



Universidad de  
**San Andrés**

**Universidad de San Andrés**

**Departamento de Ciencias Sociales**

**Licenciatura en Relaciones Internacionales**

**Voto Económico en Argentina: El impacto del ingreso  
en la conducta egotrópica**

Universidad de

**San Andrés**

**Autor: Luis Matías Wagner**

**Legajo: 30233**

**Mentor: Diego Reynoso**

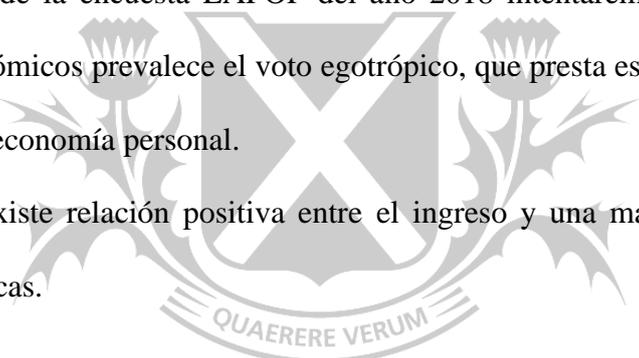
**Victoria, noviembre 2022**

## Abstract

¿Cómo votamos los argentinos? Si las percepciones sobre la economía importan, ¿Qué parte de la economía importa? ¿Es la percepción sobre nuestras finanzas personales o sobre la performance de la economía en general? En el presente artículo abordaremos la cuestión del voto económico en Argentina y particularmente el efecto del ingreso sobre el voto egotrópico, proceso cognitivo estudiado *ad extendum* por la literatura de nuestro campo.

A través de datos de la encuesta LAPOP del año 2018 intentaremos precisar en que sectores socioeconómicos prevalece el voto egotrópico, que presta especial atención a la performance de la economía personal.

Concluimos que existe relación positiva entre el ingreso y una mayor proporción de conductas egotrópicas.



Universidad de  
**San Andrés**

## **Agradecimientos**

Quiero dedicar esta sección a todas las personas que ayudaron directa o indirectamente en el transcurso de mi carrera, que culmina con el presente trabajo. Agradezco especialmente a mi familia, a mis padres por inculcarme los valores del esfuerzo y el estudio, a mis hermanos por desarrollar mi interés por la ciencia y la investigación. También a todos mis amigos, con los cuales compartí grandes experiencias durante mi etapa universitaria, a la Universidad de San Andrés como institución y a mi mentor, Diego Reynoso por su gran ayuda para desarrollar este trabajo de graduación



Universidad de  
**San Andrés**

## 1. Introducción

La investigación del comportamiento electoral de los individuos tiene larga data. Los científicos sociales se han preguntado, desde hace ya mucho tiempo, cuáles son los factores que condicionan el voto de las personas. A lo largo de los años se ha construido una estructura conceptual llamada embudo de la causalidad, que propone al voto como el *output* de una gran cantidad de variables explicativas, como la ideología, las instituciones electorales o la economía. (Campbell et al, 1957)

Dentro de las escuelas del voto, la tesis del voto económico ha logrado un consenso extenso. Esta escuela propone al voto como una herramienta que tienen los votantes para premiar o castigar al incumbent según su percepción de la performance económica (Kramer, 1971; Fiorina, 1978; Kinder & Kiewiet, 1979). Esta teoría ha construido un consenso bastante extendido en la academia, *la economía afecta al voto*.

Sin embargo, hacia dentro de la escuela del voto económico podemos encontrar algunas líneas de pensamiento que divergen entre sí. Se postularon una gran variedad de mecanismos causales detrás del voto económico. Uno de los principales debates se genera en torno a la forma en la que los votantes crean sus percepciones de la economía. Dos ejes orientan este debate. El primero depende de un **horizonte temporal**, donde encontramos voto prospectivo y retrospectivo. El voto prospectivo concentra su atención en las expectativas acerca de la performance futura y en las agendas programáticas que los partidos proponen (Kinder & Kiewiet, 1979) En segundo lugar, el votante retrospectivo centra su análisis en la performance pasada de sus gobernantes, premiando o castigando al gobierno de turno dependiendo de su rendimiento económico (Kramer, 1971).

En una segunda dimensión, el foco está en **qué parte** de la economía importa, el debate se divide entre lo personal -relacionado al voto **egotrópico**- y lo colectivo -relacionado al voto **sociotrópico**-.

El modelo egotrópico se concentra en un mecanismo de atribución de responsabilidades que parte desde la *performance* de la economía personal de cada votante (Kramer, 1971; Key, 1966). Un ejemplo de esto podría ser un obrero del sector automotriz de Detroit que votó a Trump en 2016. Si bien la economía norteamericana crecía, sus ingresos se vieron muy impactados y su percepción prevaleció en su voto al challenger.

El grueso de la literatura de voto económico estudió a las democracias más avanzadas y establecidas, constatando una prevalencia del voto egotrópico retrospectivo. Sin embargo, hay una emergente literatura que intenta extender estas conclusiones a los países de la tercera ola democratizadora (Navia & Soto Castro, 2015; Oganesyán, 2015; Weyland, 1998). Estudiar el nexo entre la economía y el apoyo presidencial en Argentina y América Latina nos permite ahondar en los procesos de *accountability* entre el pueblo y sus autoridades. En presidencialismos tan fuertes como los latinoamericanos y particularmente el argentino, la importancia es aún mayor, porque los votantes asignan mucha responsabilidad a los respectivos jefes del poder ejecutivo. En otras palabras, los votantes culpan o premian a sus presidentes por la *performance* económica, tengan responsabilidad o no por los resultados (Cabezas, 2015; Murillo & Visconti, 2017).

El presente trabajo intentará contestar dos preguntas: **¿Cómo impactan los niveles de ingreso de los votantes argentinos en la importancia de las conductas egotrópicas o sociotrópicas?** Para responder esta pregunta ahondaremos en dos teorías rivales: Por un lado, se argumenta que entre los votantes de menores ingresos hay una prevalencia de voto egotrópico (Singer & Carlin, 2013; Echegaray, 2005; Weyland, 1998; Costa Lobo,

2017). Esta población desventajada está más expuesta a redes clientelares, fluctuaciones de ingreso y falta de trabajo, por lo que presta más atención a su bolsillo, generando un proceso de atomización de los votantes (Weyland, 1998). Un votante con menores ingresos ve al voto como una herramienta que puede mejorarle su situación económica, además de que las fluctuaciones económicas impactan fuertemente en la adquisición de bienes elementales como comida o vivienda, por lo que están constantemente pendientes de su performance económica.

Por otro lado, también se argumenta que el voto egotrópico es más común entre personas de mayores ingresos (Wilson & Gomez. 2001 ,2007; Abramowitz et al, 1988). Esta hipótesis se basa en una mayor exigencia en términos cognitivos y de información y mayor sofisticación en términos políticos. La sofisticación se relaciona en gran medida con la educación y esta con el nivel de ingreso, ergo encontraremos más votantes egotrópicos en las escalas más altas del ingreso. En este línea, un votante con ingresos altos tiene la capacidad de procesar mayor información, cualidad necesaria para relaciones outputs económicos, responsables políticos y preferencias electorales.

Universidad de  
San Andrés

## 2. Estado del arte y Marco Teórico

Distintas teorías intentan explicar y predecir los *outcomes* electorales. Podemos encontrar 3 paradigmas principales entre las distintas escuelas: Un paradigma sociológico, uno psicosocial y uno apoyado en el *Rational Choice*.

La gran mayoría de autores que se encuadran en el modelo de Elección Racional – estudiado en este trabajo – plantean que los individuos se comportan racionalmente e intentan siempre maximizar sus objetivos individuales. Así, a la hora de ir a las urnas, el votante racional sopesa los beneficios que obtendrá votando y siendo gobernado por cada uno de los candidatos. (Downs, 1957; Olson, 2009; Riker & Odershook, 1968; Arrow, 2012)

El voto económico se enmarca en los principios del *Rational Choice*. Crea un canal de *accountability* electoral, donde los votantes premian o castigan a los gobernantes según su desempeño económico (Fiorina, 1978; Kramer, 1971; Ratto, 2013; Kinder & Kiewiet, 1979). El gobierno, al que se le atribuye la responsabilidad de manejar las riendas económicas del país, es premiado por un buen rendimiento económico o castigado si la economía no marcha bien. A la luz de esta línea de pensamiento, el comportamiento electoral es influenciado fuertemente por las percepciones de las condiciones económicas de los votantes.

Hacia dentro de Rochester podemos encontrar dos mecanismos causales que colisionan: El voto egotrópico y el voto sociotrópico. (Lewis-Beck & Paldman, 2000). La diferencia reside en el proceso de creación de percepciones de las condiciones económicas. **¿En qué se concentran los votantes cuando hacen diagnósticos de la situación económica?** Por un lado, **el voto sociotrópico**, propuesto por Kinder y Keiweit (1979), argumenta que los

votantes basan sus decisiones en las condiciones económicas generales del país, la macroeconomía y la performance de indicadores económicos generales.

**El voto egotrópico**, propuesto en primer lugar por Key (1966) en cambio pone su foco en los atributos de la economía personal de los votantes. Principalmente se fija en las finanzas personales, si está empleado, su nivel de ingreso, su crecimiento económico marginal o su nivel personal de deuda. Múltiples trabajos hallan evidencia mixta, donde ambos componentes coexisten en la formación de percepciones de los votantes, no pudiendo brindar conclusiones definitivas (Gomez & Wilson, 2001).

El presente ensayo intenta colaborar con el cuerpo de literatura que aborda las variables contextuales que influyen en el voto de los argentinos. (Cabezas, 2015; Nadeau et al, 2015). Por ello, el presente trabajo desarrollará y testeará dos hipótesis rivales. La discusión y el sustento teórico de ambas hipótesis será desarrollado más adelante.

La primera hipótesis plantea **una relación inversa entre el nivel de riqueza de los individuos y la prevalencia del voto egotrópico**. Es decir que personas con *menor ingreso* evalúen egotrópicamente a sus presidentes en *mayor proporción* que la población más rica.

H1: Existe una relación negativa entre nivel de ingreso y comportamiento egotrópico

Y, la segunda, plantea **una relación positiva entre el nivel de ingreso de los individuos y la prevalencia del voto egotrópico**. Es decir que personas con *mayores ingresos* tiende a evaluar la economía de forma egotrópica en *mayor medida*.

H2: Existe una relación positiva entre nivel de ingreso y comportamiento egotrópico

### a. Pobreza y Voto egotrópico: Exposición, Volatilidad y riesgo

En primer lugar, vamos a analizar la relación negativa entre ingreso y voto egotrópico. Esta hipótesis se sostiene en que la pobreza es una variable contextual que modifica el proceso de creación de percepciones de la performance económica del incumbent. En países de Latinoamérica y particularmente Argentina los votantes están expuestos a altos índices de desempleo, inflación y largos periodos de estancamiento económico (Singer & Carlin, 2013; Echegaray 2005). Esta inestabilidad y exposición hace que los votantes estén más atentos a sus finanzas y contemplen al voto como una herramienta para mejorar sus finanzas, castigando o premiando a los incumbents según el impacto en sus propios bolsillos.

Los votantes más pobres no cuentan con demasiadas alternativas para proteger sus ingresos y quedan expuestos a las constantes fluctuaciones económicas de los países. Algunos autores como Weyland (1998) o Costa Lobo y Lewis Beck (2017) plantean, que condiciones económicas restrictivas derivan en un fortalecimiento de la conducta egotrópica.

*“Venezuelans focused their attention directly on their own survival rather than the whole country’s well being (...) **Persistent economic problems had an atomizing impact on society** and forced people to care first and foremost about their own and their family survival.”* (Weyland, 1998. PP 52-56)

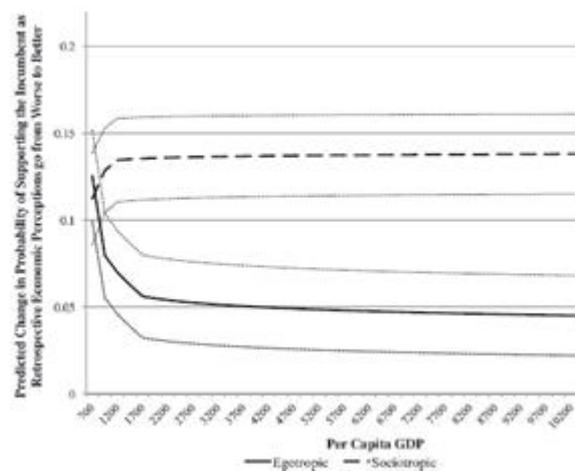
Este marco económico restrictivo además de atomizar al electorado como grupo, hace que los individuos se preocupen más por los cambios marginales en su economía. Fluctuaciones marginales en sus ingresos pueden traducirse en la imposibilidad de alcanzar bienes esenciales para la subsistencia, por lo cual mantienen sus finanzas bajo una mirada celosa (Wilson & Gomez, 2007). El termino *ansiedad económica* propuesto por Sasmaz

et al (2022) resulta de gran utilidad ya que explica que aquellos votantes más preocupados por la economía tienden a tomar decisiones enfatizando y poniendo especial atención en los outputs económicos que sus acciones puedan generar. Así, los votantes pobres, con mayor ansiedad económica tenderían a votar egotrópicamente conectando su voto con una posible mejora en su situación económica.

En el siguiente grafico (Singer y Carlin, 2013), podemos observar una asociación entre el PBI per cápita de los países de Latinoamérica con la importancia relativa del voto egotrópico y sociotrópico. Aquí podemos hallar una relación en dirección a la hipótesis planteada anteriormente. Los países más pobres tienen un factor egotrópico más importante, que cae a medida que analizamos países más ricos.

**Grafico 1: Relación entre PBI per cápita y Voto**

FIGURE 2 The Effect of Egotropic Evaluations Changes with Economic Development



Note: Authors' analysis using data from Table 1.

(Singer & Carlin, 2013. P 733).

El voto egotrópico es descrito por parte de la academia como un voto menos exigente en lo cognitivo, basado en la heurística. El voto sociotrópico en cambio, necesita de mayor gasto de tiempo y energía en recabar y procesar información. Las poblaciones más

desventajadas tienen dificultad para acceder a esta información y en promedio sus predicciones de indicadores de la macroeconomía son poco acertadas (Holbrook & Garand, 1993). Además, una buena performance macroeconómica no siempre se tradujo en apoyo al incumbent, a través del componente sociotrópico. Los textos de Cabezas (2015) y Weyland (1998) argumentan que en ciertos casos los votantes no apoyaron a los incumbents, a pesar del buen funcionamiento macroeconómico.

Por último, los votantes pobres tienen una exposición mayor a redes clientelares. *“many parties in developing countries mobilize poor voters not by programmatic appeals but by vote buying, patronage, and pork.”* (Singer & Carlin, 2013. P 733). En este tipo de casos, los votantes anteponen sus finanzas personales a la macroeconomía, esto implicaría una mayor consistencia del voto egotrópico entre los grupos más pobres.

A través de redes clientelares, los votantes pobres pueden acceder a bienes privados, que tienen un gran impacto en sus finanzas personales (Calvo & Murillo, 2013). La asignación de estos recursos no tiene una relación directa con condiciones macroeconómicas auspiciosas, lo que puede generar un desfase entre las finanzas personales de estos votantes y la macroeconomía. Las ayudas estatales no siguen lineamientos macroeconómicos y en el caso argentino, se han prácticamente mantenido a pesar de un sostenido déficit fiscal. Lo que genera una situación paralela entre el bolsillo del votante y la economía en general.

## **b. Ingresos altos y Voto egotrópico: Exigencia Cognitiva, Educación y Sofisticación Política**

Como dijimos, una gran porción de la literatura propone al voto egotrópico como un voto heurístico, menos exigente y simple. No obstante, también se desarrolló un marco argumental alternativo, donde encuentran una correlación entre niveles de ingreso y una predominancia del voto egotrópico. (Wilson & Gomez. 2001 ,2007; Abramowitz et al, 1988).

Partimos de la visión del voto egotrópico como un voto más exigente en lo cognitivo, en el que se necesita un mayor nivel de información, mayor conocimiento y sofisticación política (Holbrook & Garand, 1993). Los votantes con mayores ingresos, tienden a estar mejor educados y tienen la capacidad de votar egotrópicamente. (Abramowitz et al, 1988).

Wilson y Gómez (2001; 2007) postulan una asignación heterogénea de responsabilidades donde la capacidad cognitiva de los votantes es una variable independiente y heterogénea, no monolítica y homogénea como se suponía hasta ese entonces. Los autores plantean al voto egotrópico como un complejo proceso cognitivo donde los votantes deben asociar los *outcomes* de distintas políticas públicas, impulsadas por varios actores políticos a variaciones en su economía personal. Si bien el proceso requiere relativamente menos información política, requiere de un proceso de asignación de responsabilidades más complejos en términos cognitivos, donde no se responsabiliza enteramente al presidente de todos los *outcomes*, sino que también ingresan a la ecuación el congreso, el precio de las *commodities* entre muchas otras variables.

*“It’s much easier to attribute responsibility for the national economy to the president than to plausibly connect his policies to successes and reverses in one’s own financial circumstances. Thus, the increased cognitive burden of a more distal and abstract attribution associated with pocketbook voting vastly outweighs the modest decline in information requirements” (Gomez and Wilson, 2001. p 901.)*

Así un votante egotrópico debe realizar un complejo proceso de asociación entre un outcome político y el impacto sobre su economía personal. Un empleado de una PyME que fabrica máquinas de coser para talleres nacionales debe comprender los pormenores del sector donde se desenvuelve. Debería saber que una mayor apertura en términos comerciales podría generar pérdidas relativas para el sector textil, disminuyendo la demanda de las máquinas que fabrica, ergo debería votar a un candidato que proponga una política de comercio internacional más restrictivo. En síntesis, este proceso de asociación es demandante en términos de información, tiempo y capacidad cognitiva, dificultando el voto egotrópico en las poblaciones con menores ingresos y menor educación.

En esta dirección y como respuesta a los argumentos que sostienen la primera hipótesis, esta escuela diría que los votantes con menores ingresos podrían estar relativamente más informados debido a la mayor exposición a las fluctuaciones económicas y el sentimiento de ansiedad económica. Sin embargo, esta información no es suficiente, ya que no logran realizar el proceso cognitivo de asociación necesario para votar egotrópicamente. Son los votantes con mayores ingresos los que tienden a votar egotrópicamente porque tienen los recursos necesarios para hacerlo. No es solo información, sino un complejo proceso de atribuciones a distintos actores políticos.

### 3. Metodología

Para analizar la relación entre niveles de riqueza y conducta egotrópica utilizaremos herramientas estadísticas. Crearemos una serie de modelos logarítmicos multivariados para precisar la relación entre las variables de interés.

Los datos utilizados para esta investigación serán recolectados de las bases de datos diseñadas por el LAPOP en el año 2018. Las encuestas realizadas por el LAPOP entrevistan a más de 31 mil personas, en 20 países de América Latina. De la lista anterior de países, seleccionaremos especialmente los resultados de Argentina. Nuestro N es de 1.528 argentinos y argentinas encuestados. La muestra tiene un ingreso promedio de entre 15.000 y 17.000 pesos, valor semejante al costo de la canasta básica en el Gran Buenos Aires de marzo 2018. (Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales, 2018).

El apoyo electoral será operacionalizado a través de la variable VOTO, que pregunta “Si esta semana fueran las próximas elecciones presidenciales, ¿qué haría usted?”. La respuesta de los encuestados fue dividida entre 0=Challenger y 1=Incumbent.

Para el análisis de las conductas egotrópicas y sociotrópicas utilizaremos las preguntas “ego” y “socio”, respectivamente. Estas dos variables preguntan al encuestado acerca de la performance económica de su bolsillo (EGO) y de la economía del país (SOCIO), en los últimos 12 meses. Los encuestados pueden responder, 0=Peor, 1=Igual o 2=Mejor en ambos casos.

Para operacionalizar la variable de niveles de ingreso utilizaremos la variable “ing”, que ubica a los encuestados en 17 grupos de nivel de ingreso, en orden ascendente. De esta manera podremos observar cómo impacta la variación del ingreso sobre nuestras variables.

Por último, tendremos una serie de variables control destinadas a disminuir el error de nuestras estimaciones.

En primer lugar, el nivel de educación (ED) será un proxy para la capacidad cognitiva de los agentes, pieza clave para controlar por distintos niveles de sofisticación de los procesos de formación de preferencias. Como hemos explicado, para cierta parte de la academia, el voto egotrópico tiene una gran exigencia cognitiva por lo que es importante controlarla.

La variable L1 hace a los encuestados ubicarse en un espectro izquierda-derecha que va del 1 al 10. Es importante controlar según la ideología de los encuestados porque así podemos reducir el impacto de los sesgos ideológicos de los votantes. Deberíamos encontrar que a medida que nos movemos a valores cercanos al 10, el voto al incumbent tienda a crecer, dado que en 2018 Cambiemos, un partido de centro derecha gobernaba al país.

Gran parte de la literatura que aborda el voto económico, utiliza el mismo método para relacionar las evaluaciones ego/sociotrópicas con el apoyo al gobierno de turno, por lo cual, también optamos por esta forma. (Oganesyan, 2015; Cabezas, 2015; Lewis-Beck & Costa Lobo, 2017; Rogers, 2018; Weylands, 1998). En otras palabras, el nivel de ingreso será una variable interviniente entre las evaluaciones egotrópicas y el apoyo al incumbent.

La variable dependiente de nuestra tesis es la intención de voto de las personas, operacionalizada en la variable VOTO. Mientras que las percepciones económicas – EGO y SOCIO - corresponden a nuestras variables independientes. A mayor correlación entre EGO y VOTO observaremos una mayor relación entre la performance de la economía personal y la creación de preferencias electorales.

Analizaremos los datos a través de tres modelos. Al tratarse de una variable dicotómica debemos utilizar modelos logarítmicos que estimarán la variación en las posibilidades de que un fenómeno suceda o no.

#### *Modelo 1: Voto Egotrópico*

El *modelo 1* analizará las conductas egotrópicas de los votantes argentinos y el impacto del ingreso sobre las preferencias electorales de los votantes.

Modelo Egotrópico:

$$\log\left(\frac{py}{y}\right) = \beta_0 + \beta_1 + \beta_2 VOTO + \beta_3 ego + \beta_4 ing + \beta_5 ED + \beta_6 L1 + \varepsilon$$

#### *Modelo 2: Voto Sociotrópico*

El *modelo 2* se concentrará en el análisis del impacto de las conductas sociotrópicas sobre las preferencias electorales de los votantes. La diferencia con el *modelo 1* reside en el cambio de variable de percepción egotrópica (*ego*) por el sociotrópico (*socio*)

Modelo Sociotrópico:

$$\log\left(\frac{py}{y}\right) = \beta_0 + \beta_1 + \beta_2 VOTO + \beta_3 SOCIO + \beta_4 ing + \beta_5 ED + \beta_6 L1 + \varepsilon$$

#### *Modelo 3: Modelo combinado*

El tercer modelo combinará las variables de percepciones económicas con el fin de evitar problemas de multicolinealidad. Esto nos permitirá analizar el proceso de formación de preferencias electorales y ver como se comporta tanto el voto egotrópico como el sociotrópico.

Modelo combinado:

$$\log\left(\frac{py}{y}\right) = \beta_0 + \beta_1 + \beta_2.VOTO + \beta_3.EGO + \beta_4.SOCIO + \beta_5.ing + \beta_6.ED + \beta_7.L1 + \varepsilon$$

#### 4. Resultados

En esta sección analizaremos las salidas de regresión de los modelos explicitados antes.

En primer lugar, observaremos los resultados de las estimaciones.

VARIABLES	Salida de Regresión		
	(1) Modelo egotrópico	(2) Modelo sociotrópico	(3) Modelo combinado
ego	1.050*** (0.130)		0.782*** (0.147)
socio		1.156*** (0.149)	0.766*** (0.166)
Ing	0.055** (0.022)	0.069*** (0.022)	0.054** (0.022)
Ed	0.047* (0.028)	0.043* (0.028)	0.037* (0.029)
l1	0.256*** (0.040)	0.252*** (0.040)	0.235*** (0.041)
Constant	-5.380*** (0.535)	-5.349*** (0.530)	-5.717*** (0.547)
Observations	1,253	1,247	1,247
Pseudo R-Squared	0.168	0.163	0.189
Log Lik	-436.2	-436.9	-423.3

Standard errors in parentheses  
 \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

En primera medida hallamos que la conducta egotrópica es significativa y positiva, como habría de esperarse. Mejores percepciones egotrópicas del gobierno aumentan las probabilidades de votar por el incumbent si las elecciones tomaran lugar ese mismo fin de semana. Por su parte la variable sociotrópica también resulta significativa y positiva

La variable de ingreso muestra un efecto positivo y significativo, en otras palabras, a medida que las personas perciben mayores niveles de ingreso, la conducta egotrópica se fortalece. Por otro lado, la variable educación resulta significativa y positiva

Por último, el posicionamiento izq-der tiene un efecto esperable, resultando positivo y significativo. Para esta última variable, el resultado cobra sentido al tener en cuenta que el incumbent en 2018 era Mauricio Macri, proveniente de un partido de centro derecha.

## 5. Discusión

Los resultados encontrados en las salidas de regresión avalan la visión sostenida por Gomez y Wilson (2001) y Abramovitz (1988), que postulan al voto egotrópico como un mecanismo que prevalece en las clases de mayores ingresos. En esta dirección la variable educación resulta significativa y positiva, lo que refuerza la idea del voto egotrópico como un voto más exigente y complejo. No se halló información que sustente la hipótesis 1, que planteaba una relación inversa entre ingreso y voto egotrópico. Podríamos sostener, entonces, que no es la exposición a fluctuaciones económicas y el sentimiento de riesgo económico lo que nos empuja a votar egotrópicamente sino que está relacionada con una mayor capacidad cognitiva correlacionada con los votantes de mayores ingresos.

Sin embargo, nos resultó particularmente interesante como deciden aquellas personas que tienen percepciones egotrópicas y sociotrópicas disimiles. En otras palabras, ¿cómo tiende a decidir una persona que percibe una mejora en sus finanzas personales, pero que cree que el desempeño macro empeoró? ¿Y viceversa? Por ello tabulamos ambas variables y encontramos resultados particularmente interesantes.

**Tabla 1: Distribución de percepciones económicas**

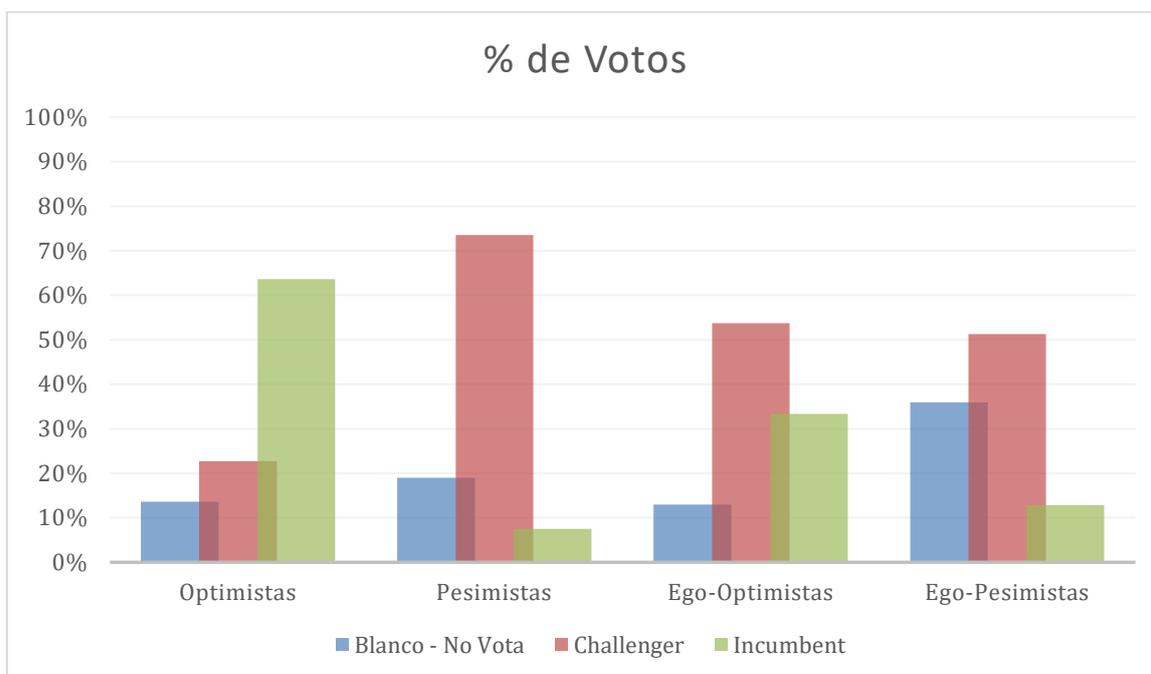
		Percepción egotrópica		
		Peor	Igual	Mejor
Percepción	Peor	992	250	42
	Igual	38	128	17
Sociotrópica	Mejor	4	20	25

Fuente: Elaboración propia (Wagner, 2022)

La mayoría de los casos se encuentra en la diagonal central, donde se emparejan las percepciones malas, regulares y buenas. Sin embargo, nosotros nos vamos a concentrar en los cuadrantes pintados de azul, donde encontramos diferencias entre las percepciones egotrópicas y sociotrópicas. A partir de estos casos nos preguntaremos ¿Qué pesa más a la hora de elegir a un presidente? ¿Importa más el bolsillo o la situación del país?

Para hallar respuesta a esta pregunta dividimos a los votantes entre Optimistas (Ego=Buena; Socio=Buena), Pesimistas (Ego=Mala; Socio=Mala), Ego-Optimistas (Ego=Buena; Socio=Mala; Igual) y Ego-Pesimistas (Ego=Mala; Socio=Buena; Igual). Hecho esto, tabulamos los distintos tipos de votantes con sus preferencias electorales, como vemos en el siguiente cuadro:

**Gráfico 2: Ego-optimistas y Ego-pesimistas**



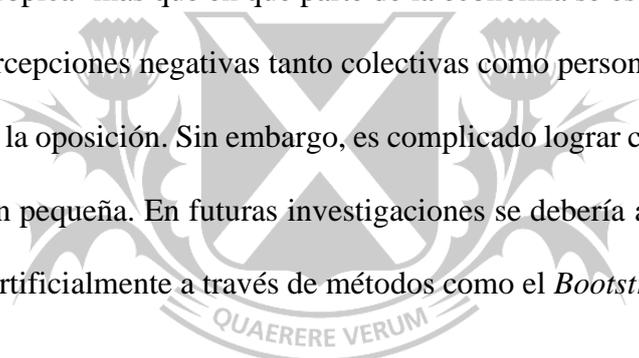
Fuente: Elaboración propia (Wagner, 2022)

Dentro de los optimistas, aquellas personas que creen que la economía personal y general tuvieron una performance buena, encontramos un 64% de personas que votarían por el incumbent. Dentro de los pesimistas, en las antípodas de la tipología recién analizada, hallamos una gran concentración en los challengers, que suman más del 92% de la intención de voto.

Concentrándonos en las categorías mixtas, que son de particular interés, encontramos un peso relativo mayor de las percepciones egotrópicas. Vemos que cuando las percepciones egotrópicas pasan de buenas a malas, hay un arrastre de 20 puntos porcentuales que se mueven del incumbent a los challengers. Cuando las percepciones egotrópicas son positivas, un 33% de las personas optan por votar al incumbent. Cuando las percepciones sociotrópicas son positivas, solo un 13% de las personas optan por votar al incumbent.

Sin embargo, resulta de particular interés el relativamente estable *share* de votos que recibe el challenger en ambas categorías mixtas. En ambos casos, el challenger tiene una intensidad de voto de aproximadamente 50%.

Los 20 puntos porcentuales que varían -descritos anteriormente- pasan del voto en blanco al incumbent, pero no del challenger al incumbent. Por ello, se podría concluir que mejores percepciones egotrópicas tienen un mayor impacto en votantes más blandos que no votan a la oposición sino prefieren votar en blanco. El 50% que se mantiene votando al challenger parecería fijarse más en la percepción negativa de la economía – ya sea egotrópica o sociotrópica- más que en que parte de la economía se esta fijando. Dicha de otra manera, las percepciones negativas tanto colectivas como personales fijan en mayor medida un voto por la oposición. Sin embargo, es complicado lograr conclusiones solidas con una muestra tan pequeña. En futuras investigaciones se debería agrandar la muestra sumando países o artificialmente a través de métodos como el *Bootstrap*



Universidad de  
**San Andrés**

## 6. Conclusión

En conclusión, la presente investigación halló evidencia que sustenta una relación positiva entre el nivel de ingreso de los votantes y una mayor relevancia de voto egotrópico. En dirección con lo argüido por autores como Gómez, Wilson (2001; 2007) o Abramowitz (1988), nuestros modelos demuestran que las personas con mayores ingresos tienden a crear sus preferencias electorales en base a su performance económica personal, en mayor medida que los votantes con menores ingresos.

Según lo argumentado, esto podría estar relacionado a la dificultad cognitiva que trae aparejado el voto egotrópico. El traslado y la asignación de responsabilidades en el voto económico exige una mayor cantidad de energía y un mecanismo más complejo. Los votantes con mayores ingresos tienden a estar mejor educados y tienen las capacidades cognitivas suficientes para desarrollar diagnósticos egotrópicos, diagnósticos más complejos que los sociotrópicos.

En segundo lugar, cuando analizamos aquellos votantes con percepciones mixtas, encontramos que variaciones en la conducta egotrópica conllevan a mayores cambios relativos. Sin embargo, el voto al challenger se mantiene estable, tanto cuando hay percepciones egotrópicas negativas y también sociotrópicas negativas. El cambio de las percepciones egotrópicas tiene un impacto trasladando votos en blanco a votos por el incumbent, pero no tiene un cambio significativo sobre los votantes que prefieren al challenger.

## 7. Bibliografía:

- Abramowitz, A. I., Lanoue, D. J., & Ramesh, S. (1988). Economic conditions, causal attributions, and political evaluations in the 1984 presidential election. *The Journal of Politics*, 50(4), 848-863.
- Arrow, K. J. (2012). *Social choice and individual values* (Vol. 12). Yale university press.
- Brennan, G., & Lomasky, L. (1997). *Democracy and decision: The pure theory of electoral preference*. Cambridge University Press.
- Cabezas, J. M. (2015). Presidential Support in Latin America 2010-2012: Economic Vote and Political Preferences. *Política. Revista de Ciencia Política*, 53(1), 15-35.
- Calvo, E., & Murillo, M. V. (2013). When parties meet voters: Assessing political linkages through partisan networks and distributive expectations in Argentina and Chile. *Comparative Political Studies*, 46(7), 851-882.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., & Stokes, D. E. (1980). *The american voter*. University of Chicago Press.
- Carlin, R. E., Singer, M. M., & Zechmeister, E. J. (Eds.). (2015). *The Latin American voter: Pursuing representation and accountability in challenging contexts*. University of Michigan Press.
- Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Públicas (2018). *Monitor Social: Canasta básica alimentaria y total en GBA*. Presidencia de la Nación. Extraído de: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/cbayt-gba-mar18\\_2.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/cbayt-gba-mar18_2.pdf)

- Downs, A. (1957). An economic theory of political action in a democracy. *Journal of political economy*, 65(2), 135-150.
- Echegaray, F. (2005). Economic crises and electoral responses in Latin America. *Economic Crises and Electoral Responses in Latin America*, University Press of America.
- Fiorina, M. P. (1978). Economic retrospective voting in American national elections: A micro-analysis. *American Journal of political science*, 426-443.
- Fiorina, M. (1978). Economic Retrospective Voting in American National Elections: A Micro-Analysis. *American Journal of Political Science*, (22)2, pp. 426-443
- Gómez, B. & Wilson, M. (2001). Political Sophistication and Economic Voting in the American Electorate: A Theory of Heterogeneous Attribution. *American Journal of Political Science*, 45(4), pp. 899-914.
- Gomez, B. T., & Wilson, J. M. (2007). Economic voting and political sophistication: Defending heterogeneous attribution. *Political Research Quarterly*, 60(3), 555-558.
- Hoolbrook, T. & Garand, J. (1993). Homo Economicus? Economic Information and Economic Voting. *American Political Science Association*, pp. 351-374. Washington D.C.
- Kramer, G. (1971). Short-Term Fluctuations in U.S. Voting Behavior, 1896-1964. *The American Political Science Review*, (65)1, pp. 131-143
- Key, V. O. (1966). *The Responsible Electorate: Rationality in Presidential Voting, 1936-1960*. VO Key, Jr., with the Assistance of Milton C. Cummings, Jr. Foreword by Arthur Maass. Mass., Belknap Press of Harvard University Press.

- Kinder, D. & Kiewiet, R. (1979). Economic Discontent and Political Behavior: The Role of Personal Grievances and Collective Economic Judgments in Congressional Voting. *American Journal of Political Science*, 23(3), pp. 495-527.
- Murillo, M. V., & Visconti, G. (2017). Economic performance and incumbents' support in Latin America. *Electoral Studies*, 45, 180-190.
- Nadeau, R., Ratto, C., Lewis-Beck, M. S., Bélanger, É., Gélinau, F., & Turgeon, M. (2015). Economía y elecciones en Argentina: las dimensiones clásica, posicional y patrimonial de la teoría del voto económico. *Revista SAAP*, 9(2), 11-41.
- Lewis-Beck, M. S., & Lobo, M. C. (2017). The economic vote: ordinary vs. extraordinary times. *The Sage handbook of electoral behaviour*, 606-629.
- Navia, P. & Castro, I. S. (2015). It's not the economy, stupid. ¿Qué tanto explica el voto económico los resultados en elecciones presidenciales en Chile, 1999-2013?. *Política*, 53(1), pp. 161-186.
- Oganessian, R. (2015). Revisiting Egotropic Voting: Evidence from Latin America & Africa. 2015 *Western Political Science Association* (pp. 1-23). Las Vegas: Western Political Science Association.
- Olson, M. (2009). *The logic of collective action* (Vol. 124). Harvard University Press.
- Ratto, M. C. (2013). Accountability y voto económico en América Latina: Un estudio de las pautas de comportamiento electoral entre 1996 y 2004.
- Riker, W. H., & Ordeshook, P. C. (1968). A Theory of the Calculus of Voting. *American political science review*, 62(1), 25-42.

-Rogers, J. (2014) A communitropic theory of Economic Voting. *Electoral Studies*. 36 (1), pp 107- 116

-Rogers, J., & Tyszler, M. (2018). Information and economic voting. *Political Science research and Methods*, 6(4), 753-770.

- Şaşmaz, Aytuğ, Alper H. Yagci, and Daniel Ziblatt. 2022. “How Voters Respond to Presidential Assaults on Checks and Balances: Evidence from a Survey Experiment in Turkey.” *Comparative Political Studies* (2021): 1–43.

-Singer, M. & Carlin, R. (2013). Context Counts: The Election Cycle, Development, and the Nature of Economic Voting. *The Journal of Politics*, 75(3), pp. 730-142.

-Visconti, G. (2019). Economic Perceptions and Electoral Choices: A Design-Based Approach. *Political Science Research and Methods*, 7(4), 795-813.

-Weyland, K. (1998). Peasants or bankers in Venezuela? Presidential popularity and economic reform approval, 1989-1993. *Political Research Quarterly*, 51(2), 341-362.

Universidad de  
San Andrés