niveles de la variable Tema de compromiso, la crisis económica es el problema de mayor importancia, seguido por la lucha anti corrupción; lo que coincide con data de opinión pública para los principales problemas del país en el año de la medición: Desempleo, Corrupción, Pobreza, Delincuencia/falta de seguridad ciudadana, Salud, Educación, etc. (IPSOS Apoyo, 2010; GOP ULima, 2006 citado en Benavente, 2007). A estos le sigue el respeto de los derechos humanos junto con seguridad ciudadana.

Esto nos habla de un contexto donde resolver la economía es aún más importante que temas de bienestar social como el respeto de los derechos humanos, que si bien es básico, no resultaría tan importante como para ser el compromiso principal de un candidato presidencial.

### **Sexo del candidato**

Sobre el sexo del candidato, destaca que a pesar de ser la variable de menor importancia para la muestra, contiene información relevante pues aún muestra los sesgos asociados a estereotipos de género. A pesar de que la mayor parte de la muestra está conformada por mujeres, se considera que el hombre tendrá mayor probabilidad de ganar las elecciones. Esto es una demostración de lo que las investigaciones previas vienen concluyendo: las candidatas mujeres aún tienen mucho camino por delante en

política, sobre todo para ser presidenciables (Huddy & Capelos, 2002) en un contexto como el peruano.

Consideremos que la variable de tema de compromiso nos alerta sobre la importancia actual que se le da a algunos temas sobre otros, que nos puede permitir inferir el contexto político en el que nos encontramos: El tema de mayor importancia para esta muestra está relacionado a la economía, más asociado a competencias masculinas (McGraw, 2003). Las mujeres son mejor valoradas en contextos donde prima el bienestar social, cosa que no ocurre en este caso.

También podrían estar impactando una predisposición a elegir candidatos masculinos (Sabonmatsu, 2002; citado en McGraw, 2003), pues históricamente hemos tenido pocas candidatas mujeres. Y aunque la mayoría de candidatas presidenciales de los últimos años ya contaba con una carrera política amplia y podríamos asumir que estaban consolidadas como individuos políticos, sabemos que esto no garantiza que los estereotipos asociados al sexo desaparezcan por completo (Huddy & Capelos, 2002).

En general, tomando en cuenta la importancia de todas las variables, se puede concluir que los estereotipos, al ser categorías sociales relevantes en el procesamiento de información social cotidiano también se encuentran presentes en el procesamiento de información política, llevando consigo información que podría estar siendo empleada en la toma de decisiones. Esto se puede deber a que la información en general se procesa de manera bastante limitada (Krebs & Denton, 1997; Lau & Redlawsk, 2001; Jost & Sidanius, 2004; Ottati, Wyer, Deiger & Houston, 2002; Páez & Zubieta, 2004) y el cerebro humano busca valerse de todas las estructuras mentales para simplificar y facilitar este proceso: uso de categorías sociales, juicios o percepción social, esquemas, sesgos en el procesamiento de la información, heurísticos para la toma de decisiones (Augoustinos, 1995; Baron & Byrne, 1998; Forgas, 2001; Hamilton, 2004; Krebs & Denton, 1997; Lau, 2003; Lau & Redlawsk, 2001; Mutz, 2007; Páez & Zubieta, 2004). Esto colabora con el entendimiento del elector convencional, poco interesado en política que se menciona desde el inicio de este estudio.

Aún con esta premisa para futuras investigaciones, queda mucho por indagar en relación a los estereotipos asociados a los candidatos presidenciales y deben considerarse algunas recomendaciones para futuros estudios. En primer lugar considerar una muestra más amplia que pretenda abarcar la totalidad de perfiles que tenga elector

común en cuanto a NSE, edad, género, grupo socio-étnico, ubicación geográfica en el país, etc. En segundo lugar, podría indagarse sobre la pertenencia o militancia en partidos políticos actuales para comprender su interrelación con otras variables en nuestro contexto y que podrían añadir complejidad o mitigar la importancia de los estereotipos de este estudio. En tercer lugar, podrían ejecutarse investigaciones en fechas cercanas a las elecciones para asociarlas con variables dependientes relevantes como intención de voto, que ayudarían a comprender mejor el fenómeno. En quinto lugar, se sugerirían incrementar el tamaño de la muestra para facilitar comparaciones certeras entre grupos específicos, con unos 100 a 200 sujetos por segmento para que el programa arroje diferencias al 95% de confiabilidad. Finalmente se sugiere mayor profundidad a nivel cualitativo para comprender y elaborar con mayor precisión los nombres y fraseos con los que las categorías puedan ser evaluadas en futuros estudios que se realicen con la misma metodología que en este estudio ha probado capturar diferencias que no se hubieran encontrado en declaraciones explícitas y conscientes de la muestra.

### Referencias Bibliográficas

- Aaker, D. (2005). *Investigación de Mercados*. México D.F.: LIMUSA
- Aaker, D. (2000). *Marketing Research*. New York: John Wiley & Sons
- Abrams, D. & Hogg, M. (1990). An introduction to the social Identity approach. En Abrams, D. & Hogg, M.(eds.) *Social Identity Theory: Constructive and critical advances*. New York: Harvester Wheatsheaf.
- Arcuri, L., Castelli, L., Galdi, S., Zogmaister, C. & Amadori, A. (2008). Predicting the vote: Implicit attitudes as predictors of the future behavior of decided and undecided voters. *Political Psychology*, 29(3), 369-387
- Ardito, W. (2006). Cómo hacer negocios en un país multirracial. *Punto de Equilibrio*, 92, 48-49.
- Augoustinos, M. (1995). *Social Cognition: an integrated introduction*. London: SAGE Publications.
- Banducci, S., Karp, J., Thrasher, M. & Rallings, C. (2008). Ballot Photographs as cues of low-information elections. *Political Psychology*, 29 (6), 903-917.
- Baron, R. & Byrne, D. (1998). *Psicología Social*. Madrid: Prentice-Hall.
- Barrón, M. (2008). Exclusion and Discrimination as Sources of Inter-ethnic inequality in Peru. *Economía*, 61, 51-80.
- Bobo, L. (1988). Group Conflict, Prejudice, and the Paradox of Contemporary Racial Attitudes. En: P.A. Katz y D.A. Taylor (Eds), *Eliminating Racism: Profiles in Controversy* (pp. 85-114). New York: Plenum Press.
- Benavente, L. (2007). *Democracia y Opinión pública en el Perú*. Lima: JNE
- Caprara, G., Bambanareli, C & Zimbardo, B. (2002). When parsimony subdues distinctiveness: Simplified public perceptions of politicians' personality. *Political Psychology*, 23 (1), 73-95
- Castelli, L., Carraro, L., Ghitti, C. & Pastore, M. (2009). The effects of perceived competence and sociability on electoral outcomes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45 (5), 1152-1155.

- Comisión de la Verdad y Reconciliación nacional (2008). *Hatun Willakuy. Versión abreviada del Informe Final de la Comisión de la Verdad y Reconciliación Perú*. Lima: Navarrete.
- Converse, P. (2004). The nature of belief systems in mass public. En Jost, J. (2004). *Political Psychology: Key readings*. New York: Psychology Press
- Cosamalón, A. L. (1993). El lado oscuro del lo cholo. *Allpanchis*, 4, 211-226.
- Cottam, M. (2004). *Introduction to Political Psychology*. NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Druckman, J. & Miller, J. (2004). The Political Psychology of electoral campaigns: Introduction to the Symposium. *Political Psychology*, 25(4), 505-506
- Espinosa, A. (2008). Decidiéndose por el mal menor: El rol de las emociones en las elecciones peruanas del 2006. *Psicología política*, 37, 47-70.
- Espinosa, A., Calderón-Prada, A., Burga, G. & Güímac, J. (2007). Estereotipos, prejuicios y exclusión social en un país multiétnico: el caso peruano. *Revista de psicología*, 25 (2), 295-338.
- Espinosa, A. & Pancorbo, G. (2009). Exclusión y conflicto social en el Perú: una aproximación desde la Psicología social. *Punto Medio, Revista peruana de análisis, prevención y gestión de conflictos*, 2, 39 – 47.
- Feldman, D. (2003) Values, Ideology and the structure of political attitudes. En: Sears, D. et al. (2003). *The Oxford handbook of political psychology*. Oxford: Oxford University Press
- Fiske, S. (1998). Stereotyping, prejudice and discrimination. En D. Gilbert, S. Fiske & G. Lindzey (Eds.). *The Handbook of social psychology* (4a. ed., Vol 2, pp. 357-412). Boston: McGraw-Hill.
- Fiske, S. (1998). Stereotyping, prejudice and discrimination. En: D. Gilbert, S. Fiske & G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (pp.357-412). Boston: McGraw- Hill.
- Fiske, S. & Taylor, S. (2007). *Social Cognition: From Brains to Culture*. Nueva York: McGraw- Hill.

- Forgas, J. (ed.) (2001). *Handbook of affect and social cognition*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gaertner, S.L. & Dovidio, J. F. (2000). The aversive form of racism. En C. Stangor (Ed.) *Stereotypes and prejudice* (pp. 289-304). Ann Arbor: Psychology Press.
- Greenwald, A., Tucker Smith, C., Sriram, N., Bar-Anan, Y. & Nosek, B. (2009). Implicit Race Attitudes predicted vote in the 2008 U. S. Presidential election. En *Analyses of Social Issues and Public Policy (ASAP)*, 9 (1), 241-253.
- Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE). (2002). *Etnicidad, pobreza y exclusión social: la situación de la población indígena en el Perú*. Reporte de investigación elaborado por Néstor Valdivia para el Banco Mundial, Lima.
- Hamilton, D. (2004). *Social Cognition: key readings*. New York: Psychology Press.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2007). *Metodología de la Investigación (Cuarta edición)*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hewstone, M., Rubin, M. & Hazel, W. (2002). Intergroup Bias. *Annual Review of Psychology*, 53, 575-604.
- Huddy, L. & Capelos, T. (2002). Gender stereotyping and candidate evaluations. En Ottati, V. (2002). *The Social Psychology of politics*. New York: Kluwer Academia.
- IPSOS APOYO (2010). *Opinion Data: Resumen de encuestas a la opinión pública, 10 (121)*. Extraído el 20 de Marzo del 2010 de [http://www.ipsos-apoyo.com.pe/sites/default/files/opinion\\_data/Opinion%20Data%20Febrero%202010.pdf](http://www.ipsos-apoyo.com.pe/sites/default/files/opinion_data/Opinion%20Data%20Febrero%202010.pdf)
- Iyengar, S., Peters, M. & Kinder, D. (2004). Experimental demonstration of the “not-so-minimal” consequences of television news programs. En Jost, J. (2004). *Political Psychology: Key readings*. New York: Psychology Press
- Iyengar, S. & Simon, A. (2000). New perspectives and evidence on political communication and campaign effects. *Annual Review of Psychology*, 51, 149-169

- Jervis, R. (2004). The Drunkard's search. En Jost, J. (2004). *Political Psychology: Key readings*. New York: Psychology Press
- Johnson, R. & Orme, B. (2003). *Getting the most from CBC*. Sawtooth software - Research paper series. Recuperado el 29 abril del 2010 de <http://www.sawtoothsoftware.com/education/techpap.shtml>
- Jost, J.; Federico, C. & Napier, J. (2009). Political ideology: Its structure, functions, and elective affinities. *Annual Review of Psychology*, 60, 307- 337
- Jost, J. & Sidanius, J. (2004). Political Psychology: An Introduction. En Jost, J. (2004). *Political Psychology: Key readings*. New York: Psychology Press
- Kerlinger, F & Lee, H. (2002) Investigación de comportamiento. Métodos de Investigación en Ciencias Sociales. México: Mc-Graw Hill Interamericana
- Krebs, D. & Denton, K. (1997). Social Illusions and Self-deception: The Evolution of biases in person perception. En Simpson, J & Kenrick, D. (eds.) *Evolutionary Social Psychology*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Krosnick, J. & Kinder, D. (2004). Altering the foundations of support for the president through priming. En Jost, J. (2004). *Political Psychology: Key readings*. New York: Psychology Press
- Kuklinski, J. & Peyton, B. (2007). Belief systems and political decision making. En: Dalton, R. (2007). *The Oxford Handbook of Political Behavior*. Oxford: Oxford University Press.
- Kunda, Z. (2001). *Social cognition: Making sense of people*. Cambridge: The MIT Press. Versión electrónica en [http://books.google.com.pe/books?id=BjnOMFtYiwUC&dq=social+cognition:+Making+sense+of+people&printsec=frontcover&source=bn&hl=es&ei=KIHR6ekC46g8ATk5oWoDw&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=4&ved=0CCYQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.pe/books?id=BjnOMFtYiwUC&dq=social+cognition:+Making+sense+of+people&printsec=frontcover&source=bn&hl=es&ei=KIHR6ekC46g8ATk5oWoDw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4&ved=0CCYQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false)
- Lammers, J., Gordinjn, E. & Otten, S. (2009) Iron ladies, men of steel. The effects of gender stereotyping on the perception of male and female candidates are moderated by prototypicality. *European Journal of Social Psychology*, 39 (2), 186-195

- Lau, R. (2003). Models of Decision-Making. En Sears, D.(2003) *Oxford Handbook of Political Psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- Lau, R. & D. Redlawsk (2001). An experimental study of Information Search, Memory and Decision making during a political campaign. En Kuklinski, J. (2001). *Citizens and Politics: Perspectives form Political Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Leigh, A. & Susilo, T. (2009). Is voting skin-deep? Estimating the effect of candidate ballot photographs on election outcomes. *Journal of Economic Psychology*, 30 (1), 61-70
- Manrique, N. (2007, 29 de enero). Asia, al sur de Lima. *Perú 21*, 4.
- Macrae, C. N. & Bodenhausen, G.V. (2000). Social cognition: Thinking categorically about others. *Annual Review of Psychology*, 51, 93-120.
- Mattes, K., Spezio, M., Kim, H., Torodov, A., Adolphs, R. & Alvarez, R. (2010). Predicting election outcomes from positive and negative trait assessments of candidate images. *Political Psychology*, 31 (1), 41-58
- McGarty, C., Yzerbyt, V. & Spears, R. (2002). Social, Cultural and cognitive factors in stereotype formation. En McGarty, C; Yzerbyt, V; Spears, R. (Eds.), *Stereotypes as Explanations: The Formation of Meaningful Beliefs about Social Groups*. Cambridge: University Press.
- McGraw, K. (2003). Political Impressions: Formation and management. En Sears, D.(2003) *Oxford Handbook of Political Psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- Merino, B. (2007). Discriminación en el Perú. El gran obstáculo para el desarrollo. *Le Monde Diplomatique. Edición Peruana*, 1, 34.
- Morales, J.F. (2003). El estudio de la exclusión social en la psicología social. En J.F. Morales & C. Huici (Eds.) *Estudios de Psicología social* (pp. 508-538). Madrid: UNED.
- Mutz, D. (2007). Political Psychology and choice. En: Dalton, R. (2007). *The Oxford Handbook of Political Behavior*. Oxford: Oxford University Press.

- Orme, B. (2009). Understanding the value of Conjoint Analysis. En B. Orme. *Getting Started with Conjoint Analysis: Strategies for Product Design and Pricing Research*. (2a ed.) Madison, Wis.: Research Publishers LLC. Versión electrónica del capítulo recuperada el 29 de abril del 2010 de <http://www.sawtoothsoftware.com/download/techpap/helpmgr.pdf>
- Ortiz, A. (1999). El racismo ilustrado o cuando se ve lo propio con ojos ajenos. *Anthropologica*, 17, 407-410.
- Ottati, V. & Deiger, M. (2002). Visual cues and the candidate evaluation process. En: Ottati, V. (2002). *The Social Psychology of politics*. New York: Kluwer Academia.
- Ottati, V., Wyer, R., Deiger, M. & Houston, D. (2002). The psychological determinants of candidate evaluation and voting preference. En Ottati, V. (ed.) (2002). *The social psychology of politics*. New York: Kluwer Academic.
- Páez, D. & Zubieta, E. (2004). Cognición social: Sesgos, heurísticos y atribución de causalidad. En Páez, D., Fernández, I., Ubillos, S. & Zubieta, E. *Psicología social, cultura y educación* (263-300) Madrid: Pearson/Prentice-Hall.
- Quattrone, G. & Tversky, A. (2004). Contrasting rational and psychological analysis of political choice. En Jost, J. (2004). *Political Psychology: Key readings*. New York: Psychology Press
- Rule, N., Ambady, N., Adams, R., Ozono, H., Nakashima, S., Yoshikawa, S., et al. (2010). Polling the face: Prediction and consensus across cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98 (1), 1-15
- Sasaki, N. & Calderon, G. (1999). Pitucos y pacharacos: una aproximación a la exclusión social en las discotecas de Lima. *Anthropologica*, 17, 301-352.
- Schwartz, S. & Barnea, M. (1995) Los valores en las orientaciones políticas. Aplicaciones a España, Venezuela y Méjico. En: *Psicología Política*, 11; 15-40
- Stangor, C. (2000). Overview. En C. Stangor (Ed.) *Stereotypes and prejudice* (pp. 1-16). Ann Arbor: Psychology Press.

- Stangor, C. & Schaller, M. (1996). Stereotypes as individual and collective representations. En: C. Stangor (Ed.), *Stereotypes and prejudice* (pp. 65-82). Ann Arbor, MI: Edwards Brothers.
- Taber, C. (2003). Information Processing and Public Opinion. En Sears, D.(2003) *Oxford Handbook of Political Psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- Tajfel, H & Forgas, J. (1981) Social Categorization: Cognitions, Values and Groups. En: C. Stangor (Ed.), *Stereotypes and prejudice* (pp. 49-63). Ann Arbor, MI: Edwards Brothers.
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder.
- Tajfel, H. & Forgas, J. P. (2000). Social categorization: Cognitions, values and groups. En C. Stangor (Ed.) *Stereotypes and prejudice* (pp. 49-63). Ann Arbor: Psychology Press.
- Todorov, A., Mandisodza, A., Goren, A. & Hall, C. (2005). Inferences of Competence from Faces Predict Election Outcomes. *Science*, 308 (5728), 1623-1626.
- Triandis, H. (2000). Culture and Conflict. *International journal of psychology*, 35, 145-152.
- Tuesta, F. (2008). Elecciones presidenciales Perú 2006. En: Alcántara, M. & García, F. (coord.) (2008). *Elecciones y política en América Latina*. México DF: Instituto Electoral del Estado de México, Sociedad Mexicana de Estudios electorales, Miguel Ángel Porrúa.
- Twanama, W. (1992). Cholear en Lima. *Márgenes*, 9, 207-240.
- Zarate, M. (2009). Racism in the 21st Century. En T. Nelson (Ed.), *Handbook of Prejudice, Stereotyping, and Discrimination* (pp. 387-406). New York: Psychology Press.



## Anexos

### Anexo A: Consentimiento informado

#### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Como parte del curso Seminario de Tesis de la especialidad de Psicología Social de la Pontificia Universidad Católica del Perú, la alumna Korina Papuico Navarro se encuentra realizando una investigación sobre temas sociales.

Con la finalidad de desarrollar este estudio, se le agradecerá su colaboración respondiendo a este cuestionario que le tomará entre 15 y 20 minutos, aproximadamente.

El cuestionario busca conocer su opinión acerca de diversos asuntos. En ese sentido no existen respuestas correctas o incorrectas y se le pide contestar con honestidad y sinceridad. Cabe agregar que su participación es voluntaria y el cuestionario es anónimo, por lo cual la información solicitada será tratada con estricta confidencialidad, siendo empleada únicamente con fines académicos.

Al final de la investigación podrá solicitar una copia del trabajo realizado con la información obtenida, cuyo análisis será elaborado de manera grupal. Es decir, no se pueden brindar resultados individuales, dadas las características del estudio.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en el momento que lo desee, aunque le agradecería que complete todas las preguntas sin excepción.

Ante cualquier comentario, puede contactarse a [kpapuico@pucp.edu.pe](mailto:kpapuico@pucp.edu.pe)

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo B: Datos de control – Ficha filtro

N° \_\_\_\_\_

**FICHA DE DATOS**

Los siguientes datos son importantes con la finalidad de agrupar sus respuestas con personas que compartan sus mismas características demográficas. Consigne sus respuestas marcando con una X o escribiendo los datos que se le soliciten, según sea el caso.

**F1. Carrera:** \_\_\_\_\_ **F3. Sexo** H M

**F2. Institución:** \_\_\_\_\_ **F4. Edad** \_\_\_\_\_

**F5. ¿Ha votado en elecciones presidenciales o municipales anteriores?**

Sí (Continuar con la siguiente pregunta)

No (Pasar a pregunta F7)

**F6. Indique el tipo de elecciones en las que ha participado y el año (Sólo para quien contestó Sí en pregunta F5)**

Municipales	2002	2006	Otro año: _____
Presidenciales	2001	2006	Otro año: _____

**F7. Muestra preferencia por algún partido político**

Sí (Continuar con la siguiente pregunta)

No (Pasar a la pregunta F9)

**F8. Indicar partido político de su preferencia (Sólo para quien contestó Sí en pregunta F7)**

\_\_\_\_\_

**F9. ¿Cuál es el grado de identificación que tiene respecto a cada uno de los siguientes grupos étnicos?**

Grado de Identificación				
Categorías	No me identifico	Me identifico poco	Me identifico mucho	Me identifico totalmente
Peruano mestizo	1	2	3	4
Peruano blanco	1	2	3	4
Peruano de origen asiático	1	2	3	4
Peruano de origen andino	1	2	3	4
Peruano de origen amazónico	1	2	3	4
Peruano afro-descendiente	1	2	3	4

**F10. Indique el grado de interés en política que tiene usted**

Nada Interesado	Poco Interesado	Interesado	Muy Interesado
1	2	3	4

**Anexo C: Tarjetero Conjoint Analysis – Generado por CBC® 4.0 de Sawtooth**

**Software**

A continuación le pediremos que se imagine que se encuentra en el día de las elecciones presidenciales, a punto de tomar la decisión de por quién votar. En cada Tarjeta, le mostraremos distintas opciones de candidatos para que Ud. nos diga cuál de ellos tiene más probabilidad de ganar las elecciones.

Para ello, le presentaremos una descripción de diferentes características de los candidatos, la mayoría de estas son fáciles de percibir a simple vista. Queremos que se imagine que todas estas alternativas existen.

Es importante que responda todas las preguntas de la manera más real posible. Sólo si considera que de las opciones descritas ninguna tendría probabilidades de ser elegida, puede optar por marcar ‘Ninguno’.

Por favor consigne una sola respuesta por cada Tarjeta encerrando en un círculo el número que le corresponde.

P1. Tarjeta 1

Hombre	Hombre	Mujer	Mujer	Ninguno
Blanco	Amazónico	Andina	Negra	
De 50 a 64 años	De 35 a 49 años	De 65 a 76 años	De 50 a 64 años	
Comprometido con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometido con dar solución a la crisis económica	Comprometida con el respeto de los derechos humanos	Comprometida con la Lucha anticorrupción	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P2. Tarjeta 2

Hombre	Mujer	Mujer	Hombre	Ninguno
Asiático	Blanca	Mestiza	Andino	
De 65 a 76 años	De 65 a 76 años	De 35 a 49 años	De 50 a 64 años	
Comprometido con la Lucha anticorrupción	Comprometida con dar solución a la crisis económica	Comprometida con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometido con el respeto de los derechos humanos	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P3. Tarjeta 3

Mujer	Hombre	Hombre	Mujer	Ninguno
Mestiza	Negro	Amazónico	Asiática	
De 50 a 64 años	De 65 a 76 años	De 35 a 49 años	De 35 a 49 años	
Comprometida con dar solución a la crisis económica	Comprometido con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometido con la Lucha anticorrupción	Comprometida con el respeto de los derechos humanos	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P4. Tarjeta 4

Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Ninguno
Blanca	Andino	Amazónica	Mestizo	
De 35 a 49 años	De 35 a 49 años	De 50 a 64 años	De 65 a 76 años	
Comprometida con la Lucha anticorrupción	Comprometido con dar solución a la crisis económica	Comprometida con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometido con el respeto de los derechos humanos	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P5. Tarjeta 5

Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Ninguno
Andina	Asiático	Negra	Blanco	
De 50 a 64 años	De 50 a 64 años	De 65 a 76 años	De 35 a 49 años	
Comprometida con la Lucha anticorrupción	Comprometido con dar solución a la crisis económica	Comprometida con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometido con el respeto de los derechos humanos	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P6. Tarjeta 6

Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Ninguno
Amazónica	Negro	Asiática	Mestizo	
De 65 a 76 años	De 50 a 64 años	De 35 a 49 años	De 65 a 76 años	
Comprometida con dar solución a la crisis económica	Comprometido con el respeto de los derechos humanos	Comprometida con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometido con la Lucha anticorrupción	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P7. Tarjeta 7

Mujer	Hombre	Hombre	Mujer	Ninguno
Negra	Blanco	Andino	Amazónica	
De 35 a 49 años	De 50 a 64 años	De 35 a 49 años	De 65 a 76 años	
Comprometida con la Lucha anticorrupción	Comprometido con dar solución a la crisis económica	Comprometido con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometida con el respeto de los derechos humanos	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P8. Tarjeta 8

Mujer	Hombre	Hombre	Mujer	Ninguno
Blanca	Negro	Asiático	Mestiza	
De 65 a 76 años	De 35 a 49 años	De 65 a 76 años	De 50 a 64 años	
Comprometida con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometido con dar solución a la crisis económica	Comprometido con la Lucha anticorrupción	Comprometida con el respeto de los derechos humanos	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P9. Tarjeta 9

Mujer	Mujer	Hombre	Hombre	Ninguno
Andina	Asiática	Mestizo	Amazónico	
De 65 a 76 años	De 35 a 49 años	De 50 a 64 años	De 50 a 64 años	
Comprometida con dar solución a la crisis económica	Comprometida con el respeto de los derechos humanos	Comprometido con la Lucha anticorrupción	Comprometido con reforzar la Seguridad ciudadana	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P10. Tarjeta 10

Mujer	Hombre	Hombre	Mujer	Ninguno
Andina	Mestizo	Blanco	Asiática	
De 50 a 64 años	De 35 a 49 años	De 65 a 76 años	De 50 a 64 años	
Comprometida con la Lucha anticorrupción	Comprometido con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometido con el respeto de los derechos humanos	Comprometida con dar solución a la crisis económica	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P11. Tarjeta 11

Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Ninguno
Amazónica	Asiático	Mestiza	Negro	
De 35 a 49 años	De 50 a 64 años	De 35 a 49 años	De 65 a 76 años	
Comprometida con la Lucha anticorrupción	Comprometido con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometida con el respeto de los derechos humanos	Comprometido con dar solución a la crisis económica	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P12. Tarjeta 12

Mujer	Hombre	Hombre	Mujer	Ninguno
Blanca	Andino	Amazónico	Negra	
De 35 a 49 años	De 65 a 76 años	De 65 a 76 años	De 50 a 64 años	
Comprometida con dar solución a la crisis económica	Comprometido con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometido con la Lucha anticorrupción	Comprometida con el respeto de los derechos humanos	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P13. Tarjeta 13

Hombre	Hombre	Mujer	Mujer	Ninguno
Blanco	Amazónico	Asiática	Mestiza	
De 35 a 49 años	De 50 a 64 años	De 65 a 76 años	De 65 a 76 años	
Comprometido con la Lucha anticorrupción	Comprometido con el respeto de los derechos humanos	Comprometida con dar solución a la crisis económica	Comprometida con reforzar la Seguridad ciudadana	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P14. Tarjeta 14

Mujer	Mujer	Hombre	Hombre	Ninguno
Blanca	Negra	Asiático	Andino	
De 50 a 64 años	De 50 a 64 años	De 65 a 76 años	De 35 a 49 años	
Comprometida con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometida con la Lucha anticorrupción	Comprometido con el respeto de los derechos humanos	Comprometido con dar solución a la crisis económica	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P15. Tarjeta 15

Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Ninguno
Amazónica	Mestizo	Andina	Negro	
De 35 a 49 años	De 50 a 64 años	De 65 a 76 años	De 35 a 49 años	
Comprometida con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometido con dar solución a la crisis económica	Comprometida con la Lucha anticorrupción	Comprometido con el respeto de los derechos humanos	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P16. Tarjeta 16

Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Ninguno
Asiático	Amazónica	Mestizo	Negra	
De 35 a 49 años	De 50 a 64 años	De 65 a 76 años	De 65 a 76 años	
Comprometido con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometida con el respeto de los derechos humanos	Comprometido con la Lucha anticorrupción	Comprometida con dar solución a la crisis económica	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P17. Tarjeta 17

Mujer	Mujer	Hombre	Hombre	Ninguno
Asiática	Andina	Blanco	Amazónico	
De 50 a 64 años	De 35 a 49 años	De 50 a 64 años	De 65 a 76 años	
Comprometida con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometida con el respeto de los derechos humanos	Comprometido con la Lucha anticorrupción	Comprometido con dar solución a la crisis económica	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P18. Tarjeta 18

Mujer	Mujer	Hombre	Hombre	Ninguno
Mestiza	Blanca	Negro	Andino	
De 35 a 49 años	De 65 a 76 años	De 35 a 49 años	De 50 a 64 años	
Comprometida con dar solución a la crisis económica	Comprometida con el respeto de los derechos humanos	Comprometido con la Lucha anticorrupción	Comprometido con reforzar la Seguridad ciudadana	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P19. Tarjeta 19

Hombre	Mujer	Mujer	Hombre	Ninguno
Negro	Andina	Asiática	Blanco	
De 35 a 49 años	De 35 a 49 años	De 65 a 76 años	De 50 a 64 años	
Comprometido con el respeto de los derechos humanos	Comprometida con reforzar la Seguridad ciudadana	Comprometida con la Lucha anticorrupción	Comprometido con dar solución a la crisis económica	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

P20. Tarjeta 20

Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Ninguno
Amazónica	Andino	Blanca	Mestizo	
De 50 a 64 años	De 50 a 64 años	De 35 a 49 años	De 65 a 76 años	
Comprometida con dar solución a la crisis económica	Comprometido con el respeto de los derechos humanos	Comprometida con la Lucha anticorrupción	Comprometido con reforzar la Seguridad ciudadana	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	