

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. TEORÍA	4
2.1. Los vínculos clientelares	4
2.2. Institucionalización del clientelismo	7
2.3. Clientelismo en Chile	11
2.4. Determinantes del clientelismo	14
2.4.1. <i>Características sociodemográficas, las necesidades de la comuna</i>	14
2.4.2. <i>Momento del ciclo político, la cercanía a las elecciones</i>	15
2.4.3. <i>Militancia política, lineamientos programáticos de los partidos</i>	16
2.4.4. <i>Abuso de la incumbencia, el alcalde en terreno y eficiencia institucional</i>	18
3. METODOLOGÍA	20
3.1. Variable dependiente	20
3.2. Variables independientes	21
3.3. Hipótesis	24
3.4. Objetivos	27
3.5. Método	28
4. ANALISIS DE DATOS	29
5. CONCLUSIONES	46
6. REFERENCIAS	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Evolución del estudio del clientelismo en América Latina.....	10
Tabla 2. Resumen de las variables, definición y codificación.	23
Tabla 3. Resumen Variables, Hipótesis y Autores.....	26
Tabla 4. Audiencias otorgadas por alcaldes desde la implementación de la ley.....	32
Tabla 5. Cantidad de audiencias otorgadas por pacto/partido en periodo electoral.....	39
Tabla 6. Modelos de regresión lineal. Dependiente: Tasa de audiencias otorgadas.	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Audiencias otorgadas por alcaldes desde la implementación de la ley.	35
Figura 2. Tasa de audiencias realizadas según periodos en el cargo del alcalde.	41