



e-ISSN 2238-8885

# Empresarios y política partidaria: El caso de Pedro Pablo Kuczynski y Peruanos por el Kambio

Empresários e política partidária: No caso de de Pedro Pablo Kuczynski y Peruanos por el Kambio

Entrepreneurs and party politics:
The case of Pedro Pablo Kuczynski y Peruanos por el Kambio

Carlos Alberto Adrianzén García-Bedoyai

#### Resumen

El presente artículo discute la relación entre partidos y actores empresariales. A partir de esta relación discute un nuevo marco teórico que busca limitar algunas de las limitaciones de la teoría existente. Se busca no solo realizar una definición parsimoniosa del concepto sino discutir las variables que explican su aparición. El modelo de partido empresarial es aplicado al estudio de caso del partido peruano Peruanos Por el Kambio en el marco de la campaña presidencial del año 2016. A través de este caso se discuten los rasgos centrales de dicho partido, así como las condiciones en las que se enmarca su aparición y su eventual perdida de impulso.

Palabras clave: Derecha. Empresarios. Partidos políticos.

#### Resumo

Este artigo discute a relação entre as partes e os atores de negócios. Com base nessa relação, ele discute um novo arcabouço teórico que busca limitar algumas das limitações da teoria existente. Busca não apenas fazer uma definição parcimoniosa do conceito, mas também discutir as variáveis que explicam seu surgimento. O modelo de partido empresarial é aplicado ao estudo de caso do partido peruano Peruanos Por el Kambio no marco da campanha presidencial de 2016. Neste caso, são discutidas as características centrais desse partido, bem como as condições em que seu surgimento e sua eventual perda de momentum é enquadrada.

Palavras-chave: Direita. Empresários. Partidos políticos.

#### **Abstract**

This article discusses the relationship between parties and business actors. Based on this

relationship, he discusses a new theoretical framework that seeks to limit some of the limitations of the existing theory. It seeks not only to make a parsimonious definition of the concept but also to discuss the variables that explain its appearance. The business party model is applied to the case study of the Peruvian party Peruanos Por el Kambio in the framework of the 2016 presidential campaign. Through this case, the central features of said party are discussed, as well as the conditions in which its appearance and its eventual loss of momentum are framed.

**Keywords:** Businessmen. Conservatism. Political parties.

Introducción.

En los últimos años, sucedieron al denominado giro a la izquierda sendos triunfos electorales de candidatos procedentes de las elites socioeconómicas y con una importante trayectoria en el sector empresarial. Entre los casos más saltantes se encuentra el dos veces presidente Sebastián Piñera, y los ex presidentes Mauricio Macri y Pedro Pablo Kuczynski de Chile, Argentina, y Perú respectivamente.

En los últimos dos casos, ambos líderes, además de candidatear exitosamente por las presidencias de sus países, debieron construir desde cero organizaciones partidarias que sirvieran a sus propósitos electorales.

De acuerdo a Barndt (2014, 7), en América Latina durante el periodo entre 1975 y 2009 de un total de 278 partidos de los que se disponía información relevante, 118 tenían por lo menos un miembro del gran empresariado dentro de su liderazgo.

En el presente artículo se desarrolla por una parte un marco teórico para abordar este tipo de organizaciones partidarias y por otro lado se desarrollará un estudio de caso centrado en Peruanos Por el Kambio (sic), organización política que llevó a Pedro Pablo Kuczynski a la presidencia del Perú en el año 2016.

Hacia la definición del objeto de estudio

La primera dificultad que se enfrenta al momento de estudiar este tipo de organizaciones políticas se encuentra en la discusión sobre los conceptos a emplearse: las investigaciones en torno a las organizaciones partidarias de derecha son comúnmente el marco general para el estudio de las élites empresariales y su organización partidaria. Sin embargo, "derecha" en este caso puede hacer referencia a una multiplicidad de dimensiones analíticas como señalan Luna y Rovira (2014).

Detrás del membrete de *derecha* pueden aparecer ideas cultural o religiosamente conservadoras, nacionalistas, ideas vinculadas a un individualismo fuerte o una del mercado como institución social central para la producción y distribución. Sin embargo, la ausencia de alguna de estas ideas no lleva necesariamente a concluir que no se está frente a una

representación de la derecha, pues otras ideas que si estén presentes pueden suplir el déficit. De la misma forma la derecha puede funcionar como sinónimo de aquello que Wright Mills (1957) llamó la *elite del poder*. En este grupo más o menos homogéneo (dependiendo del investigador) lo que se encontrará son a miembro de diversas élites, militares, económicas, políticas, religiosas, culturales etc. que aparecen en conjunto como poseedores del poder en una sociedad específica. Visto tanto desde una perspectiva que privilegie las ideas como una que se centre en los actores sociales, la categoría de derecha aparece como sobredeterminada.

Centrada en los partidos políticos, la presente investigación adopta un marco donde lo fundamental es la relación entre la organización y un conjunto de actores sociales específicos: los grandes empresarios. Esta elección supondrá dejar de lado la etiqueta de "derecha" para hablar de dichas organizaciones partidarias.

## La literatura sobre partidos y empresas

La discusión respecto a organizaciones partidarias con algún tipo de presencia significativa de actores empresariales se mueve alrededor de varios puntos relevantes. El primero de ellos enfatiza la personalización de la política partidaria y el surgimiento de emprendedores políticos empresariales como organizadores de este tipo de partidos (Hopkin and Paolucci 1999) (Barndt 2014) (citados enKopecek 2016).

En todos estos casos, el carácter empresarial de los partidos políticos se refiere, por un lado, al peso decisivo del liderazgo político, así como una serie de rasgos organizativos típicos (un partido que sigue pautas del mundo del management y el marketing; que utiliza para su desarrollo estructuras empresariales previamente existentes); y por otro, por un liderazgo integrado por individuos que provienen del mundo de la empresa. Es el caso de Barndt (2014) donde ambas dimensiones se integran en su concepto de *corporation-based party*.

En muchas ocasiones estos empresarios o sus conglomerados desarrollan desde cero una nueva organización partidaria, otras veces ingresan a partidos ya existentes y los reorganizan en torno a los recursos que sus empresas proveen (Barndt 2014, 1-2). El tipo de campaña electoral, así como la forma en que estas organizaciones partidarias interactúan con el electorado son de tipo capital intensivas. En lugar de generar internamente estos recursos o rentarlos de manera externa, los extrae de estructuras empresariales ya desarrolladas. Esto supone una especie de afinidad electiva entre *partidos electoralistas* y la forma en como estos conglomerados empresariales pueden prestar esos recursos.

Otro punto desde el cual observar la relación entre partidos y empresarios no se

enfoca en las particularidades organizativas de los primeros o el tipo de liderazgo que ejercen los segundos; sino que se centran en el primero como vehículo de representación política de los segundos. No se trata de líderes empresariales individuales o de empresas específicas, sino de conjuntos de empresas, gremios y otras organizaciones sociales, que se perciben como ubicadas en el zenit de la pirámide de la estructura social, y que organizan de manera colectiva un partido político. En este sentido, estas organizaciones pueden ser entendidas como representantes de la burguesía, una fracción de esta o de la elite económica de un país.

Al igual que en su símil empresarial, el holding empresarial, el partido de tipo holding-company funciona como comando centralizado, desde donde un conjunto de sectores sociales busca, de manera coordinada, influir sobre las políticas públicas. En este partido coinciden una serie de "familias políticas" que no solo a su vez representan políticamente distintos sectores sociales de manera "clara y completa", sino que disponen de su aquiescencia para hacerlo (Gunther and Hopkin 2003, 213).

En este tipo de organización política prima la dimensión de representación más que la dimensión electoral -como es el caso de los partidos de tipo *catch-all*. En estos partidos la tensión inherente entre eficacia electoral y capacidad de representación se resuelven a favor de la segunda. Es decir que las élites de las facciones políticas al interior del partido tienen preeminencia respecto a los intereses electorales del partido.

El modelo *conservative party* aparece teniendo como preocupación central desarrollar los conceptos que hicieran posible la comparación entre los distintos *movimientos electorales conservadores* que surgieron con inesperada eficacia durante la tercera ola de democratización en América Latina. Su autor plantea que el eje del concepto del *partido conservador* debe desplazarse desde el terreno de la ideología hacia el de la sociedad. Es decir, de la relación que guarda este tipo de organización partidaria con un segmento específico de la sociedad.

Son dos las ideas centrales del conservative party, por un lado, la existencia de un núcleo electoral al interior de este donde se percibe la presencia de estos sectores empresariales; por el otro la naturaleza necesariamente policlasista de su electorado en tanto partido minoritario en el contexto de un régimen democrático.

El partido conservador, tal y como es presentado por Gibson, no funciona exclusivamente como un comité coordinador de los intereses de los grupos más importantes de la sociedad, como en el caso del *partido holding-company*, ni tampoco como una mera correa de transmisión de intereses desde la esfera social hacia la arena política; sino más bien como vehículos que permiten articular, al liderazgo partidario y al un núcleo electoral, bajo un principio de jerarquía, junto con otros sectores sociales en un proyecto político

#### **Definiciones e hipótesis**

Se define como *partido empresarial* a aquel cuyo liderazgo está compuesto por individuos o grupos provenientes del mundo empresarial y que desarrolla relaciones especialmente intensas con dichos sectores. En un extremo dicha relación privilegiada puede ser únicamente con un solo empresario (que probablemente sea el fundador y líder del partido), mientras que, en el otro extremo, dicha relación puede ser sostenida con el conjunto del gran empresariado. Siguiendo a Gibson(1996) se plantea que esta relación privilegiada se expresa en la existencia de i) un núcleo electoral partidario integrado por individuos que provienen del mundo empresarial; y ii) un núcleo electoral que respecto al electorado proviene de los sectores más altos de la sociedad. En tanto se trata de partidos electoralmente competitivos requieren la existencia de una coalición policlasista a nivel del electorado que vaya más allá de estos sectores privilegiados.

Los atributos de la definición propuesta permiten resolver el *trade-off* entre eficacia electoral y grado de representación de los intereses empresariales. El modelo propuesto permite pensar una organización partidaria que, si bien mantiene lazos con múltiples actores sociales, jerarquiza dichos vínculos entre aquellas demandas que pertenecen al núcleo y aquellas provenientes de la base electoral. De esta manera, se produce una *segmentación* que, aunque jerárquica, permite la representación de las demandas de un sector de las elites económicas, al mismo tiempo que exhibe posibilidades de eficacia electoral en un régimen poliárquico a través de la intermediación de cuestiones que son relevantes para un conjunto mayor de la sociedad.

Por otro lado, se plantea como hipótesis de investigación que, en contextos donde existe un régimen político democrático y un Estado suficientemente diferenciado de la sociedad, el surgimiento de este tipo de partidos es el resultado de dos condiciones. En primer lugar, la existencia de un emprendedor político proveniente del empresariado. En segundo lugar, como resultado de un deterioro en la capacidad de representación política de aquellas organizaciones partidarias que hasta ese momento representaban a los sectores empresariales.

La disminución relativa en la capacidad de representación política de los partidos vinculados al empresariado tiene dos consecuencias centrales para el argumento que aquí se expone: por un lado, deja en una situación de disponibilidad a un segmento del electorado (entendido en su doble naturaleza de votantes y grupos de interés) y por otro, deja en similar situación a la elite política cuyos barcos electorales vienen de naufragar. Es esta doble

disponibilidad la que marca la primera condición necesaria.

La existencia de un emprendedor político es también una condición necesaria en tanto la mera existencia de un escenario favorable para la aparición de una nueva organización partidaria no asegura que esta termine cristalizándose. La existencia del emprendedor político permite resolver desde una óptica olsoniana la existencia de un bien público, como puede ser la formación de un partido político, en tanto existe un sub grupo (el cual en un caso extremo podría estar compuesto por el propio individuo emprendedor) que posee una serie de incentivos selectivos en el proceso de formación partidaria.

En la actual literatura sobre partidos políticos, incluidos los estudios sobre América Latina, una de las conclusiones usuales es la falta de conexión entre los partidos electoralistas, predominantes en el panorama actual, y actores de la sociedad civil. Sin embargo, esta imagen no se sostendría empíricamente. Mientras la literatura espera que dichas conexiones se desarrollen con organizaciones sindicales o religiosas, lo que se encuentra es que un gran número de estos organizaciones<sup>ii</sup> poseen vínculos intensos con actores de la sociedad, concretamente con empresarios y grupos empresariales específicos<sup>iii</sup> Barndt(2014).

Por otro lado, el enfoque de Gibson permite poner en primer plano la relación con sectores sociales específicos, dejando en un segundo nivel el estudio de la organización interna de estos partidos. En un contexto donde los partidos en América Latina, se encuentran por lo general pobremente institucionalizados, la potencia de estos enfoques queda severamente disminuida. Esto no quiere decir que haya que dejar de lado dicha dimensión, sino colocarlos en su justa medida de acuerdo al objeto a y las preguntas que se juzgan de interés (Gibson 1996, 20-21).

## Un espacio vacío: la representación política de los sectores empresariales

Hasta el año 2000, el grueso de la representación política del empresariado se canalizaba a través de Alberto Fujimori y su gobierno. Luego de haber ganado las elecciones de 1990 con una coalición electoral muy similar a la de la izquierda de dicha época, inició su acercamiento a los sectores empresariales hasta convertirse en su representante político. Esto último se expresó no sólo en los patrones electorales del fujimorismo, sino en las preferencias electoras de los sectores socioeconómicos más altos reflejadas en las encuestas de aquel periodo y los apoyos públicos de los principales gremios empresariales (Dietz and Dugan 1997) (Durand 2003, Cotler 2000).

La abrupta caída de Fujimori puso a estos sectores, al igual que en 1990 en una posición fuera de juego. Los gremios empresariales debían tender puentes con aquellas

fuerzas políticas que habían quedado en el lado ganador del conflicto político. Se trataba en varios casos de nuevas organizaciones o como en el caso del PPC de viejos conocidos a los que había que volver a acercarse.

La historia previa, así como las cercanías sociales y programáticas (Tuesta 1994) hicieron del PPC una de las primeras opciones en la fase que se abrió luego de la caída de Fujimori. Por un lado, el perfil de los votantes del PPC está asociado a una serie de variables relacionadas a los sectores socioeconómicos altos. Por el lado de los actores gremiales, los hallazgos son ciertamente menos concluyentes, pero señalan no solo la presencia de algunos líderes empresariales en las listas del partido, así como un significativo apoyo financiero durante la campaña del 2006.

La principal dificultad del vínculo entre los empresarios y el PPC es que este, pese a sus buenos resultados electorales, no pudo ganar las elecciones del 2001 ni las del 2006. A diferencia de la relación con Fujimori, la cual garantizaba acceso al Ejecutivo, el acercamiento al PPC, nunca tuvo la misma posibilidad. Los grandes empresarios, en ambas coyunturas debieron acercarse a quienes terminaron ganando las elecciones.

Los hechos posteriores a las elecciones generales del 2006, especialmente los resultados de las municipales de 2010, debilitaron el liderazgo del PPC, mostraron a una organización incapaz de ganar y una ausencia de un candidato electoralmente competitivo. En este cuadro se produjo la defección de los electores del PPC, incluidos los sectores empresariales y los votantes pertenecientes a los estratos más altos. La disponibilidad de estos ofreció las condiciones de posibilidad para que la candidatura de Pedro Pablo Kuczynski creciera.

Respecto a los empresarios y sus gremios, ¿hasta qué punto la disminución en la capacidad de representación política del PPC, los ponía en una situación de disponibilidad? Si bien estos actores podían haber desarrollado una relación privilegiada con el PPC en las elecciones del 2001 y del 2006, la mayor parte de la oferta partidaria se encontraba cerca de sus posiciones programáticas. La experiencia inmediatamente previa, señalaba que al margen de quién se alzara con la victoria, las relaciones entre los gremios empresariales y los gobiernos nunca se interrumpió. Como señala Vergara (2012), desde la caída de Fujimori, los resultados electorales tuvieron poco impacto a la hora de modificar los rumbos que el país debía seguir.

Si bien la disminución en la capacidad de representación política que podían experimentar los empresarios a partir de la merma electoral del PPC era real, también lo era la certeza de que otros caminos, quizás más provechosos seguían abiertos. En todo caso desde el particular interés de esta investigación, la merma del PPC, abría el escenario para que otra organización política retomase la representación política de estos sectores.

## Peruanos Por el Kambio: un partido para ser presidente

Un mismo hecho puede ser simultáneamente novedoso y repetido. Eso le sucedía a Pedro Pablo Kuczynski quien la tarde de aquel 28 de julio de 2016, cruzaba una vez más el umbral de la sede del ejecutivo peruano. No era la primera vez que ello sucedía, PPK como es conocido en la política local, venía entrando y saliendo por esas puertas desde inicios de 1960. Kuczynski ha sido miembro del Banco Central y cuatro veces ministros de Estado en diversos gobiernos. Sin embargo, esta vez cruzaba por primera el umbral de la *casa de Pizarro* como funcionario electo.

Una parte significativa de la vida de PPK ha transcurrido en el mundo de las finanzas internacionales. Ha sido funcionario del Banco Mundial; empleado de la banca de inversión, miembro del consejo directivo de diversas empresas globales; y propietario de fondos de inversión regional. En este último rol, la actividad empresarial de Kuczynski se ha concentrado en dos terrenos: la administración de fondos de inversión regional y la asesoría en estructuraciones financieras.

La estructura empresarial del ex presidente peruano es en realidad muy pequeña: una oficina ubicada en el estado de Florida, donde trabajaba al lado de su esposa y tres socios más. Las distintas personas jurídicas que componen el grupo empresarial de PPK son por lo general ficciones jurídicas para convertir personas privadas en empresas de tipo individual (Dammert 2009).

Por la naturaleza del negocio Kuczynski participa en operaciones que involucran varios cientos de millones de dólares, pero nunca con capital propio sino como agente estructurador y facilitador. Si bien no se conocen las utilidades precisas de estos negocios, los números no permiten hablar de sus empresas como grandes actores económicos<sup>iv</sup>.

En Kuczynski se sintetizan una serie de pertenencias que son útiles para transcurrir los caminos de la política. Su educación es un recorrido por una serie de instituciones de elite tanto en el Perú, como luego Inglaterra y finalmente los EE.UU. Su trabajo en el Banco Mundial o en el First Bank of Boston, su primer y segundo matrimonio, su vida en la escena política internacional y peruana, le han permitido cosechar una serie de vínculos. Sus múltiples encargos ministeriales, le permiten alternar con el alto funcionario público peruano. En distinta medida varias de esas redes se pondrán en movimiento durante su aventura partidaria.

La candidatura de 2016 no fue el primer intento de Kuczynski por alcanzar la presidencia. En 2011 Kuczynski se convirtió en el candidato de una variopinta coalición electoral, la *Alianza por el Gran Cambio*. Los costosos requisitos que imponía la legislación

electoral para crear un nuevo partido hicieron que Kuczynski buscará ser candidato de algún partido ya inscrito. La oportunidad llegó de la mano de tres partidos de corte personalista quienes encontraron en el ex ministro el candidato presidencial que les permitiría competir por otros cargos de elección popular con mayores probabilidades de éxito. El otro partido que se integró a la coalición encabezada por Kuczynski fue el PPC, quien como se vio en páginas previas pasaba por sus propias dificultades.

El inesperado tercer lugar que obtuvo en aquellas elecciones, le mostró al ex ministro que podía ser un candidato competitivo, pero también convencieron a él y a su entorno que la próxima vez había que buscar un vehículo electoral propio<sup>v</sup>.

Para el 2015 Peruanos Por el Kambio gozaba del reconocimiento oficial que la ley electoral le otorgaba, pero su existencia era más bien virtual. Es recién con la proximidad de las elecciones de 2016 que dicha virtualidad se quebró y comenzó más bien el proceso de construcción de estructuras políticas reales (Sifuentes 2019, p. 321).

A mediados del año 2015 el Instituto País, el think thank, formalmente dirigido por PPK, y creado como una asociación civil para elaborar políticas públicas, se transformó. Tanto el local donde funcionaba, como quienes ahí trabajaban se integraron a la campaña electoral (Sifuentes 2019, p. 340).

En dicho periodo se inicia el reclutamiento del personal partidario para la campaña. Por un lado, el partido construye su red territorial reclutando una serie de operadores políticos con disimiles pasados en la política peruana. Son personas que tienen experiencia en campañas políticas, en organización de partidos e incluso en el aparato estatal pero poco conocidos en la opinión pública nacional.

Por otro lado, el partido recluta personas que se encarguen de la planificación de la campaña nacional, de especialistas para la confección del plan de gobierno y de voceros frente a los medios. A este grupo se incorporarán varios de los que luego serían candidatos al congreso. Este otro grupo tiene como punto en común tanto su cercanía con Kuczynski como haber ejercido altos cargos de responsabilidad en el sector público y/o privado. Esta división si bien real admitía cierto intercambio en algunos casos puntuales.

Algo que debe quedar claro en el funcionamiento de la organización partidaria es que sus estructuras son extremadamente fluidas. Las fronteras entre el partido y el entorno en el que se mueve son mas bien porosas y móviles. Asimismo, las responsabilidades al interior de la organización van cambiando al calor de las demandas de la campaña electoral y los rendimientos electorales de la candidatura<sup>vi</sup>.

Al igual que la absoluta mayoría de partidos políticos peruanos, PPK funciona como una *coalición de independientes*. Organizaciones que se articulan sobre la base de alianzas coyunturales entre políticos con marcadas zonas de influencia territorial, carecen de una

estructura partidaria pero son eficaces para competir en una campaña electoral (Zavaleta 2014).

## Los empresarios como núcleo partidario

Para observar el papel de los empresarios dentro del núcleo partidario, se ha prestado atención a dos indicadores: la presencia de estos dentro de la estructura del partido; y el financiamiento partidario.

Como se vio en la sección precedente, uno de los grupos que se acerca al partido tiene en común su proximidad a Kuczynski. Es a este último grupo al que pertenecen los empresarios que participan en el partido y la campaña del 2016. En todos los casos es la relación personal con el candidato presidencial es la que explica la participación de estos últimos en la campaña presidencial.

Son dos los lugares donde aparecen estos empresarios. Por un lado, vinculados a la captación y gestión de los recursos para la campaña presidencial, y por otro, ocupados en la preparación del plan de gobierno. Por lo general, estos se sumaron una vez que se empezaron a estructurar los distintos grupos de cara a la campaña. Es decir, que no participaron de manera activa en el proceso de inscripción de la organización política.

Además de esta revisión del equipo de campaña, es posible observar por un lado la estructura partidaria oficial de Peruanos Por el Kambio y por otro la lista parlamentaria. ¿Hay en alguno de estos espacios una presencia significativa de personas provenientes del mundo del gran empresariado? En el caso de la estructura organizativa del partido la respuesta es negativa. De las setenta y cuatro personas que ocupan los principales cargos de dirección del partido solamente dos señalan como actividad la empresarial, pero vinculados a pequeñas y medianas empresas. De hecho, los perfiles más comunes dentro del organigrama de Peruanos Por el Kambio son aquellos con pasado político. La relevancia de estas estructuras oficiales del partido son una gran incógnita. No tuvieron incidencia durante la campaña política y menos durante el gobierno de Kuczynski.

En el caso de la lista parlamentaria<sup>vii</sup> el resultado es muy similar. Únicamente un caso calza en la categoría de empresario. Otros personajes con un pasado gremial empresarial, son contabilizados más bien como políticos dada su experiencia en el sector ya sea como funcionarios electos u ocupando cargos de designación política en repetidas ocasiones (Arcasi and Alvarado 2016). Más bien el perfil que predomina en la lista congresal es de personas que se han desempeñado principalmente en el sector público.

Si antes del inicio del gobierno, las tensiones tenían como contendientes a quienes por un lado se denominó operadores políticos y por otro lado a aquellos que fueron reclutados para ejercer roles de cara a la opinión pública; ahora a este último grupo se sumaron quienes fueron reclutados para los principales cargos de gobierno. La pugna tendrá como tantas otras cosas en el Perú, ribetes raciales: mientras los primeros serán señalados como "los gorgojosviii" por sus adversarios políticos, el otro sector será motejado como "la mancha blanca". Y como desde hace varios siglos en el Perú el fenotipo es en realidad un poderoso indicador de pertenencia social. Así los integrantes de la denominada "mancha blanca" no solo resultaban por sus rasgos fenotípicamente europeos; sino que inmediatamente remitían a un mundo social de élite: educación, lugares de socialización, tipos de empleo, y clubs sociales<sup>ix</sup> eran parte de los lugares que este grupo tenía en común. Como señala Sifuentes " Era difícil encontrar, en los círculos cercanos a PPK, gente sin intereses empresariales" (2019, p. 74).

En este escenario los operadores eran doblemente débiles. Por un lado, si bien mantenían el control de un partido, este era extremadamente débil. No solo carecía de un número significativo de militantes; sino que luego de terminada la campaña carecía de recursos económicos significativos. Por otro lado, los integrantes del grupo de los operadores políticos lograron tan solo posiciones de segundo orden en el Ejecutivo. Si desde la campaña electoral este sector había sido puesto en cuestión por una serie de denuncias periodísticas, una vez instalados en puestos en el ejecutivo, los cuestionamientos no cesaron y poco a poco fueron apartados de sus cargos. Cien días después de que el gobierno hubiese entrado en funciones, salvo un parlamentario electo, ninguno de los otros permanecía en su puesto en el Ejecutivo (Marchán 2016).

Las pocas personas que provenían del mundo empresarial y que durante la campaña desempeñaron roles al interior del partido, una vez instalado el gobierno se alinearon con la denominada "mancha blanca" o mantuvieron su cuota de poder en base a su relación personal con Kuczynski.

Ya en el gobierno el estilo de liderazgo de Kuczynski dictó que recayera en el Primer Ministro Fernando Zavala el peso del gobierno cotidiano. Este último, precoz Ministro de Economía durante el paso de Kuczynski por la oficina de Primer Ministro, pasó luego al sector privado, donde hasta 24 horas antes de su juramentación ostentaba el cargo de presidente del directorio de la cervecera Backus subsidiaria de la empresa SAB-Miller, así como un asiento en varias de las principales empresas del país<sup>x</sup>.

Mientras las relaciones del Primer Ministro con el resto del gabinete eran más bien fluidas, pues había participado en la elección de casi todos, con los congresistas la cosa fue distinta. Zavala privilegió la relación con un grupo de la bancada oficialista frente a otro que tenía como uno de sus rasgos su mayor cercanía al partido. Eventualmente algunos parlamentarios excluidos por el Primer Ministro se unieron al sector de los *operadores* 

políticos para buscar ganar influencia en el gobierno. Parapetándose bajo el paraguas del partido exigían mayor presencia en el gabinete y en las decisiones del gobierno (Redacción 2017).

Si bien la pugna aparece como un problema de partido vs. gobierno, en realidad son grupos que disputan cuotas de poder en el rumbo del gobierno y en la posesión de cargos. A la larga, queda claro que los del primer grupo, quizás por su falta de recursos e influencia en otras esferas sociales, se concentran en el terreno de la política y el partido para obtenerla. En cambio, *la mancha blanca* poseía otros recursos capaces de movilizar; sus cargos en el ejecutivo nacional, sus saberes técnicos especializados, su acceso a medios, su llegada y/o pertenencia a los sectores empresariales, entre otros.

Como se mencionó al inicio de la presente sección, la presencia física de los empresarios en la organización partidaria no es la única forma a través de la cual pueden canalizar su apoyo. Una forma más discreta y también menos intensa en compromiso, son las donaciones de campaña.

En el Perú las organizaciones políticas están obligadas a presentar a la ONPE informes de financiamiento partidario de manera periódica, tanto durante las campañas electorales como durante los periodos no electorales. Sin embargo, la falta de obligatoriedad para bancarizar el dinero ingresado, la ausencia de sanciones efectivas en los casos de omisión de declaración de fondos o de declaración falsa de aportantes hace de poca utilidad estos informes. De esta manera, no se puede conocer si un partido obtiene el grueso de sus recursos de un pequeño número de grandes donaciones o más bien si se trata de una gran cantidad de pequeños donantes.

En el Perú, recientes investigaciones fiscales producto del caso Lava Jato han permitido, entre otras cosas, conocer no solo con mayor exactitud el financiamiento de partidos políticos, sino establecer la distancia entre los aportes reales y aquellos presentados oficialmente al organismo público competente. Sin embargo, dichas investigaciones se han centrado principalmente en la ex candidata fujimorista, Keiko Fujimori y en mucho menor medida en Pedro Pablo Kuczynski.

Los reportes oficiales señalan que, entre diciembre 2015 y abril 2016, el partido de Kuczynski recaudo alrededor de 2.51 millones de dólares. En el mismo periodo la candidatura de Keiko Fujimori, su principal contendiente, recaudó alrededor de 4.02 millones de dólares. Un detalle importante es que Kuczynski aparece como uno de los principales donantes de su propia campaña, hecho que no ocurre con Fujimori y que da cuenta de como iban los apoyos electorales entre los grandes donantes.

Al margen de la información publicada por la oficina encargada de la supervisión de fondos de campaña, las investigaciones fiscales han hallado que la campaña de Keiko

Fujimori recibió por lo menos 6.32 millones de soles de aportes empresariales no declarados. Una situación similar se verifica en el caso de la campaña de Kuczynski. En este último caso, el monto de empresarios no declarados en los estados financieros alcanza los 660 mil soles (Durand and Salcedo en prensa). Por esta razón no se ha analizado en mayor detalle las identidades y los montos de las donaciones, pues es claro que los registros dados por las organizaciones políticas no son confiables en este punto.

Al margen de la información oficial, ¿qué dicen los entrevistados respecto a la recolección de fondos en esta campaña? En general los grandes grupos fueron mas reacios a apoyar su candidatura. Les parecía el mejor presidente posible, pero consideraban que era imposible que ganase<sup>xi</sup>. Quienes más apostaron por el financiamiento de la campaña electoral fueron medianos empresarios provenía de la región costera y de los principales centros urbanos del país vinculados a sectores de turismo, mediana agricultura y comercio, y algunos grandes empresarios que se beneficiaron con la apertura económica de la década de 1990<sup>xii</sup>.

#### El núcleo electoral

En esta sección, se observará el vínculo entre el partido y su núcleo electoral. Es decir, la relación particularmente intensa que se habría desarrollado entre la candidatura y el partido de Kuczynski por un lado y las elites socioeconómicas por el otro. Para observar esta relación se han seleccionado dos tipos de indicador. El primer de ellos, son un conjunto de mediciones de intención de voto desarrollados por la empresa IPSOS ordenadas de acuerdo al nivel socioeconómico (NSE) de los encuestados<sup>xiii</sup>. El segundo indicador, se ha construido a partir de datos electorales y sociodemográfico para observar la correlación entre el voto y nivel socioeconómico.

En el primer caso, los datos señalaron que en 8 de las 11 mediciones que se realizaron entre abril de 2015 y abril de 2016, Kuczynski fue el candidato que con mayor intensidad recabó el apoyo del NSE A. En las tres mediciones restantes PPK ocupó el segundo lugar. En el periodo analizado, ex ministro obtiene el mejor promedio en las preferencias del NSE A con un 33,91% vs. el 17.36% del candidato ubicado en segundo lugar. De cara al balotaje, las preferencias del NSE A se decantan claramente por Kuczynski. Las encuestas realizadas en dicho periodo colocaron al antiguo banquero con un 65% promedio de apoyo del NSE A frente a un 26.17% de Fujimori.

Como ya se mencionó, la segunda forma de medir la intensa relación entre los estratos socioeconómicos más altos y el partido de Kuczynski consiste en la aplicación de un modelo de regresión lineal que toma como variable dependiente el voto por el candidato

y como variables independientes una serie de indicadores que funcionan como proxis del nivel socioeconómico del elector: nivel educativo, categoría ocupacional y niveles de pobreza (Ver Tabla 1).

En los dos primeros casos, se tomó categorías específicas al interior de dichas variables: educación superior universitaria completa; y categoría ocupacional patrón. En el último caso, el índice de pobreza ha sido transformado en uno de no pobreza, tomando el resto de la variable original. Todos los datos han sido recolectados a nivel de distrito<sup>xiv</sup>. De los 1877 casos posibles se trabajó con un N=1817.

Se pusieron a prueba tres modelos de regresión lineal que tomaron en cuenta dichas variables, tanto de manera conjunta como separada. En todos se observa una relación positiva entre los indicadores y la variable dependiente.

Tabla 1. Modelos OLS votación de PPK 2016.

	Model 1	Model 2	Model 3
(Intercept)	-0.00	0.02 ***	0.01 ***
	(0.00)	(0.00)	(0.00)
Patron	0.23 ***		0.10 *
	(0.05)		(0.04)
NoPobre	0.16 ***	0.06 ***	0.06 ***
	(0.01)	(0.01)	(0.01)
Univ		0.76 ***	0.75 ***
		(0.03)	(0.03)
R^2	0.28	0.47	0.47
Adj. R^2	0.28	0.47	0.47
Num. obs.	1817	1817	1817
RMSE	0.06	0.05	0.05
*** p < 0.001, ** p < 0.01, * p < 0.05			

Fuentes: Oficina Nacional de Procesos Electorales, Instituto Nacional de Estadística y Ministerio de Economía y Finanzas. Elaboración propia.

En el caso del modelo que toma en cuenta las tres variables todas tienen una asociación positiva con la variable dependiente. El aumento de una unidad en el numero de electores con educación superior universitaria completa supone un crecimiento de 0.72 en el voto por Kuczynski. De manera similar, un aumento en una unidad en la variable no pobres o en la variable categoría ocupacional de patrón supone un aumento de 0.06 de y un 0.1 respectivamente en la variable dependiente. En los dos primeros casos, la relación es estadísticamente significativa a un nivel de p<0.001, mientras que en el último es de p<0.05. Controlando únicamente por niveles de no pobreza, el coeficiente de la variable educación superior universitaria completa aumenta hasta un 0.76 y el de categoría ocupacional patrón disminuye a un 0.19, ambos con niveles de significancia de p< 0.001. Cuando se controla

únicamente por la variable p*atrón*, el coeficiente de la variable educativa aumenta hasta un 0.79 y el de *no pobre* hasta un 0.16, ambos con niveles de signficancia de p< 0.001. Las tres variables seleccionadas dan cuenta de la asociación esperada, sectores socioeconómicos más altos tienden a votar más por Kuczynski.

#### **Conclusiones**

Al inicio del texto se señaló una hipótesis referida a las causas de surgimiento de lo que se denominó partido empresarial. Fueron dos las condiciones enunciadas. Por un lado, la disminución relativa en la capacidad de representación política del empresariado a través de la narración del cuadro político previo a la aparición de Kuczynski.

Por otro lado, la existencia de un emprendedor político de tipo empresarial, como condición para el surgimiento de este tipo de partidos. A partir de la narración se muestra como la presencia de Kuczynski es insustituible a la hora de explicar la conformación de Peruanos Por el Kambio. Sin emprendedor político no existe sub grupo capaz de dar vuelta al problema de acción colectiva que la formación del partido supone. Sin embargo, la existencia de este está supeditada a la necesidad electoral de Kuczynski. En palabras de uno de los entrevistados, miembro del equipo de plan de gobierno, más no militante de PPK, "...si Kuczynski hubiera podido postular de manera independiente, es decir sin partido, lo hubiera hecho..."xv. El interés de Kuczynski por el partido se detiene en el momento en que este ha cumplido el objetivo presidencial.

Puesto en el sillón de Pizarro, PPK y varios de los que habían operado dentro del partido, pasan al Ejecutivo y dejan de lado el trabajo dentro de la organización política, el cual queda en manos de aquellos que pertenecían a la facción de los operadores políticos y a quienes, por su trayectoria, pueden ser clasificados como políticos profesionales.

Las distintas facetas que como miembro de la élite nacional exhibe Kuczynski, le permitieron impulsar su candidatura y su organización política. Sin embargo, estas fueron simultáneamente su límite. Sus estructuras empresariales no disponían de altas dotaciones de capital físico o humano; ni de recursos que pudiesen funcionar como bienes selectivos a ser distribuidos en potenciales redes de clientela. Se trataba más bien de estructuras empresariales que aseguraban contactos fluidos con el poder político y con otros grandes empresarios, pero que no permitían desarrollar un partido sólido.

Un buen contrapunto con el caso de PPK es el del empresario educativo César Acuña y su partido Alianza Por el Progreso (APP), con el que disputó exitosamente la alcaldía de la norteña ciudad de Trujillo y luego el gobierno regional de La Libertad. En las sucesivas elecciones en las que ha participado, APP ha aumentado su número de victorias ya sea a

nivel subnacional o nacional en el parlamento.

En el caso de Acuña<sup>xvi</sup>. las estructuras y recursos de sus empresas le permiten desarrollar la organización política tomando recursos que provienen de sus negocios. Este *subsidio cruzado*, entre los negocios y la política no se restringe únicamente al dinero. Incluye también el acceso a personas y redes ya desarrolladas que faciliten la puesta en marcha y la posterior campaña política. Asimismo, estructuras físicas pueden convertirse en locales de campaña, las gerencias de marketing en estructuras capaces de planificar y desarrollar campañas de marketing político, y en última instancia se pueden desarrollar redes clientelares a través de los bienes y servicios producidos por el aparato empresarial del emprendedor.

Ninguno de estos elementos está presente en el papel empresarial de Kuczynski. En primer lugar, las utilidades que sus empresas generan si bien le garantizan una riqueza personal apreciable y permiten financiar una estructura mínima, son insuficientes para enfrentar los gastos que supone la inscripción de un partido político en el Perú y más aún para hacer una campaña presidencial competitiva. En segundo lugar, su giro empresarial, poco intensivo en mano de obra, le impide tener acceso al personal indispensable para echar a andar primero un partido y luego una campaña electoral. En tercer lugar, la pequeña estructura empresarial que posee no puede ser refuncionalizada en aparatos partidarios o de campaña. En cuarto lugar, no existe ningún tipo de incentivos selectivos que puedan ser distribuidos desde sus empresas para desarrollar relaciones clientelares con sus potenciales electores. Desde esta perspectiva, su faceta como empresario colabora poco con el desarrollo de su partido político.

De hecho, Kuczynski debe trabar una serie de alianzas con operadores políticos locales para hacer crecer territorialmente su organización. Debe reclutar además personal político que posee las habilidades que su tejido empresarial y sus relaciones personales no pueden proveer.

¿Qué es lo que posee Kuczynski? Su vínculo con actores políticos, económicos y sociales relevantes. No sólo es capaz de ocupar el lugar vacante que en términos electorales había dejado el PPC; sino que sus relaciones le permiten tener una importante exposición en medios; y ser percibido, por lo menos en términos electorales como el candidato más cercano a los sectores más grandes del empresariado.

En cambio, estas últimas cualidades no están presentes en Acuña, No solo el empresariado se muestra preocupado por su candidatura y sus posibles políticas de gobierno; sino que su crecimiento electoral posee un patrón distinto al mostrado por Kuczynski y su partido.

Ambos pueden ser catalogados como emprendedores políticos empresariales, pero

solo uno de ellos es capaz de desarrollar un *partido empresarial* en los términos propuestos en la presente investigación.

El otro gran punto abordado en este artículo consistió en contrastar el caso seleccionado frente a los atributos definitorios (núcleo partidario y el electorado del partido) planteados en el marco teórico. Respecto al núcleo partidario, tanto las secciones que abordan al tipo de emprendedor político, así como los antecedentes partidarios, desarrollan el papel fundamental de empresarios en él. De la misma manera, ocurre cuando se avanza sobre la creación de Peruanos Por el Kambio, tanto durante la campaña electoral, como durante el periodo gubernamental. Por último, se ha abordado la presencia de personas del mundo empresarial en el poder ejecutivo, específicamente en la formación del primer gabinete de Kuczynski.

En todos los puntos anteriores aparecen en un lugar central los empresarios tanto dentro de la organización política en diversos momentos, como en el gobierno mismo. Sin embargo, tampoco se puede ignorar que en todos esos momentos aparecen en escena otros personajes que son más bien políticos profesionales en busca de un cargo electivo, o ofreciendo sus servicios profesionales como organizadores partidarios.

También es correcto afirmar que el papel de estos empresarios se explica a partir de sus vínculos sociales individuales y no sus afiliaciones institucionales. Se trata de amigos, colegas, antiguos compañeros de trabajo que deciden aproximarse al emprendimiento político de Kuczynski.

Respecto al núcleo electoral observado desde su electorado, las distintas mediciones propuestas, si bien cada una con dificultades propias, apuntan a una relación intensa con los sectores sociales más altos.

Si bien la existencia de Peruanos Por el Kambio no puede entenderse sin el espacio electoral vacante que el retroceso en las preferencias que el PPC dejó; ésta no puede restringirse a ella. Si en el 2011 el PPC se integró a la coalición que llevó como candidato a Kuczynski, es fundamental el papel de este último como emprendedor en esa experiencia, como especialmente en el desarrollo de la organización político que lo llevó a la presidencia cinco años después.

Una última conclusión respecto a Peruanos Por el Kambio, que emerge del estudio del caso mismo. Si bien esta organización es una consecuencia subsidiaria de su deseo de ser presidente, de ahí también la naturaleza personalista de la organización; está también sobredeterminada por los rasgos del sistema partidario nacional. Si PPK es también una organización de corte personalista, con débiles y volátiles estructuras internas, lo es también porque este es un rasgo dominante del sistema partidario peruano.

Recebido: 30/08/2021 Aceito: 20/11/2021 Publicado: 18/02/2022

### Bibliografía

Alejandro, Cavero. 2016. "El partido en los tiempos de gobierno." *El Comercio*, 12/10/2016, 6, Politica.

Arcasi, Gonzalo, and Sandra Alvarado. 2016. ""De los 420 precandidatos al Congreso, ahora quedan 180". Entrevista a Gilbert Violeta, jefe de campaña de PPK." *Gestión*, 04/01/2016, 27, Política.

Barndt, William T. 2014. "Corporation-based Parties: The Present and Future of Business Politics in Latin America." *Latin American Politics and Society* 56 (3):1-22. doi: 10.1111/j.1548-2456.2014.00237.x.

Barrenechea, Rodrigo. 2014. *Becas, bases y votos: Alianza PAra el Progreso y la política subnacional en el Perú, Colección Mínima*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

Collantes, Alfonso. 2019. "Grados descartó que Vizcarra haya participado en recaudación de fondos en 2016." Diario La República, Last Modified 21/02/2019, accessed 27/12/2019. <a href="https://larepublica.pe/politica/1418031-martin-vizcarra-alfonso-grados-descarto-presidente-haya-participado-reacudacion-aportes-2016/">https://larepublica.pe/politica/1418031-martin-vizcarra-alfonso-grados-descarto-presidente-haya-participado-reacudacion-aportes-2016/</a>.

Cotler, Julio. 2000. "Los empresarios y las reformas económicas en el Perú." *Estudios Sociológicos* 18 (53):291-328.

Dammert, Manuel. 2009. "El Grupo Empresarial y las funciones públicas de Pedro Pablo Kuczynski." In *La República lobbysta, amenaza contra la Democracia Peruana en el siglo XXI*, edited by Edición del autor, 25-40. Lima.

Dietz, Henry, and William Dugan. 1997. "Clases sociales urbanas y comportamiento electoral en Lima: un análisis de datos agregados." In *Los enigmas del Poder*, edited by Fernando Tuesta, 251-274. Lima: Fundación Friedrich Ebert.

Durand, Francisco. 2003. *Riqueza económica y pobreza política. Reflexiones sobre las elites del poder en un país inestable*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Durand, Francisco, and Emilio Salcedo. en prensa. *El dinero en campaña*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú OXFAM.

Gibson, Edward L. 1996. *Class and conservative parties : Argentina in comparative perspective*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Gunther, Richard, and Jonathan Hopkin. 2003. "A Crisis of Institutionalization: The Collapse of the UCD in Spain." In *Political parties old concepts and new challenges*, edited by Richard Gunther, José Ramón Montero Gibert and Juan J. Linz, 191-232. Oxford [etc.]: Oxford University Press.

Hopkin, Jonathan, and Caterina Paolucci. 1999. "The business firm model of party organisation: Cases from Spain and Italy." *European Journal of Political Research* 35 (3):307-339. doi: 10.1111/1475-6765.00451.

Kopecek, L. 2016. ""Im Paying, So I Decide": Czech ANO as an Extreme Form of a Business-Firm Party." *East European Politics & Societies*. doi: 10.1177/0888325416650254.

Luna, Juan Pablo, and Cristóbal Rovira Kaltwasser, eds. 2014. *The Resilience of the Latin American Right*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Machacuay, Michael. 2019. "PPK renuncia a la presidencia del Partido de Peruanos por el Kambio." Grupo La República, Last Modified 04/02/2019, accessed 27/12/2019. <a href="https://larepublica.pe/politica/1407019-ppk-presento-renuncia-partido-peruanos-kambio-congreso-pedro-pablo-kuczynski/">https://larepublica.pe/politica/1407019-ppk-presento-renuncia-partido-peruanos-kambio-congreso-pedro-pablo-kuczynski/</a>

Marchán, Eloy. 2016. "Semana Agitada." *Hildebrandt en sus trece*, 28 de octubre del 2016. 1

Redacción. 2017. "Heresi cuestiona a asesores de PPK: No tienen idea de lo que es ganar una elección." *Gestion*, 27, Política.

Sifuentes, Marco. 2019. K.O. P.P.K. Caída pública y vida secreta de Pedro Pablo Kuczynski. Lima: Editorial Planeta Perú.

Tuesta, Fernando. 1994. Partidos políticos y elecciones en el Perú (1978-1993), Cuadernos de CAPEL. San José de Costa Rica: IIDH, CAPEL.

Vergara, Alberto. 2012. Alternancia sin alternativa: ¿Un año de Humala o veinte años de un sistema? *Revista Argumentos* (3). Accessed 07/09/2019.

Wright Mills, C. 1957. *La élite del poder*. Translated by F.M. Torner and E. de Champourcín. México D.F: Fondo de Cultura Económica. Reprint, 2005.

Zavaleta, Mauricio. 2014. *Coaliciones de independientes. Las reglas no escritas de la política electoral, Ideología y Política*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

Recebido: 30/08/2021 Aceito: 20/11/2021 Publicado: 18/02/2022

<sup>&</sup>lt;sup>i</sup> Cientista Político, profesor en las licenciaturas de ciencia política de la Pontificia Universidad Católica del Perú y de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya. https://orcid.org/0000-0002-8672-1604

ii La mayor parte de los partidos de la región se centran principalmente en las campañas electorales y no en la incorporación de militantes a la organización y el establecimiento de sólidas marcas partidarias. Sin embargo, estos partidos son más que vehículos personalistas en tanto actúan en múltiples arenas partidarias y permanecen como *partidos en el gobierno* cuando triunfan (Barndt 2014, 4-5).

<sup>&</sup>lt;sup>iii</sup> La importancia de las empresas como fuente externa de surgimiento del partido y la caída de partidos de legitimidad externa basados en organizaciones sindicales, por ejemplo, puede ser producto del debilitamiento de estas organizaciones luego de las reformas de mercado de fines de los ochenta

iv Dammert señala que First Capital, una de las personas jurídicas a través de las que PPK desarrollaba su actividad privada participó en operaciones por 2500 millones de dólares entre los años 1993 y 2006 (Dammert 2009, 26). Por otro lado, Sifuentes señala pagos a Kuczynski y sus socios que oscilaban entre 1 y 3 millones de dólares en operaciones de estructuración financiera entre para el desarrollo de infraestructura pública en el Perú.

<sup>&</sup>lt;sup>v</sup> La Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) registra la compra de un kit electoral para el partido "Kausa Perú" en octubre de 2011. Ver en: <a href="https://www.web.onpe.gob.pe/modVenta-Kits/org-politicas-nacional-2011.pdf">https://www.web.onpe.gob.pe/modVenta-Kits/org-politicas-nacional-2011.pdf</a>

<sup>&</sup>lt;sup>vi</sup> Entrevista a miembro del equipo de campaña del entorno de Kuczynski realizada en Lima en el mes de junio de 2017.

<sup>&</sup>lt;sup>vii</sup> Incluye únicamente al distrito electoral de Lima, el de mayor importancia por el número de bancas asignadas, así como por ser el distrito donde PPK obtuvo su mayor votación.

viii Insectos de color oscuro que popularmente se asociación a la merma de los cultivos de arroz.

<sup>&</sup>lt;sup>ix</sup> De acuerdo a sus propias hojas de vida varios de los ministros del primer gabinete eran socios de algunos de los clubes más representativos de la clase alta limeña.

<sup>&</sup>lt;sup>x</sup> Fuente: Hoja de vida de Fernando Zavala

xi Entrevista realizada a uno de los responsables de captación de fondos y de organización de la campaña electoral de Peruanos Por el Kambio en el 2016, realizada en Lima en junio de 2017.

xii Entrevista realizada a uno de los responsables de captación de fondos y de organización de la campaña electoral de Peruanos Por el Kambio en el 2016, realizada en Lima en el mes de junio de 2017.

xiii El índice de Niveles Socioeconómicos incluye variables relacionadas con el nivel educativo, el bienestar material y la cobertura médica del encuestado. A partir de estos datos se clasifica a cada encuestado en una escala de cinco niveles, de A a E. Según el documento que desarrolla las cifras de NSE a nivel nacional para el 2016 un 2.2% de los hogares a nivel nacional.

xiv El distrito es el tercer nivel de agregación del voto posible luego de la mesa y el local de votación.

<sup>&</sup>lt;sup>xv</sup> Entrevista a miembro de equipo de campaña de Peruanos Por el Kambio, realizada en Lima en el mes de junio de 2017.

xvi Para un detallado recuento de APP ver (Barrenechea 2014)