

## *PERÚ, 2012-2014. VOTO ECONÓMICO EN UNA DEMOCRACIA SIN PARTIDOS*

**Rodrigo Osorio** (rosoriof@gmail.com)

Universidad de Santiago de Chile

Aunque es ampliamente conocido su efecto en democracias consolidadas, hay dudas sobre la utilidad de los modelos de voto económico en democracias con sistemas de partidos poco institucionalizados. Utilizando los datos de la encuesta LAPOP de 2012, aplico la teoría del voto económico para probar la robustez de las explicaciones que se han dado para entender la victoria de Ollanta Humala en Perú en 2012. Además, utilizando datos de 2014, analizo si las variables que dieron cuenta de su victoria, sirven para explicar los niveles de popularidad en su gobierno. Se muestra que al incluir algunas variables asociadas al voto económico no hay mayores cambios en las explicaciones que dan cuenta de la victoria. No así, al analizar su popularidad. Aquí las percepciones sociotrópicas retrospectivas sobre el estado de la economía resultan ser importantes para explicar sus niveles de popularidad.

**Palabras clave:** voto económico, comportamiento electoral, aprobación presidencial, Perú, Ollanta Humala

## *PERU 2012-2014. ECONOMIC VOTE IN A DEMOCRACY WITHOUT PARTIES*

Though its effect on consolidated democracies is well established, there are doubts about the applicability of economic vote models in democracies with low levels of party systems institutionalization. Here, using data from the 2012 LAPOP survey, the economic vote theory is applied to test the robustness of the explanations that have been given to understand the victory of Ollanta Humala in Peru in 2012. In addition, using data from 2014, I analyze if the variables that explain his victory serve to explain presidential approval once Humala became president. When including some variables associated with the economic vote theory, there is no change in the explanations that account for Humala's election. For Humala's approval, they do matter. Sociotropic retrospective perception on the state of the economy are an important determinant of presidential approval for Humala.

**Keywords:** economic vote, electoral behavior, presidential approval, Peru, Ollanta Humala

## Introducción<sup>1</sup>

En la elección de segunda vuelta peruana de 2011 resultó ganador el candidato del partido Gana Perú, Ollanta Humala, con el 51,4% de los votos. Si bien hay una serie de estudios que han intentado dar cuenta de los determinantes de su adhesión, estas explicaciones no consideran variables asociadas a los modelos del voto económico. Esto porque de las encuestas disponibles, pocas preguntan por las percepciones sobre el estado de la economía. Aquí se revisan algunos de los principales estudios que han dado cuenta de la victoria de Humala y se intenta dar una explicación alternativa basada en la teoría del voto económico. También se analiza en qué medida las variables que dan cuenta del apoyo a Humala en 2011 sirven para explicar sus niveles de popularidad en 2014.

Si bien el objetivo principal del estudio es dar cuenta de los modelos de voto económico en Perú, este es también un estudio de caso sobre la prevalencia del voto económico en una democracia con un sistema de partidos débilmente institucionalizado. Aunque hay un importante cuerpo de literatura que da cuenta de los modelos de voto económico en democracias desarrolladas e institucionalizadas, son escasos los estudios que analizan en particular democracias menos desarrolladas. Para ello, se utilizan datos de las encuestas del *Latin American Public Opinion Project* (LAPOP) de los años 2012 y 2014.

Los análisis muestran que, en este caso, las variables que se desprenden de los modelos del voto económico—particularmente las percepciones sociotrópica retrospectiva y egotrópica prospectiva—tuvieron una escasa capacidad explicativa sobre los resultados de la elección de 2011. No así para entender los determinantes de la popularidad de Humala en 2014, cuando el 16,4% de los peruanos aprobaba el trabajo que estaba realizando el presidente. Aquí no solo se observa un cambio importante en las bases de apoyo del presidente, sino también la emergencia de las percepciones sociotrópicas retrospectivas como un predictor de su popularidad.

Se plantea que la falta de institucionalización de la democracia peruana, y particularmente de su sistema de partidos, genera que los candidatos, una vez electos, pierdan fácilmente sus bases de apoyo. Este fenómeno no debería existir en sistemas de partidos más institucionalizados, donde los patrones de competencia son relativamente estables y existe una raigambre de los partidos en la sociedad. De aquí

---

<sup>1</sup> Este trabajo se realizó como parte del Proyecto Fondecyt No. 1140072 (*Patterns of Economic Voting in Latin America*).

que los determinantes de adhesión a un candidato—y luego al presidente—sean explicadas en mayor medida por variables de corto plazo, como las percepciones sobre el estado de la economía.

En lo que sigue, se revisan brevemente algunas teorías que dan cuenta del comportamiento electoral de las personas y de las variables que la literatura ha considerado como relevantes para entender los niveles de popularidad de los presidentes desde la perspectiva de la teoría del voto económico. Luego, se revisan brevemente las características del sistema político peruano y el contexto en el que realizó la elección de 2011. Se plantean las hipótesis de trabajo y se analizan las bases de apoyo del presidente Humala. A partir de dos encuestas, se analiza el cambio en las bases de apoyo del presidente y se entregan algunas conclusiones.

## 1. Marco teórico

La literatura norteamericana y europea ha estudiado sistemáticamente los factores que explicarían el comportamiento electoral y la popularidad presidencial (Lewis-Beck et al., 2009; Dalton y Klingemann, 2007; Bartels, 2011). Hay cierto acuerdo acerca de la importancia de la economía—asociada a otras variables de largo plazo—para explicar los resultados electorales y variaciones en la popularidad de los presidentes (Erikson, MacKuen y Stimson, 2002; Lewis-Beck y Stegmaier, 2007; Nadeau, Lewis-Beck y Bélanger, 2013). Este análisis está inspirado en el modelo del voto económico, derivado de la teoría de la elección racional. En éste, los individuos serían seres racionales que maximizan su beneficio premiando o castigando a los candidatos o partidos dependiendo del manejo de la economía, y de los beneficios que los electores reciben, individual o colectivamente (Downs, 1957). Si bien los modelos de voto económico en sus orígenes utilizaban indicadores objetivos—como crecimiento, inflación y empleo—para explicar la volatilidad electoral entre elecciones (Lewis-Beck y Stegmaier, 2007; Van der Brug, Van der Eijk y Franklin, 2007)—Morgan (2003), precisamente en un trabajo sobre aprobación presidencial en Perú, demuestra que los indicadores macroeconómicos no siempre se traducen directamente en percepciones y aptitudes políticas. De aquí que plantea que es mejor utilizar las percepciones de los ciudadanos sobre el estado de la economía.

Siguiendo esta línea, cuando la percepción sobre el estado de la economía es desfavorable para el país —sociotrópica—o para su situación personal —egotrópica— las personas castigarían al partido o coalición de turno, quitándole su voto o no aprobando la gestión del presidente (Lewis-Beck y Stegmaier, 2000; Nannestad

y Paldam, 2000, 1994). Las personas también evalúan en función de su situación actual en comparación con el pasado—percepción retrospectiva—o en función de las expectativas que tengan sobre el futuro—percepciones prospectivas (Norpoth, 1996; Kiewit, 2000; Benton, 2005), pero no existe un consenso sobre cuál de las dimensiones sería más importante. Así, por ejemplo, Fiorina (1978) demostró que las percepciones retrospectivas explican mejor la actitud de los votantes. Estudios posteriores, como el de Lewis-Beck (1988), han señalado que la conducta electoral de las personas estaría principalmente explicada por las percepciones prospectivas. Más tarde, Nadeu y Lewis-Beck (2001) señalaron que si bien ambas percepciones explican las actitudes de los votantes, el voto prospectivo ofrece una explicación más robusta que el voto retrospectivo. Es decir, existe una mayor probabilidad que las personas voten en función del futuro, sin descartar que existe un grupo menor de personas lo hagan en función del pasado.

Aunque si bien las percepciones sobre el estado de la economía son importantes, estas variables interactúan fuertemente con variables de largo plazo. Nannestad y Paldam (1997) demuestran que las explicaciones en base a percepciones prospectivas y retrospectivas, en sus dimensiones egotrópicas y sociotrópicas, se hacen más robustas cuando se agrega a los modelos la identificación partidaria de los encuestados. Señalan que las percepciones sobre el estado de la economía estarían condicionadas por la identificación partidaria de las personas (Nannestad y Paldam, 1997). Así, aquellos que adhieren al partido del titular de gobierno evaluarían de mejor manera la situación económica y serían más optimistas, mientras que aquellos que no adhieren al partido del presidente evaluarían de peor manera el manejo de la economía y serían más pesimistas.

De hecho, desde la contribución de Campbell et al. (1960), existe cierto consenso para asegurar que cierto grupo de personas tendrían consistencia en la forma en que votan, reflejo de una cierta identificación y lealtad partidaria, fenómeno que no estaría alejado de América Latina (Gélineau, 2007; Lewis-Beck y Ratto, 2013). Desde luego, esta proximidad ideológica también serviría para entender los niveles de popularidad de algunos presidentes de la región. Así, mientras menos sea la distancia ideológica entre el elector y el candidato, mayor es la probabilidad que vote por él y, luego, aprobarlo.

## **2. Sistema político peruano**

Perú es un país que desde 1980 ha experimentado una fuerte inestabilidad política y económica. Su sistema político se distingue por una falta de diferenciación

institucional, principalmente por su sistema de partidos débil, fragmentado y desinstitucionalizado (Mainwaring y Scully, 1995; Mainwaring y Torcal, 2006; Sanchez, 2009), siendo uno de los más débiles de la región (Cameron y Luna, 2010; Hagopian y Mainwaring, 2005; Mainwaring, Bejarano y Pizarro, 2007). Éste combina una alta fragmentación partidaria, baja confianza en los partidos políticos y la presencia de liderazgos populistas que han llegado en reiteradas ocasiones a la presidencia y—con la excepción de la Alianza Popular Revolucionaria Americana (APRA)—sin partidos que perduren en el tiempo (Levitsky y Cameron, 2003; Levitsky, 1999; Tanaka y Vera, 2010). De hecho, cada vez que se han producido eventos políticos significativos, determinados segmentos de la sociedad han buscado el acceso a la vida pública a través de sus propias organizaciones. Cada uno ha exigido que el Estado responda a sus intereses particulares; lo que ha significado que los partidos representen sólo intereses sociales fragmentados (Cotler, 1995).

Desde sus inicios, los partidos peruanos han tenido liderazgos altamente personalizados. Caudillos políticos locales han personificado ideologías globales e identidades sociales absolutas y han controlado los recursos distributivos y las redes clientelistas. Este personalismo extremo, donde los oponentes se consideraban enemigos, ha jugado un papel decisivo en impedir las negociaciones entre los distintos actores para la conformación de coaliciones electorales y la negociación con aliados en el Congreso. Dada esta realidad, no sorprende que no haya emergido un sistema de partido fuerte que haya podido organizar las relaciones entre los diferentes grupos de interés (Cotler, 2005).

La creciente diferencias económica entre ricos y pobres contribuyó al desprestigio de los partidos políticos, debilitando aún más el frágil sistema de partidos. El hecho que la clase política al parecer estuviera exenta de rendición de cuentas fortaleció el argumento del grupo terrorista Sendero Luminoso, desatando una sangrienta guerra interna en contra del Estado peruano durante la década de los ochenta (Degregori, 1990; Contreras y Cueto 2004). Y si bien durante el gobierno autoritario y populista de Alberto Fujimori (1990–2000) se logró controlar la escalada de violencia, desarticular a Sendero Luminoso y estabilizar la economía, desde el gobierno se fomentaban una despolitización de los ciudadanos y eran comunes las prácticas clientelares para capturar al electorado (Degregori, 2000; Tanaka, 2005).

Desde el punto de vista económico, Perú durante los años noventa adopta un modelo neoliberal que logra reactivar el crecimiento y controlar la inflación. Durante el gobierno de Fujimori las empresas de servicios básicos que fueron privatizadas aumentaron considerablemente el precio de sus prestaciones, encareciendo el costo

de la vida y aumentando los niveles de pobreza y desigualdad en la distribución de las riquezas. Los altos niveles de corrupción y la capacidad del presidente gastar en forma discrecional le jugaron en contra y la economía se terminó por derrumbar.

A comienzos de 2000, la economía ya se había logrado estabilizar y alcanzar un crecimiento sostenido hasta 2008, el que es interrumpido por la crisis económica mundial de 2009. Desde 2010 el país ha tenido una rápida recuperación, creciendo a tasas por sobre el promedio latinoamericano y manteniendo relativamente controlados los niveles de inflación. Sin embargo, el crecimiento económico del país no se ha visto reflejado en una disminución de los altos niveles de pobreza y desigualdad social persistentes desde la década de los noventa. Este hecho, sumado a las constantes prácticas de sus gobernantes de hacer, en muchas ocasiones, caso omiso del mandato político que habían recibido, profundizó la brecha entre los partidos y la sociedad civil (Panfichi y Coronel, 2009; Tanaka y Vera, 2010; Meléndez y Sosa Villagarcía, 2013).

Probablemente por estas razones, los presidentes en Perú, en general, tienen bajos niveles de popularidad presidencial. Tanaka y Vergara (2007) plantean que los bajos niveles de aprobación de Alejandro Toledo (2001–2006) y Alan García (2006–2011) son explicados por la precariedad de los actores políticos, refiriéndose principalmente a los partidos políticos. Siguiendo el argumento de O'Donnell (1994), plantean que la poca institucionalización de la democracia peruana—y de su sistema de partidos—imposibilita una correcta rendición de cuentas horizontal, entendida como la capacidad que tienen otras instituciones de poder cuestionar y castigar las decisiones que toma algún representante.

De hecho, un importante debate se dio sobre el estudio de aprobación presidencial en Perú. Principalmente se quería explicar si los altos niveles de aprobación a Fujimori son explicados mejor por sus políticas para disminuir la violencia política o por la implementación de políticas neoliberales. Stokes (1996) muestra que la caída de la popularidad de Fujimori se explicaría por el cambio programático (*policy switch*) entre lo prometido en campaña y las políticas implementadas una vez en el cargo. Weyland (2000) da cuenta que altos niveles de aprobación alcanzados por Fujimori serían explicados principalmente por la aprobación a sus políticas económicas, por sobre sus políticas de seguridad interna. Sin embargo, plantea que existe evidencia de que hechos coyunturales—como la captura de Abimael Guzmán, el líder de Sendero Luminoso—influirían sobre la aprobación presidencial. Sin embargo, este estudio no mide cómo impactan los distintos tipos de evaluación económica sobre la aprobación presidencial, como sí lo hace Morgan (2003). Acá se puntualiza que las percepciones

prospectivas acerca de la situación del país explicarían significativamente los niveles de aprobación presidencial, más que las retrospectivas (Morgan, 2003). Arce (2003) cuestiona los trabajos de Weyland y Morgan sosteniendo que estos sólo comparan la variación de los determinantes de la aprobación presidencial usando como unidad de análisis sólo la popularidad alcanzada por Fujimori. Señala que para llegar a conclusiones más robustas se deben comparar los determinantes de más de un presidente. Arce compara los determinantes de la popularidad de García con la de Fujimori, concluyendo que el mejor predictor de popularidad presidencial es la inflación y la lucha contra el terrorismo, mientras que la imposición de reformas económicas no afectaría significativamente sobre los niveles de aprobación (Arce 2003). Arce y Carrión (2010) observan cómo la inflación, el desempleo y el crecimiento tienen efectos distintos al estudiar los determinantes de la popularidad presidencial de los presidentes peruanos entre 1985 y 2008. Concluyen que la presencia o ausencia de voto económico está intervenido y determinado por una serie de hechos históricos y coyunturales como las crisis políticas y económicas.

En 2001, y tras una serie crisis políticas y económicas, asume como presidente Alejandro Toledo (2001–2006). En su gobierno la economía anduvo bastante bien en comparación a los años anteriores. Lo mismo durante el gobierno de Alan García (2006–2011), salvo por la crisis económica mundial de 2009. Así y todo, las constantes crisis políticas y sociales, las crecientes denuncias de corrupción y la escasa capacidad del gobierno de canalizar las demandas de la ciudadanía, llevaron a que la popularidad de estos presidentes fuera relativamente baja.

### **3. La elección de 2011**

En la elección del 10 de abril de 2011 se presentaron 11 candidatos presidenciales. De ellos, 4 eran los más competitivos. Finalmente, tal como muestra el cuadro 1, Ollanta Humala obtuvo la primera mayoría con el 31,7% de los votos en la primera vuelta electoral. Le siguió la candidata fujimorista—hija del expresidente Alberto Fujimori—Keiko Fujimori con el 23,6% de los votos. Luego, el ex presidente Alejandro Toledo, con el 16,6%, y Pedro Pablo Kuczynski—exministro de economía de Toledo—con el 18,5%. Los demás 6 candidatos obtuvieron en total el 10,6% de los votos. De aquí, el 9,8% lo obtuvo Luis Castañeda, exalcalde de Lima (2003–2010). Dado que ningún candidato obtuvo la mayoría absoluta de los votos, se hizo necesaria una segunda vuelta 2 meses después entre las 2 primeras mayorías. Aquí, Humala obtuvo el 51,5% de los votos, proclamándose como el nuevo presidente de Perú.

Cuadro 1  
Resultado de las elecciones presidenciales en Perú, primera vuelta de 2011

Candidato	# votos	% votos
Ollanta Humala	4.643.064	31,7
Keiko Fujimori	3.449.595	23,6
Pedro Pablo Kuczynski	2.711.450	18,5
Alejandro Toledo	2.289.561	15,6
Luis Castañeda	1.440.143	9,8
José Antonio Nique	37.011	0,3
Ricardo Noriega	21.574	0,2
Rafael Belaúnde	17.301	0,1
Juliana Reymer	16.831	0,1
Humberto Pinazo	11.275	0,1
Total	14.637.805	100

Fuente: Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE)

Humala es un exmilitar que se hizo públicamente conocido al encabezar un levantamiento militar en Tacna en octubre de 2000, durante el gobierno de Fujimori. En 2004 fue pasado a retiro y en 2005 fundó el Partido Nacionalista Peruano. Al igual que un grupo de presidentes de izquierda que llegaron al poder en América Latina durante la década del 2000 (Castaneda y Morales, 2008), apelaría a valores nacionalistas e ideas de izquierdas para mejorar sus niveles de conocimiento y preparar su candidatura para las elecciones de 2006. Recurrió a un discurso populista, renegó de los partidos, del orden político tradicional, del modelo económico neoliberal y utilizó estrategias clientelares para lograr la adhesión de más votantes (Ames y Ponce de León, 2009), logrando obtener más respaldo entre los sectores con mayor concentración de población indígena y con menos recursos (Sulmont, 2009). Particularmente apelaba a los ciudadanos más desafectados y desorganizados que tienen débiles vínculos con los partidos. Por esto es que Humala fue calificado como un candidato *outsider* (Cameron, 2009). Es decir, un candidato que nace desde fuera del sistema político y que con un discurso populista intentan romper con el sistema tradicional (Carreras, 2012). En la elección de 2006, Humala obtuvo el 24,3% de los votos, pero debió ir a segunda vuelta, cuando fue derrotado con el 47% de los votos, ante el candidato del APRA, el ex Presidente Alan García.

Llama especialmente la atención que, a pesar que las elecciones de 2011 se desarrollaron en un contexto económico favorable, con una economía en recuperación tras la crisis económica de 2009, la candidata del partido del presidente García—Mercedes Araos—decidiera renunciar a la competencia, pues las encuestas la mostraban con



muy bajo respaldo. Tras esto, el APRA no entregó su apoyo público a ninguno de los demás candidatos. Además, Humala moderó su discurso nacionalista, probablemente, para atraer a los votantes más moderados. En este contexto, Humala—que ya venía aumentando fuertemente en las encuestas electorales—se potenció aún más.

Si bien Humala pactó con el Partido Comunista, socialistas y otras agrupaciones de izquierda, su campaña estuvo centrada en capturar el voto de disconformidad de un sector de la población del interior del país cansado no sólo de los limitados beneficios que reciben de la economía, sino también del maltrato de un sistema político limeño-céntrico (Muñoz, 2011:12-16). Así, hombres, indígenas y habitantes del centro-sur del país constituían su principal base electoral (Muñoz, 2011:12-16). También reclutó apoyo entre pobladores de sectores socio-económicos más bajos (Oshige 2014). Si bien las encuestas, hasta febrero de 2011, daban como ganador a Toledo, la adopción de posturas más moderadas por parte de Humala en torno a su mensaje nacionalista y la presencia de más de un candidato identificado por la opinión pública con ideas de centro-derecha—Toledo, Castañeda y Kuczynski—ayudó fuertemente a consolidar su apoyo, principalmente entre los peruanos residentes en zonas más rurales (Massicot, Parra y Navarrete, 2014).

#### 4. Hipótesis

De acuerdo a la revisión del contexto peruano y de los estudios previos sobre la elección de 2011 podemos plantar como hipótesis que probablemente Ollanta Humala haya obtenido más apoyo—en términos electorales en 2011 y de aprobación presidencial en 2014—de parte de los habitantes de zonas rurales, hombres y personas de nivel socio-económico más bajo. También es probable que haya recibido más apoyo por parte de los que se identifican más a la izquierda.

Además, siguiendo los postulados de la teoría del voto económico, es probable que aquellas personas más optimistas sobre el estado de la economía del país en comparación al pasado y del estado de la economía personal en el futuro apoyen más al Presidente Humala. Como tenemos bastante información que da cuenta de los bajos niveles de institucionalización de los partidos en Perú, es probable que estas variables tengan una mayor importancia para explicar el respaldo recibido por Humala; tanto en la elección de 2011, como en la aprobación de su gestión como presidente en 2014.

Ahora bien, dado que estamos en presencias de un liderazgo que puede ser catalogado como de *outsider*, también es altamente probable que sus bases de apoyo

no se mantengan en el tiempo. Así, los grupos encantados con el discurso del candidato Humala pueden haberse rápidamente desencantados al darse cuenta de que sus promesas de campañas no serían cumplidas. Es más, es altamente posible que el refuerzo de su discurso durante su presidencia afecte los determinantes de su adhesión y aprobación.

## **5. Apoyo a Humala en la elección de 2011**

A partir de la encuesta LAPOP de 2012, se pueden inferir en qué medida las percepciones sobre el estado de la economía, y otras variables que la literatura ha considerado como relevantes, explican la votación alcanzada por Humala en 2011. La encuesta LAPOP tiene representatividad nacional y su trabajo de campo se realizó hacia fines de enero y comienzos de febrero de 2012, 7 meses después de la elección. En la encuesta se preguntó a los peruanos “por quién había votado en las últimas elecciones presidenciales de 2011”. Las repuestas válidas de la encuesta respecto al candidato por el que votó en la elección de 2011 y los resultados reales de la elección se muestra en el cuadro 2. Para ambos casos solo se consideran opciones válidas, esto es descontando del total los nulos y blancos.

Si bien los resultados confirman la conocida la tendencia a sobre-declarar el voto por el candidato ganador, se utiliza esta encuesta porque es la única—de las que tienen sus bases de datos disponibles con acceso liberado—que cuentan con un conjunto de preguntas disponibles para operacionalizar una serie de variables que la literatura sobre voto económico ha considerado como relevantes para entender el comportamiento electoral.

Cuadro 2  
Estimación de la encuesta LAPOP 2012 y resultados electorales en 2011

Candidato	% encuesta	% elección	Diferencia*
Ollanta Humala	48,8	31,7	17,1
Keiko Fujimori	28,7	23,6	5,1
Pedro Pablo Kuczynski	9,9	18,5	-8,6
Alejandro Toledo	7,0	15,6	-8,6
Luis Castañeda	4,1	9,8	-5,7
Otros	1,5	0,8	0,7
Total	100	100	0,0

\*Diferencia entre la media de la encuesta y el porcentaje de votos recibidos en la elección

Fuente: Cálculos propios a partir de encuesta LAPOP 2012 y Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE)

A partir de los resultados de la encuesta, es posible analizar si existe alguna relación estadísticamente significativa entre aquellos que declararon haber votado por el Presidente Humala y otras variables relevantes. Es así como en el cuadro 3 se observa que hay una relación significativa entre el apoyo a los distintos candidatos y el lugar de residencia de los ciudadanos. De los que viven en zonas urbanas, un 45,6% declaró haber votado por Humala en 2011, un 29% por Fujimori y un 12,1% por Kuczynsky. En tanto, de los que residían en zonas rurales, un 59,3% declaró haber votado por Humala, un 27,7% por Fujimori y solo un 3,3% por Kuczynsky. También se advierte que existe una relación significativa al analizar el apoyo a los distintos candidatos por género de los ciudadanos. De los hombres, un 57% declaró haber votado por Humala, el 19,8% por Fujimori y el 10% por Kuczynsky. Entre las mujeres, solo el 40,5% votó por Humala, pero el 37,7% declaró haber votado por Fujimori. Probablemente, su condición de mujer ayudó Keiko Fujimori a capturar más fácilmente el electorado femenino, lo que comúnmente en estudios de comportamiento electoral se conoce como solidaridad de género (Inglehart y Norris 2003). Otra de las variables que demuestra ser estadísticamente significativa es la percepción sociotrópica sobre el estado de la economía. Ollanta Humala obtuvo más respaldo entre quienes creían que la situación del país era igual en comparación a un año atrás.

Cuadro 3  
Apoyo a Humala por grupos en la elección de 2011

	% Grupo	Humala	Fujimori	Kuczynski	Toledo	Castañeda	Otros
<b>Residencia*</b>							
Urbano	76,8	45,5	29,0	12,1	7,1	4,8	1,6
Rural	23,2	59,3	27,7	3,2	6,7	2,1	1,1
<b>Género*</b>							
Hombres	49,9	57,0	19,8	10,0	7,1	4,2	1,9
Mujeres	50,1	40,5	37,7	9,9	6,9	4,0	1,0
<b>Edad</b>							
18-24	20,3	44,8	31,5	14,3	5,4	3,4	,5
25-34	24,1	44,7	31,3	10,7	6,5	4,5	2,4
35-49	29,7	49,6	27,1	10,0	8,1	3,8	1,4
50 y más	25,9	54,6	26,1	6,2	7,2	4,6	1,3
<b>Nivel educacional</b>							
Primaria	16,9	56,7	31,7	2,4	5,3	2,9	1,0
Secundaria	43,5	49,3	32,3	7,8	4,9	4,3	1,4
Terciaria	39,1	44,5	23,2	15,8	10,2	4,6	1,7
<b>Percepción sociotrópica retrospectiva sobre la economía*</b>							
Mejor	18,3	46,7	27,1	11,2	7,5	5,1	2,3
Igual	63,7	49,9	28,2	10,2	6,8	3,6	1,3
Peor	18,0	47,2	31,6	8,3	7,3	4,7	1,0
<b>Percepción egotrópica retrospectiva sobre la economía</b>							
Mejor	21,6	47,3	25,8	10,8	8,8	5,0	2,3
Igual	64,0	49,3	29,3	10,1	6,3	3,7	1,2
Peor	14,4	49,0	29,7	7,7	7,7	4,5	1,3

\*Relación estadísticamente significativa (calculada a través de una prueba de Chi-cuadrado)  
Fuente: Cálculos propios a partir de encuesta LAPOP 2012

Para estimar el efecto de estas variables sobre la probabilidad de haber votado por Humala en 2012, se estimó un modelo de regresión probabilístico. La variable dependiente fue recodificada en '1' cuando los encuestados declararon haber votado por Humala y en '0' cuando declararon haber votado por alguna de las demás opciones. Como variables independientes se incluyeron la zona de residencia de las personas recodificada en '1' cuando residía en alguna zona urbana y el '0' cuando vivía en alguna zona rural. También se incluyó el género de los entrevistados recodificada en '1' a para las mujeres y en '0' para los hombres. Además, se incluyó la edad de los entrevistados y—como proxy de nivel socioeconómico—su nivel educacional. Adicionalmente, se incluyó la identificación política de las personas en una escala de 1 a 10, donde 1 es izquierda y 10 es derecha.

Para probar el efecto de las percepciones sobre el estado de la economía se agregaron a los modelos las percepciones sociotrópica retrospectiva y egotrópica prospectiva. Para facilitar su interpretación, siguiendo el modelo de Erikson, MacKuen y Stimson (2002), fueron recodificadas en '-1' las percepciones negativas, en '0' las neutras y en '1' las positivas. En el primer modelo reportado, solo se incluyeron las variables independientes socio-demográficas. En el segundo modelo se incluyó la identificación política de las personas. En el tercer modelo solo se muestra el efecto de las variables derivadas de la teoría del voto económico. Finalmente, un cuarto modelo reporta el efecto del conjunto completo de variables sobre el apoyo al presidente Humala. Los resultados se muestran en el cuadro 4. En todos los modelos se reportan los efectos marginales de cada variable.

El modelo 1 muestra que Humala recibió más apoyo de parte de los habitantes de zonas rurales en comparación a aquellos que residían en zonas urbanas. Además, confirma que tenía un respaldo mayoritario entre hombres. También que obtuvo más respaldo entre los grupos de más edad y entre las personas con un menor nivel educacional. El modelo 2 muestra que la identificación política de las personas no determinaba el apoyo recibido. En tanto, el modelo 3 muestra que las percepciones sobre el estado de la economía, en sus dimensiones sociotrópicas retrospectivas y egotrópicas prospectivas, no explican el respaldo obtenido por el candidato Humala. Estos resultados se confirman con las estimaciones del modelo 4. Aquí, incluyendo todas las variables analizadas, las únicas que siguen siendo estadísticamente significativas para explicar el comportamiento electoral de los peruanos en la elección de 2011 son el lugar de residencia, el género, la edad y el nivel educacional.

Cuadro 4  
Efectos marginales de los modelos de regresión probabilístico para las bases de apoyo de Humala en 2012

	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
Urbano	-0.128*** (0.0315)	-0.145*** (0.0343)	-	-0.151*** (0.0347)
Mujer	-0.144*** (0.0252)	-0.150*** (0.0272)	-	-0.145*** (0.0275)
Edad	0.00246*** (0.000836)	0.00279*** (0.000907)	-	0.00277*** (0.000923)
Educación	-0.0347* (0.0182)	-0.0342* (0.0199)	-	-0.0375* (0.0202)
Escala política	-	-0.00970 (0.00687)	-	-0.00961 (0.00689)
Sociotrópica retrospectiva	-	-	0.0130 (0.0236)	0.0101 (0.0262)
Egotrópica prospectiva	-	-	0.000565 (0.0239)	0.0146 (0.0263)
Observaciones	1,499	1,284	1,474	1,265

Errores estándar entre paréntesis  
 \*\*\* p<0,01 \*\* p<0,05 \* p<0,1  
 Fuente: Cálculos del autor en base a encuesta LAPOP 2012

El hecho que las variables derivadas de los modelos de voto económico no presenten significancia estadística—a diferencia de las socio-demográficas—es una muestra más de la capacidad que tuvo el candidato Humala de encantar a los grupos más vulnerables y desorganizados de la sociedad peruana. Esto a pesar que el buen contexto económico en el que se desarrollaron las elecciones hubiese facilitado la victoria de un candidato políticamente más cercano al partido oficialista APRA, del Presidente García, o al menos al modelo económico neoliberal que privilegió García. De hecho, la identificación en la escala ideológica tampoco es estadísticamente significativa para explicar el apoyo de Humala en 2011. Al parecer, Humala—a pesar de tener el apoyo explícito de los partidos de izquierda—logró traspasar el discurso de izquierda y tener apoyo político más bien transversal.

## 6. Apoyo a la gestión de del presidente Ollanta Humala en 2014

Durante su gobierno, Humala abandonó su discurso más rupturista con el sistema político y económico y continuó con las políticas de sus antecesores. Si bien ha hecho algunas reformas —como haber aumentado el pago de impuestos mineros y la promulgación de una ley que permite consultar a los pueblos indígenas antes de proceder a la materialización de inversiones, especialmente mineras, en sus territorios— en la práctica, durante el gobierno de Humala no ha realizado mayores reformas al sistema político y económico. En parte, esto ha permitido que la economía peruana se mantuviera relativamente saludable hasta 2013 con la inflación controlada, promediando una variación positiva del 3,3%, según fuentes oficiales, y una variación del producto interno bruto (PIB) en torno al 6%, impulsado fuertemente por la exportación de materias primas. En 2014 el país continuó creciendo, pero a un ritmo mucho más lento, con una variación del PIB de solo un 2,4%, producto del fin de la bonanza de las materias primas derivadas de la minería. No obstante, el discurso del Presidente Humala sigue siendo de prosperidad y de mejora de la calidad de vida de los más pobres.

Según datos de la encuesta LAPOP, en 2014 la popularidad del presidente Humala había caído al 16,2%. Al igual que con la adhesión en la elección de 2011 se analizó si este apoyo era mayoritario entre algunos grupos y solo se encontró una relación estadísticamente significativa entre con la edad, la percepción sociotrópica retrospectiva y la percepción egotrópica prospectiva sobre el estado de la economía.

Tal como muestra en el cuadro 5, entre los peruanos que tenían entre 18 y 24 años, el Presidente Humala obtenía un 19,6% de aprobación. Entre los de 25 a 25, un 14,5% y entre el grupo de 35 a 49 años, un 14,3%. Entre el grupo de 50 años y más, el 18,6% aprobaba su gestión. Entre quienes consideraban en 2014 que la situación económica del país era mejor que hace un año el 29% aprobaba a Humala. Entre los que consideraban la situación económica igual, tenía un 15,2% de apoyo; y entre quienes consideraban como peor la situación, solo un 11,7% respaldaba su gestión. Por otro lado, entre el grupo que consideraban que su situación económica personal sería mejor en el futuro, Humala sumaba un 22,3% de aprobación y entre quienes consideraban que su situación sería igual tenía un 55,5% de respaldo. En tanto, entre quienes consideraban que su situación económica personal sería peor en el futuro obtenía solo un 13,9% de aprobación.

Cuadro 5  
Apoyo por grupos a la gestión de Humala en 2014

	% Grupo	Buena	Regular	Mala
Residencia				
Urbano	76,8	16,1	61,6	22,3
Rural	23,2	17,2	61,2	21,6
Género				
Hombres	49,9	17,4	62,1	20,5
Mujeres	50,1	15,3	61,0	23,7
Edad*				
18-24	18,2	19,6	66,4	14,0
25-34	24,5	14,5	60,9	24,6
35-49	31,8	14,3	61,5	24,3
50 y más	25,5	18,6	58,6	22,8
Nivel educacional				
Primaria	16,3	19,1	60,6	20,3
Secundaria	45,6	14,5	64,4	21,1
Terciaria	38,2	17,6	58,4	24,0
Percepción sociotrópica retrospectiva sobre la economía*				
Mejor	17,0	29,0	57,5	13,5
Igual	48,4	15,2	67,7	17,1
Peor	34,6	11,7	55,2	33,1
Percepción egotrópica prospectiva sobre la economía*				
Mejor	22,3	19,2	61,0	19,8
Igual	55,5	16,2	62,7	21,1
Peor	22,3	13,9	58,3	27,8

\*Relación estadísticamente significativa (calculada a través de una prueba de Chi-cuadrado)

Fuente: Cálculos propios a partir de encuesta LAPOP 2014

Para estimar el efecto de estas variables sobre la popularidad de Humala y analizar continuidades y cambios en sus bases de apoyo, se estimaron 4 modelos, pero utilizando la encuesta LAPOP de 2014. La variable dependiente, esta vez, toma valor '1' cuando los encuestados declararon aprobar el trabajo que estaba haciendo el presidente. La variable adopta el valor '0' para las demás opciones. Se incluyeron las mismas variables independientes de los primeros modelos—zona de residencia, género, edad, nivel educacional, identificación en la escala política, percepción sociotrópica retrospectiva y egotrópica prospectiva—con la misma recodificación de las categorías de respuesta. Los resultados se muestran en el cuadro 6. Se reportan los efectos marginales de cada variable independiente.



Esta vez, en el modelo 1—que solo incluye variables socio-demográficas—ninguno de los factores explicativos resultó ser estadísticamente significativo. No obstante, en el modelo 2, la identificación política en la escala de 1 a 10—donde 1 es izquierda y 10 es derecha—resultó ser positiva y significativa. Es decir, aquellos que se identificaron más a la izquierda de la escala política tenían mayores probabilidades de aprobar la gestión del Presidente Humala en 2014.

En el modelo 3—que solo incluyó percepciones sobre el estado de la economía, resultó ser significativa la percepción sociotrópica retrospectiva. Los que creían en 2014 que la situación económica del país era mejor que 12 meses atrás, tenían mayores probabilidades de aprobar el trabajo del Presidente Humala. Este resultado es consistente con las estimaciones del modelo 4 que incluye todas las variables independientes analizadas. Aquí, la única variable significativa continúa siendo significativa la percepción sociotrópica retrospectiva.

El hecho que ahora obtenga mayor aprobación entre los más izquierdistas y entre quienes creen que la situación del país estaba mejor en comparación a 2013 probablemente se deba a la importante campaña comunicacional que el gobierno de Humala ha desarrollado desde que asumió, y particularmente durante 2014. Así, por ejemplo, según un informe del Congreso de la República (2014), el presupuesto destinado a publicidad del gobierno en 2014 aumentó en casi un 470% en comparación al último año de Alan García, su predecesor.

Cuadro 6  
Efectos marginales de los modelos de regresión probabilístico para la aprobación de Humala en 2014

	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
Urbano	-0.0146 (0.0239)	-0.00863 (0.0269)	-	-0.0282 (0.0284)
Mujer	-0.0216 (0.0192)	-0.0120 (0.0212)	-	0.00531 (0.0215)
Edad	0.000616 (0.000624)	0.000756 (0.000696)	-	0.00106 (0.000713)
Educación	0.00881 (0.0140)	0.0175 (0.0157)	-	0.00947 (0.0159)
Escala política	-	0.00855* (0.00519)	-	0.00821 (0.00516)
Sociotrópica retrospectiva	-	-	0.0829*** (0.0155)	0.0773*** (0.0174)
Egotrópica prospectiva	-	-	-0.0187 (0.0165)	-0.00622 (0.0186)
Observaciones	1,497	1,248	1,462	1,218

Errores estándar entre paréntesis

\*\*\* p<0,01 \*\* p<0,05 \* p<0,1

Fuente: Cálculos del autor en base a encuesta LAPOP 2014

Este hecho es interesante, pues demuestra la rapidez con que el Presidente Humala perdió sus bases de apoyo con las que había sido electo en 2011 confirma la poca solidez de sus bases electorales. Al parecer, el crecimiento económico experimentado en Perú no ha servido de mucho para mejorar las condiciones de vida que los más pobres. De lo contrario mantendría—y quizás hubiese mejorado—sus niveles de apoyo entre los ciudadanos con menos niveles de educación y aquellos que residen en zonas rurales. El análisis, además, confirma que, paradójicamente, en un contexto de desaceleración económica, las variables derivadas de los modelos de voto económico—particularmente la percepción sobre el estado de la economía del país con respecto al pasado—toman relevancia para explicar su aprobación en un contexto de desaceleración económica. Pareciera ser que el grupo minoritario que aprobaba la gestión del Presidente Humala en 2014 era miope ante la desaceleración económica, pues lo apoyaban por creer que la situación económica del país de 2014 era mejor que la de 2013, lo que no se condice con las cifras macroeconómicas.

## Conclusiones

El caso de Ollanta Humala demuestra que Perú, al tener un sistema de partidos débilmente institucionalizado, carece de preferencias electorales que se mantengan relativamente estables en el tiempo. Esto porque los partidos no cuentan con bases electorales fuertes en la sociedad. Este hecho facilita que se recurran a cuestiones de corto plazo—como un discurso exitista—para modificar las percepciones que las personas tienen sobre la situación real del país.

Probablemente si estuviésemos hablando de una democracia con un sistema de partidos más institucionalizado, las variables que explicaron el triunfo de Humala en 2011 deberían mantenerse relativamente estables en el tiempo para explicar su popularidad. Pero dado que Humala logró capturar el voto de sectores rurales y más pobres—o con menos educación—con un discurso más bien populista, al no implementar políticas que apuntaran en esa línea, perdió el apoyo de estos grupos.

Si bien las variables asociadas a los modelos de voto económico no explican la elección de Humala en 2011, si ayudan a entender sus niveles de popularidad en 2014. En 2014, el presidente Humala ganó apoyo con una falsa ilusión de progreso del país. De este modo, el caso peruano pareciera ser un buen ejemplo de que las percepciones sobre el estado de la economía no siempre reflejan las buenas condiciones económicas del país.

## Referencias

- Ames, Rolando y Diego Ponce de León (2009). “La elección presidencial peruana de 2006: descontentos y satanizadores.” En Orlando Plaza (editor) *Cambios sociales en el Perú 1968-2008*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Arce, Moisés (2003). “Political Violence and Presidential Approval in Peru.” *Journal of Politics* vol. 65, n°2, pp. 572-583.
- Arce, Moisés y Julio Carrión (2010). “Presidential Support in a Context of Crisis and Recovery in Peru, 1985-2008.” *Journal of Politics in Latin America* vol. 2, n°1, pp.31-51.
- Bartels, Larry M (2011). “The Study of Electoral Behavior.” En Jan E. Leighley (editor) *The Oxford Handbook of American Elections and Political Behavior*. New York: Oxford University Press.

- Benton, Alice (2005). "Dissatisfied Democrats or Retrospective Voters? Economic Hardship, Political Institutions, and Voting Behavior in Latin America." *Comparative Political Studies* vol. 38, n°4, pp.417-442.
- Cameron, Maxwell A (2009). "El giro a la izquierda frustrado en Perú: el caso de Ollanta Humala." *Convergencia: Revista de ciencias sociales* (número especial), pp. 275-302.
- Cameron, Maxwell A. y Juan Pablo Luna (2010). *Democracia en la región andina*. Lima: Instituto de Estudio Peruanos.
- Campbell, Angus, Pihilip E. Converse, Warren E Miller y Donald E Stokes (1960). *The American Voter*. New York: Wiley.
- Carreras, Miguel (2012). "The Rise of Outsiders in Latin America, 1980-2010 An Institutional Perspective." *Comparative Political Studies* vol. 45, n°12, pp. 1451-1482.
- Castaneda, Jorge C, and Marcos A Morales (2008). *Leftovers. Tales of the Latin American Left*. New York: Routledge.
- Congreso de la República (2014). "Los gastos en publicidad e imagen institucional del Poder Ejecutivo: ¿Gastos de autobombo?". Informe del grupo parlamentario PPC – APP. Disponible en <http://cde.peru21.pe/doc/0/0/1/8/4/184326.pdf>
- Contreras, Carlos y Marcos Cueto (2004). *Historia del Perú contemporáneo*. Lima: IEP Ediciones.
- Cotler, Julio (1995). "Political Parties and the Problems of Democratic Consolidation in Peru." En Scott Mainwaring y Timothy Scully (editores) *Building Democratic Institutions: Party Systems in Latin America*. Stanford CA: Standford University Press.
- Cotler, Julio (2005). *Clases, estado y nación en el Perú*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Dalton, Russel J. y Hans-Dieter Klingemann (2007). "Citizens and Political Behavior." En Russel J Dalton y Hans-Dieter Klingemann (editores) *The Oxford Handbook of Political Behavior*. New York: Oxford University Press.
- Degregori, Carlos Iván (1990). *El surgimiento de Sendero Luminoso: Ayacucho 1969-1979*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Degregori, Carlos Iván (2000). *La década de la antipolítica: auge y huida de Alberto Fujimori y Vladimiro Montesinos*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Downs, Anthony (1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper & Row.
- Erikson, Robert S, Michael B MacKuen y James A Stimson (2002). *The Macro Polity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fiorina, Morris P (1978). "Economic retrospective voting in American national elections: A micro-analysis." *American Journal of Political Science* vol. 22, n°2, pp. 426-443.

- Gélineau, François (2007). "Presidents, Political Context, and Economic Accountability Evidence from Latin America." *Political Research Quarterly* vol. 60, n°3, pp.415-428.
- Hagopian, Frances y Scott Mainwaring (2005). *The Third Wave of Democratization in Latin America. Advances and Setbacks*. New York: Cambridge University Press.
- Inglehart, Ronald y Pippa Norris (2003). *Rising tide: gender equality and cultural change around the world*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kiewit, D. Roderick (2000). "Economic Retrospective Voting and Incentives for Policymaking." *Electoral Studie* vol. 19 n°1-2, pp. 427-444.
- Levitsky, Steven (1999). "Fujimori and Post-Party Politics in Peru." *Journal of Democracy* vol. 10, n°3, pp.78-92.
- Levitsky, Steven y Maxwell Cameron (2003). "Democracy without parties? Political parties and regime change in Fujimori's Peru." *Latin American Politics and Society* vol. 45, n°3, pp.1-33.
- Lewis-Beck, Michael (1988). *Economics and Elections: The Major Western Democracies*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Lewis-Beck, Michael y María Celeste Ratto (2013). "Economic voting in Latin America: A general model." *Electoral Studies* vol. 32, n° 3, pp. 489-493.
- Lewis-Beck, Michael S., William G. Jacoby, Helmut Norpoth y Herbert F. Weisberg (2009). *The American voter revisited*. Michigan: University of Michigan Press.
- Lewis-Beck, Michael S. y Mary Stegmaier (2000). "Economic Determinants of Electoral Outcomes." *Annual Review of Political Science* vol. 3, n°1, pp.183-219.
- Lewis-Beck, Michael S., and Mary Stegmaier (2007). "Economic Models of Voting." En Russel J Dalton y Hans-Dieter Klingemann (editores) *The Oxford Handbook of Political Behavior*. New York: Oxford University Press.
- Mainwaring, Scott, Ana María Bejarano y Eduardo Pizarro (2007). *The Crisis of Democratic Representation in the Andes*. Stanford: Stanford University Press.
- Mainwaring, Scott y Timothy R. Scully (1995). *Building Democratic Institutions. Party Systems in Latin America*. Stanford: Stanford University Press.
- Mainwaring, Scott y Mariano Torcal (2006). "Party System Institutionalization and Party System Theory After the Third Wave of Democratization." En Richard Katz y William Crotty (editores). *Handbook of Political Parties*. Londres: Sage Publications.
- Massicot, Loreto, Gonzalo Parra y Bernardo Navarrete (2014). "Estrategia y racionalidad de los candidatos presidenciales en las elecciones peruanas del 2011: por qué cuatro son menos que uno." *Polis* vol. 13, n°37, pp. 431-455.

- Meléndez, Carlos y Paolo Sosa Villagarcía (2013). “Perú 2012: ¿Atrapados por la historia?” *Revista de ciencia política* vol. 33, n°1, pp. 325-350.
- Morgan, Jana (2003). “Counting on the Past or Investing in the Future? Economic and Political Accountability in Fujimori’s Peru.” *The Journal of Politics* vol. 65, n°3, pp. 864-880.
- Muñoz, Paula (2011). “Más Allá de la Campaña. Opinión y Análisis (Elecciones presidenciales segunda vuelta: un análisis del voto peruano).” *Documento del Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú* Año 2 (julio).
- Nadeau, Richard, Michael S Lewis-Beck y Éric Bélanger (2013). “Economics and elections revisited.” *Comparative Political Studies* vol. 46, n°5, pp. 551-573.
- Nadeu, Richard y Michael Lewis-Beck (2001). “National Economic Voting un U.S. Presidential election.” *The Journal of Politics* vol. 63, n°1, pp. 159-181.
- Nannestad, Peter y Martin Paldam (1994). “The VP-function: A survey of the literature on vote and popularity functions after 25 years.” *Public Choice* vol. 79, n°3-4, pp.213-245.
- Nannestad, Peter y Martin Paldam (1997). “From the pocketbook of the welfare man: A pooled cross-section study of economic voting in Denmark, 1986-92.” *British Journal of Political Science* 27 (1):119-136.
- Nannestad, Peter y Martin Paldam (2000). “Into Pandora’s Box of Economic Evaluations: A Study of the Danish Macro VP-Function, 1986-1997.” *Electoral Studies* vol. 19, n°1-2, pp. 123-140.
- Norpoth, Helmut (1996). “Presidents and the prospective voter.” *Journal of Politics* vol. 58, n°3, pp. 776-792.
- O’Donnell, Guillermo (1994). “Delegative democracy.” *Journal of democracy* vol. 5, n°1, pp. 55-69.
- Oshige, David (2014). “Análisis de las Elecciones Generales del 2011 y sus implicaciones socioeconómicas y políticas.” *Cuadernos de Investigación Instituto de Opinión Pública, Pontificia Universidad Católica del Perú*. Serie Cuadernos de Investigación N° 8.
- Panfichi, Aldo y Omar Coronel (2009). “Cambio entre los vínculos entre la sociedad civil y el Estado en el Perú: 1968-2008.” En Orlando Plaza (editor) *Cambios sociales en el Perú 1968-2008*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Sanchez, Omar (2009). “Party Non-Systems A Conceptual Innovation.” *Party Politics* vol. 15, n°4, pp.487-520.
- Stokes, Susan (1996). “Economic Reform and Public Opinion in Peru, 1990-1995.” *Comparative Political Studies* vol. 29, n°5, pp. 544-565.

- Sulmont, David (2009). "Lineas de frontera y comportamiento electoral en Perú. Diferencias sociales y tendencias del voto en las elecciones presidenciales peruanas, 1980-2006." En Orlando Plaza (editor) *Cambios sociales en el Perú 1968-2008*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Tanaka, Martín (2005). "Chronicle of a death foretold? Determinism, Political Decision, and Open Outcomes." En Frances Hagopian y Scott Mainwaring (editores) *The Third Wave of Democratization in Latin American. Advances and Setbacks*. New York: Cambridge University Press.
- Tanaka, Martin, y Sofía Vera (2010). "La dinámica" neodualista" de una democracia sin sistema de partidos: La situación de la democracia en el Perú." *Revista de ciencia política* vol. 30, n°1, pp.87-114.
- Tanaka, Martín y Sofía Vera (2007). "Perú: entre los sobresaltos electorales y la agenda pendiente de la exclusión." *Revista de Ciencia Política* vol. 27, n°esp., pp. 235-247.
- Van der Brug, Wouter, Cees Van der Eijk y Mark Franklin (2007). *The economy and the vote: Economic conditions and elections in fifteen countries*. New York: Cambridge University Press.
- Weyland, Kurt (2000). "A paradox of success? Determinants of political support for President Fujimori." *International Studies Quarterly* vol. 44, n°3, pp. 481-502.