

Grupos de interés

Grupos de interés

- Los grupos de interés son agrupaciones de personas y/o empresas que se organizan al margen del proceso electoral para tratar de influir a favor de sus intereses en las decisiones de política
- Se diferencian de los votantes en que tienen un alto grado de organización y coordinación; detectan polizones (free-riders) fácilmente. Los intereses son homogéneos, suelen tener pocos miembros.

Grupos de interés: Acciones

- Contribuciones y fondos de campaña a partidos/candidatos (epoca de campaña) → obviamente esto introduce una asimetría de poder entre votantes y grupos de interés
- Suministran información a los votantes a través de medios y actos → esto supone que existe una asimetría de información entre el gobierno y los votantes
- Audiencias de intereses → los intereses organizados frecuentemente se reúnen con representantes del ejecutivo y legislativo → “comprar acceso”.
- Conexiones y vínculos preexistentes -ie. empresas, colegios, etc.

Grupos de interés: Acciones (cont.)

Cuadro 5.1 Carteras de inversión empresarial en política (intensidad de su uso)

País	Tipo de participación				
	Asociaciones	Cabildeo	Contribuciones a elecciones y campañas	Redes	Corrupción
Argentina	Bajo	Medio	Medio	Medio	Alto
Brasil	Bajo	Medio	Medio	Medio	Medio
Chile	Alto	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo
Colombia	Alto	Bajo	Medio	Alto	Medio
México (década de 1990)	Alto	Bajo	Bajo	Bajo	Medio
México (de 2000 al presente)	Medio	Medio	Medio	Medio	Medio

Fuente: Schneider (2005).

Tipos de acciones realizadas por grupos de interés

Votantes

Votantes

- Los votantes deciden a quien votar en función de qué partido se acerca más a sus intereses y –a priori- votan al partido que propone una política más cercana a sus intereses
- Para decidir si emite el sufragio, el votante considera los beneficios y costos de ir a votar

$$u_i = f(ben; dd; c) \quad (1)$$

- donde *ben* es el beneficio asociado a que gane el partido preferido; *dd* es el beneficio asociado al voto como deber democrático; y *c* es el costo asociado de ir a votar.

Competencia electoral: Grupos de interés

Aproximaciones teóricas

- Existen dos modelos teóricos fundacionales del análisis de competencia electoral con grupos de interés: el modelo de Baron y el modelo de Grossman & Helpman.
 - Modelo de Baron →
 - Modelo de Grossman & Helpman →
- A diferencia de Downs-Black, ambos modelos suponen que no todos los votantes conocen las posiciones de política de los candidatos (que pasa si todos están informados?)

Modelo de competencia electoral de Baron

- Se suponen dos tipos de votantes: *informados* y *no informados*. Los gastos de campaña influyen el voto de los votantes no informados.
- Al haber candidatos no informados, los partidos pueden tener incentivos para separar sus posiciones de política y atraer grupos de interés → polarización de políticas
- De alguna manera, esto equivale a proponer que los partidos compiten en un juego de suma cero por los votantes no informados.
- El modelo propone dos casos: 1) Política particularista →

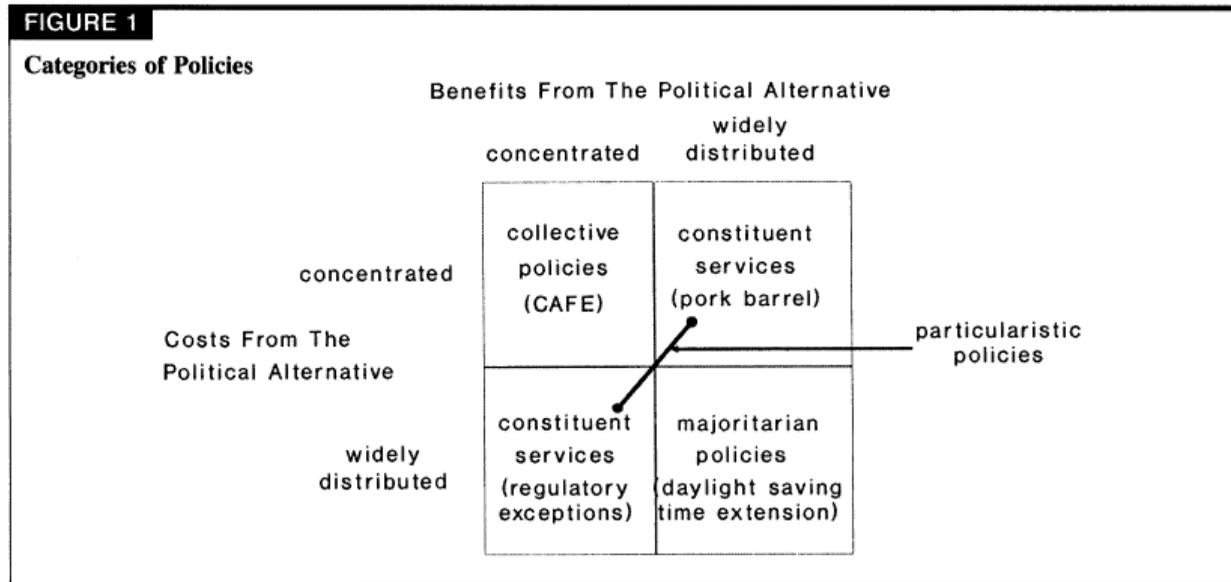
Modelo de competencia electoral de Baron

- Los partidos/candidatos compiten por votos y contribuciones de campaña a lo largo de varias dimensiones:
 - Servicios de *constituency*
 - Políticas mayoritarias
 - Políticas particularistas
 - Políticas colectivas
- Las dos primeras no tienen un vínculo directo con grupos de interes especial. Las dos ultimas, si.

Modelo de competencia electoral de Baron (cont.)

- ¿Qué son políticas particularistas y políticas colectivas?
 - Políticas particularistas → dan beneficios a *algunos* GIS e imponen costos no significativos sobre otros GIS –no induce a hacer contribuciones. Ejemplos: excepciones regulatorias; provisiones especiales; recorte impositivo; acceso al candidato.
 - Políticas colectivas → dan beneficios significativos a *algunos* GIS e imponen costos significativos a *otros* GIS –si induce a hacer contribuciones. Ejemplos: legislación laboral; política comercial que afecta a importaciones y exportaciones; política tributaria amplia.
- Resumiendo → políticas colectivas activan contribuciones de *todos* los GIS. Las políticas particularistas no condicionan el comportamiento de los GIS.

Modelo de competencia electoral de Baron (cont.)



Modelo de competencia electoral de Baron (cont.)

- ¿Cuáles son las implicancias para las contribuciones de campaña?
 - Políticas particularistas \rightarrow contribuciones son sólo función de la política del candidato que favorece a ese GIS $-C_i = f(p^A)$. Estas políticas pueden ser negadas a los GIS
 - Políticas colectivas \rightarrow contribuciones son función de las políticas de ambos candidatos $-C_i = f(p^A; p^B)$. No pueden ser negadas a los GIS
 - Las contribuciones pueden ser negadas en dos casos: 1) no hay ninguna contribución; 2) si un GIS dona a ambos candidatos.

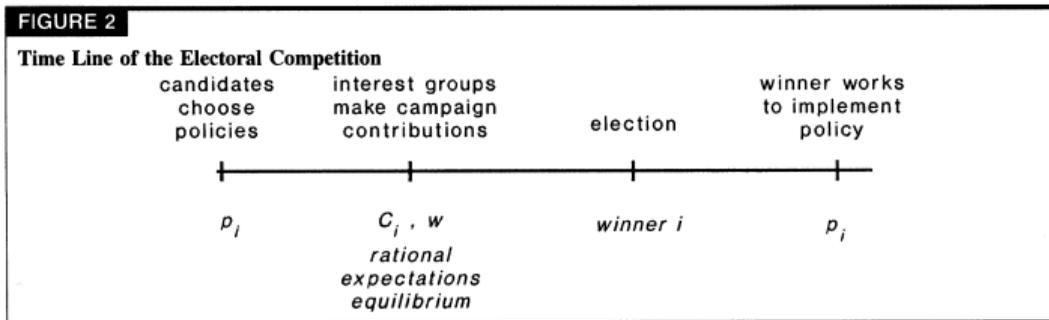
Modelo de competencia electoral de Baron (cont.)

- 1 dimensión, 2 partidos (candidatos). Cada partido asume una posición en una escala espacial –partido A entre 0 y 0.5 y partido B entre 0.5 y 1. Votantes de dos tipos: no informados (fracción k) e informados (fracción $1-k$).
- El mediano de los votantes informados prefiere posiciones de candidatos ubicadas al centro de la dimensión política. La presencia de votantes informados crea *incentivos centripetos*
- Votantes no informados desconocen posiciones de políticas \rightarrow persuadidos por campaña. Los candidatos gastan C_1, C_2 para atraer votantes no informados. Las

Modelo de competencia electoral de Baron (cont.)

- La probabilidad de ganar es mayor para el partido alineado con el GIS que mas valua las políticas particularistas.
- Si la proporción de votantes no informados aumenta, las políticas de equilibrio divergen y se mueven fuera del centro
- Si existe también financiamiento público, resultara en políticas particularistas mas cercanas al mediano
–financiamiento público realza los incentivos centripetos.
- Adicionalmente, financiamiento público tiene una característica de tipo “underdog” → aumentos en

Modelo de competencia electoral de Baron (cont.)



Modelos de lobbies

- Modelo estándar de lobbies de grupos de interés especial (SIG) es de Grossman & Helpman. Gobiernos de tipo oportunista, votantes con interés medio v y grupos de interés con interés medio c .
- Sin SIG's el gobierno implementaría una política acorde al interés del votante mediano; con la presencia de SIG's el gobierno tiene un incentivo a apartarse de esa política.
- Resultados electorales son influidos (al menos en parte) por el dinero gastado por los candidatos en las campañas –atraen a *swing voters* a la Baron (1994) y Grossman & Helpman (1996).

Modelos de lobbies (cont.)

- Supuesto principal \rightarrow individuos pueden organizarse e “influnciar” sobre políticos y/o partidos para obtener políticas deseadas –i.e. lobbies del azúcar en EEUU, grupos de interés sectoriales, lobbies de grupos financieros, etc.
- Supuestos operativos (artículo Grosman & Helpman (1992):
 1. n grupos de agentes –tamaño de cada grupo igual a 1
 2. Preferencias idénticas hacia adentro del grupo
 3. Vector de políticas $\rightarrow q$. La política es elegida por el político.
 4. Los lobbies realizan transferencias (aportes, coimas, etc) para influir sobre la política
 5. Utilidad de los agentes lineal en el consumo

Modelos de lobbies (cont.)

$$W_j(q) - C_j(q) \quad (2)$$

- $W_j(q)$ es el ingreso del grupo lobby y $C_j(q)$ es el consumo (transferencias) realizado. Note como tanto el ingreso como las transferencias del lobby son funciones de las políticas adoptadas.

$$G(q) = \sum_{i=1}^n C_j(q) + \alpha \sum_{i=1}^n W_j(q) \quad (3)$$

- es la función de utilidad del político; depende en forma lineal de las transferencias recibidas y del bienestar

Modelos de lobbies (cont.)

- m grupos ($m < n$) están organizados como lobbies; el remanente $n - m$ no están organizados y no hacen ningún tipo de contribución
- Forma del juego:
 1. Todos los lobbies organizados ofrecen *simultáneamente* una propuesta $C_j(q) > 0$ que representan los pagos que harían a los políticos cuando la política q es implementada.
 2. Los políticos observan las propuestas y luego deciden (implementan) la política q .
- El juego tiene la misma forma que un juego de subastas (de ahí en parte el nombre del artículo “Protection for sale”)

Modelos de lobbies (cont.)

La función de contribuciones $\{C_j^*(\cdot)\}_{j=1,\dots,m}$ y la política q^* constituyen un equilibrio de subjuego de Nash si y sólo si:

1. $C_j^*(\cdot)$ es viable $\rightarrow 0 \leq C_j^*(q) \leq W_j(q)$
2. El político elige la política que maximiza su bienestar:

$$q^* \in \arg \max_q \sum_{j=1}^m C_j^*(q) + \alpha \sum_{j=1}^n W_j(q) \quad (4)$$

3. Ningún lobby puede beneficiarse de desviaciones alternativas

$$q^* \in \arg \max_q (W_i(q) - C_i^*(q) + \sum_{j=1}^m C_j^*(q) + \alpha \sum_{j=1}^n W_j(q)) \quad (5)$$

Modelos de lobbies (cont.)

Además, debe verificarse que:

$$q^j \in \arg \max_q \left(\sum_{j=1}^m C_j^*(q) + \alpha \sum_{j=1}^n W_j(q) \right) \quad (6)$$

- es decir, que existe una política q^j para cada lobby y que además satisfaga $C_j^*(q^j) = 0$. Esto implica que la función de contribuciones de cada lobby es tal que existe una política asociada a contribuciones cero y sin embargo le brinda la misma utilidad
- Si la condición 3 no se da, quiere decir que existe un $\hat{q} \neq q^*$ que le brindará una mayor utilidad al político y q^* no sería

Modelos de lobbies (cont.)

- Pero poco sabemos acerca de la(s) propuesta(s) de contribucion(es). Tomando la derivada de las ecuaciones (9) y (10), tendremos que:

$$\sum_{j=1}^m \frac{\partial C_j^*(q)}{\partial q_K} + \alpha \sum_{j=1}^n \frac{\partial W_j(q)}{\partial q_K} \quad (7)$$

$$\frac{\partial W_i(q)}{\partial q_K} - \frac{\partial C_i^*(q)}{\partial q_K} + \sum_{j=1}^m \frac{\partial C_j^*(q)}{\partial q_K} + \alpha \sum_{j=1}^n \frac{\partial W_j(q)}{\partial q_K} \quad (8)$$

- lo cual nos queda:

$$\frac{\partial W_i(q)}{\partial q_K} = \frac{\partial C_i^*(q)}{\partial q_K} \quad (9)$$

Lobbies: ejemplo de aplicación

- Dos grupos: ricos y pobres. Una fracción λ de los agentes son ricos con ingreso h^r y los restantes $1 - \lambda$ son pobres, $h^p (< h^r)$. El ingreso promedio en la economía es:

$$h = \lambda h^r + (1 - \lambda) h^p \quad (10)$$

- Se impone un impuesto τ a todos los agentes y se redistribuye el producido con subsidios de suma fija. La existencia de impuestos ocasiona una pérdida, $c(\tau)h$, y $c(\tau)$ es creciente y convexa. El monto total del subsidio es:

$$\Gamma = (\tau - c(\tau))h \quad (11)$$

Lobbies: ejemplo de aplicación (cont.)

- Con votación por mayoría, tendremos la tasa impositiva preferida por los pobres (son más numerosos):

$$\tau^m = \arg \max_{\tau} (1 - \tau)h^p + [\tau - c(\tau)]h \quad (12)$$

- Maximizando, queda:

$$h - h^p = c'(\tau^m)h \quad (13)$$

- mientras $h - h^p$ sea mayor que ϵ tendremos que $\tau^m > 0$ y habrá redistribución

Lobbies: ejemplo de aplicación (cont.)

- Supongamos ahora que los ricos se organizan en un lobby. La tasa impositiva de equilibrio será:

$$\tau^l = \arg \max_{\tau} (1 + \alpha) \lambda [(1 - \tau) h^r + [\tau - c(\tau) h] + \quad (14)$$

$$\alpha(1 - \lambda) [(1 - \tau) h^p + [\tau - c(\tau) h] \quad (15)$$

- La CPO queda igual a:

$$\lambda [h - h^r - c'(\tau^l) h] - \alpha c'(\tau^l) h \leq 0 \quad (16)$$

- y como $h - h^r < 0$, tendremos que $\tau^l = 0$. Con lobby, no hay lugar para imposición redistributiva. Este mismo resultado se para cuando los pobres también están organizados. Implicancia \rightarrow si la imposición es costosa, la política maximizadora de utilidad es una política de cero

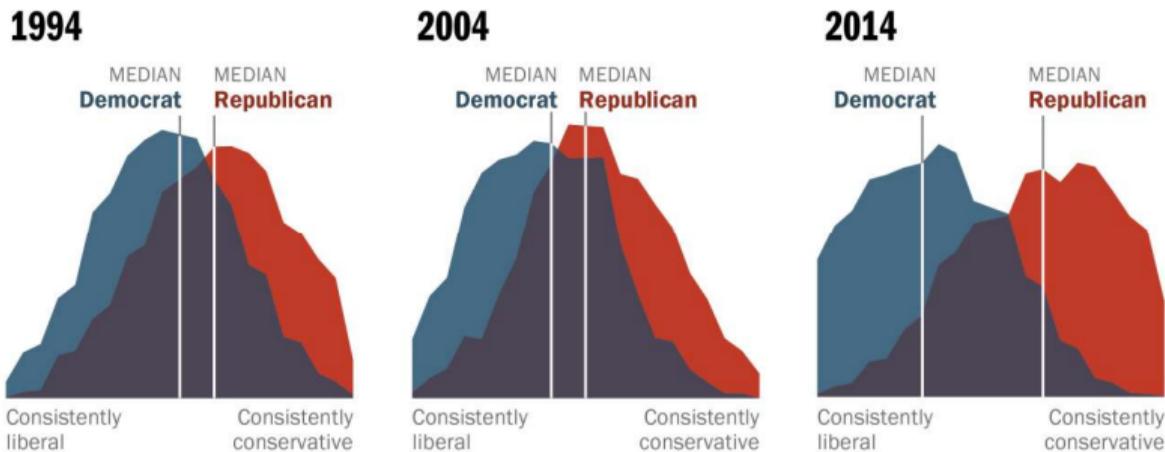
Lobbies: ejemplo de aplicación (cont.)

- Ahora supongamos que la redistribución es socialmente deseada (i.e. contribuye a la formación humana via transferencias a los más pobres). Esto sugiere que $c'(\tau) < 0$ para $\tau \leq \hat{\tau}$ y que $c'(\hat{\tau}) = 0$. En este caso, la política maximizadora de utilidad será $\tau = \hat{\tau}$
- Con los ricos organizados, igualmente tendremos que no habrá redistribución. Esto sugiere que con el sector rico organizado, el resultado encajará mejor con sus preferencias; entonces, políticas que redistribuyen desde ricos a pobres no serán adoptadas aún cuando sean socialmente benéficas.

Evidencia: votante swing, tecnología y política

- Tradicionalmente, idea teórica es que las elecciones se definen por los indecisos → “swing voters”
- En EEUU, este porcentaje era de 20% en 1990, de 10% en 2000 y de 5% en 2016.
- Big data y tecnología facilita y abarata el “micro-targeting”.
- El foco pasa a ser el votante core y no el votante swing.

Evidencia: votante swing, tecnología y política (cont.)



Evidencia: votante swing en Argentina

- La tendencia parece ser al revés! → según diferentes encuestas, a una semana de la elección presidencial de 2015, entre un 15% y 20% aún no habían decidido su voto
- Está pasando en otras democracias multi-partidistas → mas de dos opciones electorales
- El foco es el votante swing? No está claro, pero la tendencia indica que puede ser decisivo.