



Análisis acerca del **"Flujo de Votos"** entre los candidatos a presidente en Argentina



## RESUMEN EJECUTIVO

El término **"flujo de votos"** se refiere al movimiento de votantes de un candidato o partido político a otro en el transcurso de una elección. El flujo de votos puede ser un fenómeno importante en las elecciones y puede influir en los resultados finales. Para analizar el potencial flujo de votos, se efectuó un análisis sobre la intención de voto para los diferentes precandidatos presidenciales y se efectuaron correlaciones tendientes a identificar los casos en los que los candidatos comparten el grado de votantes similares. A partir de un índice de flujo de votos (que puede fluctuar desde el -1 al +1) se analizó el flujo de votos entre los principales candidatos de las PASO. En este sentido, los resultados indicaron que los votos de los líderes de la coalición Juntos por el Cambio, Patricia Bullrich y Horacio Rodríguez Larreta, compartieron el mayor flujo de votos (+.50), mientras que Larreta y el líder del espacio Libertad Avanza, Javier Milei, llegaron a un flujo de votos negativos (-30).

En este sentido, todo indicaría que los votos de Horacio Rodríguez Larreta se trasladarían de manera directa a Patricia Bullrich.

Por otra parte, la candidata presidencial Patricia Bullrich presenta un flujo de votos positivo con Javier Milei (+.34), lo que sugiere una competencia directa entre ambos candidatos.

Por su parte, Sergio Massa, actual Ministro de Economía y candidato presidencial por el Frente de Todos, posee un flujo de votos negativos con los demás candidatos (valores comprendidos entre -.16 y -.30), lo que indicaría que no competiría con los demás candidatos al no compartir una base similar de votantes.

## INTRODUCCIÓN

El término “**flujo de votos**” se refiere al movimiento de votantes de un candidato o partido político a otro durante un proceso electoral.

Al respecto, este puede ser un fenómeno de gran relevancia, pudiendo modificar de manera contundente los resultados antes obtenidos.

En este sentido, para evaluar el flujo de votos entre dos candidatos presidenciales y determinar la relación entre la intención de voto otorgada por los encuestados a cada uno de ellos (utilizando la escala de 1 a 10), se implementó la **metodología basada en el coeficiente de correlación de Pearson**.

Una correlación positiva, indica que a medida que la intención de voto para un candidato aumenta, la intención de voto para el otro también. Esto sugiere que ambos candidatos podrían compartir un grupo de votantes que los respaldan de igual manera o bien que las preferencias hacia ambos se mueven en la misma dirección.

Por otro lado, una correlación negativa en este contexto indicaría una relación inversa entre las preferencias de los votantes para esos dos candidatos. En otras palabras, cuando la correlación es negativa, sugiere que a medida que las intenciones de voto para un candidato aumentan, las intenciones de voto para el otro tienden a disminuir.

Esto podría indicar una competencia más directa entre los dos candidatos por un grupo de votantes compartido. Cuando uno de los candidatos gana apoyo, el otro tiende a perderlo, lo que podría requerir que ambos adapten sus estrategias de campaña para atraer a ese grupo de votantes de manera más efectiva.

## INTRODUCCIÓN

En cuanto a la magnitud de la correlación, esta puede variar de -1 a 1. Una correlación de 1 (positiva perfecta) indica una relación lineal positiva perfecta, lo que significa que la intención de voto para ambos candidatos siempre aumenta en la misma proporción.

Por otro lado, una correlación de -1 (negativa perfecta) indica una relación lineal negativa perfecta, donde la intención de voto para un candidato aumenta mientras que la del otro siempre disminuye en la misma proporción.

Una correlación de 0 indica que no hay una relación lineal aparente entre la intención de voto para ambos candidatos.

Para interpretar el flujo de votos entre dos candidatos debe considerarse tanto la dirección (positiva o negativa) como la magnitud (cercana a 1, -1 o cerca de 0) de la relación para comprender cómo compiten por el mismo grupo de votantes y cómo pueden adaptar sus estrategias de campaña.

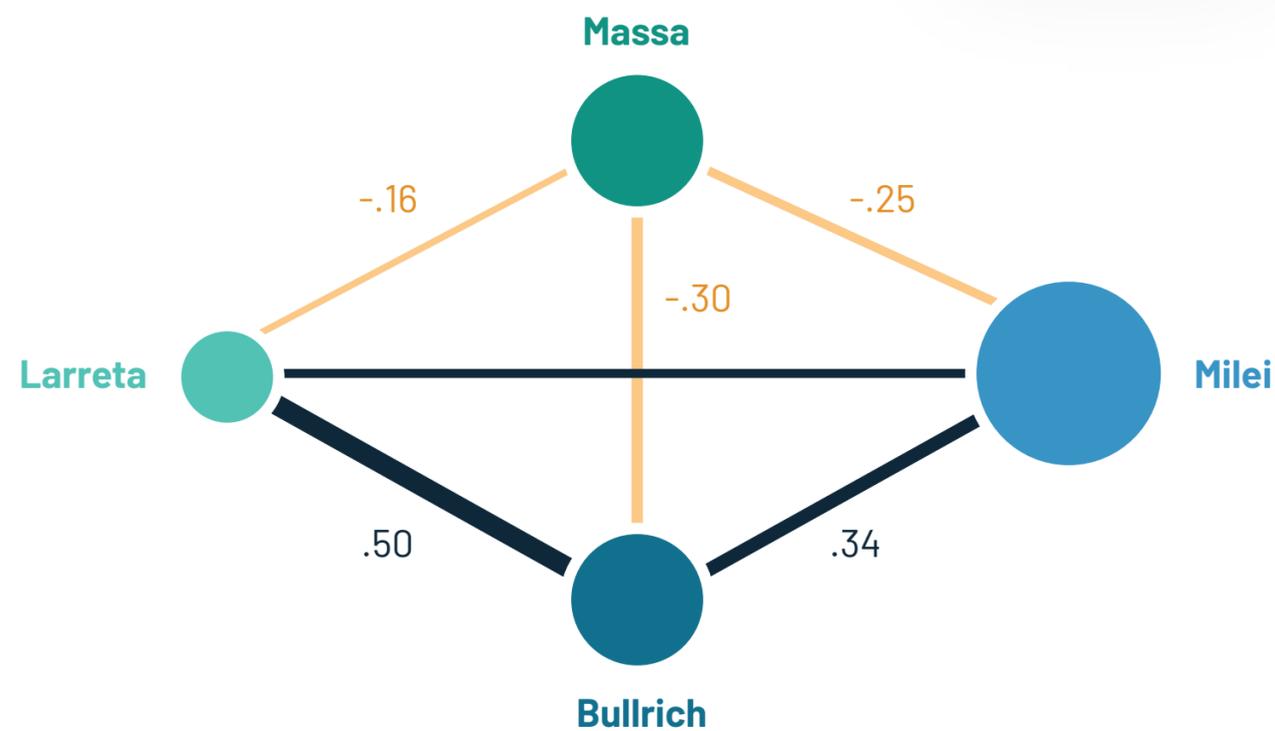
En este sentido, los resultados obtenidos en el presente estudio indicarían que Patricia Bullrich y Horacio Rodríguez Larreta compartirían el mayor flujo (+.50), mientras que Rodríguez Larreta y Milei tendrían un flujo de votos negativos (-30).

INTRODUCCIÓN

De esta manera, los votos de Horacio Rodriguez Larreta se trasladarían directamente a Patricia Bullrich. Por otra parte, Bullrich presentaría un flujo de votos positivo con Milei (+.34), sugiriendo de esta manera una competencia directa entre ambos candidatos.

Finalmente, y continuando con esta misma metodología, Sergio Massa tendría un flujo de votos negativo con los otros candidatos (valores comprendidos entre -.16 y -.30) lo que indicaría que no competiría con los otros candidatos por no compartir una base similar de votantes.

**Figura 1.**



**Figura 1.** Flujo de Votos entre los principales candidatos de las PASO.

## CONCLUSIONES

El hecho de que Patricia Bullrich y Horacio Rodríguez Larreta compartan un flujo de votos positivo significativo (+0.50), sugeriría que estos dos candidatos poseen una base de votantes similar. En este sentido, cuando los votantes expresaron su apoyo a alguno de ellos, es probable que también hayan considerado al otro como una opción viable.

Sumado a ello, el flujo de votos entre Rodríguez Larreta y Milei es inverso, lo cual indica que las preferencias de los votantes hacia estos dos candidatos son opuestas. Cuando los votantes apoyan a uno, es menos probable que apoyen al otro. Estos resultados indicarían que los votos de Rodríguez Larreta se trasladan directamente a la candidata presidencial Patricia Bullrich.

Por su parte, Sergio Massa presentaría un flujo de votos negativo con respecto a los otros candidatos (valores comprendidos entre -0.16 y -0.30), lo que significaría que no estaría en condiciones de competir directamente con ninguno de los otros candidatos al no compartir una base similar de votantes que sus dos contrincantes. En este sentido, se observa que los votantes que apoyan a Massa tienen la tendencia de no considerar a los otros candidatos como alternativas viables, y viceversa.

El aspecto que demandaría mayor análisis es el flujo de votos positivo entre Bullrich y Milei (+0.34), el cual sugeriría que estos dos candidatos también compiten directamente por un grupo de votantes compartido. Cuando los votantes respaldan a uno de ellos, es más probable que consideren al otro como una opción viable. Esto indicaría una competencia directa entre Bullrich y Milei en la carrera electoral.

## CONCLUSIONES

A partir de otros informes elaborados por el Hub de Conocimiento Insight 21, se pueden señalar cinco estrategias principales que podría utilizar la candidata a presidenta Patricia Bullrich para competir con los votantes compartidos con el candidato Javier Milei:

**1. Identificar similitudes en las políticas:** Bullrich podría destacar las áreas en las que comparte posiciones políticas o ideológicas con Milei. Al hacerlo, podría atraer a votantes que comparte esas mismas opiniones, pero que también valoran la experiencia y la trayectoria política de Bullrich.

**2. Centrarse en la viabilidad:** Bullrich podría argumentar que, si bien comparte muchas de las mismas ideas que Milei, tiene la capacidad y experiencia para implementar políticas de manera efectiva. Podría destacar sus logros pasados y su capacidad para trabajar dentro del sistema político para lograr cambios concretos.

**3. Resaltar la estabilidad y la moderación:** El candidato a presidente Javier Milei es conocido por su retórica apasionada y su enfoque antiestablishment. En este sentido, Patricia Bullrich podría presentarse como una candidata más estable y moderada, capaz de equilibrar las reformas con la estabilidad y la gobernabilidad.

**4. Comunicación eficaz:** Una comunicación efectiva es clave. Bullrich debería presentar sus propuestas de manera clara y convincente, destacando cómo sus políticas serían beneficiosas para los votantes y la sociedad en general.

**5. Compromiso con el diálogo:** Mostrar predisposición para dialogar con los votantes de Javier Milei y escuchar sus preocupaciones podría ayudar a ganar su confianza.

## CONCLUSIONES

En este mismo sentido, el candidato Javier Miler podría hacer uso de las siguientes estrategias:

- 1. Resaltar su enfoque antiestablishment:** Javier Milei podría enfocarse en su imagen como un candidato que desafía el statu quo que representa un cambio radical en la política. Esto podría atraer a votantes que están desencantados con la política tradicional y buscan una alternativa disruptiva.
- 2. Destacar su apoyo a políticas liberales y de mercado:** enfocarse en destacar sus propuestas económicas y cómo estas podrían beneficiar a la economía y a los votantes. Esta estrategia reforzaría la visión de cambio y esperanza que genera en sus votantes.
- 3. Comunicación efectiva:** Es crucial que Javier Milei comunique sus ideas y propuestas de manera clara y convincente. Debe explicar cómo sus políticas pueden abordar los problemas y las preocupaciones de los votantes de manera efectiva. Más aún, teniendo en consideración según informes previos, que muchos de los votantes experimentan miedo e inseguridad en su figura.
- 4. Contraste con el establishment:** Podría destacar las diferencias entre él y Bullrich, resaltando su imagen como un candidato antiestablishment frente a una candidata que ha estado involucrada en la política tradicional durante mucho tiempo.

## INFORMACIÓN METODOLÓGICA

**Metodología:** Cuantitativa.

**Tipo de investigación:** Descriptiva.

**Técnica de recolección de datos:** Encuesta telefónica.

**Instrumento de recolección de datos:** Cuestionario estructurado.

**Población de estudio:** Hombre y mujeres con edades comprendidas entre los 18 y los 65 años de edad, residentes de las siguientes ciudades argentinas:

Ciudad de Buenos Aires

Comodoro Rivadavia

Córdoba

Corrientes

Mendoza

Rosario

San Miguel de Tucumán

**Procedimiento de selección de la muestra:** Probabilístico – Aleatorio sistemático.

**Tamaño de la muestra:** 1050 casos.

**Error de la muestra:** 3,02%.

**Nivel de confianza:** 95%.