



**FLACSO**  
MÉXICO

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales  
Sede Académica de México

Maestría en Gobierno y Asuntos Públicos  
XV Promoción  
2020 – 2022

**Competitividad y gastos de campaña: Análisis de las elecciones municipales de 2018**

Tesis que para obtener el grado de Maestro en Gobierno y Asuntos Públicos

Presenta

Lic. Cuadros Narciso, Juan Jose  
Directora de tesis  
Dra. Méndez de Hoyos, Irma

Lectores

Dra. Karolina Monika Gilas  
Dr. Pedro Rafael Constantino Echeverría

Seminario de Tesis: Poderes y democracias sub nacionales en América Latina

Línea de investigación: Democracia, elecciones y comportamiento político

Esta Maestría fue realizada gracias a una beca otorgada por el Consejo Nacional de Ciencia y  
Tecnología (CONACYT, México)  
Ciudad de México, Diciembre 2022

## Resumen

Los gastos de campaña no solo se consideran como medio para obtener el apoyo de los votantes, también son vistos como una herramienta que permite ganar elecciones, sin embargo, esto se sujeta a otros factores como la competitividad. Esta investigación estudia los efectos de la competitividad en los gastos de campaña de los candidatos durante las elecciones municipales de 2018 en México. Las posibilidades de ganar una elección también dependerán de los gastos de campaña si existe un escenario de competitividad entre los candidatos, por lo que en aquellas elecciones en las que hay al menos dos candidatos altamente competitivos el gasto es mayor, mientras que en elecciones no competitivas el gasto disminuye. Los resultados demuestran que los gastos de campaña sí funcionan como un elemento diferenciador en las elecciones competitivas, por lo que las leyes electorales que limitan el financiamiento y los gastos de campaña, así como las sanciones aplicadas por no cumplirlas, cobran gran relevancia para mantener elecciones justas.

**Palabras clave:** competitividad, financiamiento, fiscalización, incumbente, retador, partidos políticos, dinero.

## Abstract

Campaign spending is not only considered as a mean to get voter support, but also seen as a tool to win elections, however, this is subject to other factors such as competitiveness. This research studies the effects of competitiveness on the campaign expenses of candidates during the 2018 municipal elections in Mexico. The chances of winning an election will also depend on campaign spending if there is a scenario of competitiveness between the candidates, so in those elections in which there are at least two highly competitive candidates, spending is higher, while in non-competitive elections spending decreases. The results show that campaign expenses do function as a differentiating element in competitive elections, therefore electoral laws that limit campaign financing and expenses, as well as the sanctions established for violating them, are highly relevant to maintaining fair elections.

**Keywords:** competitiveness, financing, political parties audit, incumbent, challenger, political parties, money.



**FLACSO**  
MÉXICO

Para mi familia

## AGRADECIMIENTOS

El desarrollo de esta investigación no solo es producto del esfuerzo del autor, sino de un conjunto de personas e instituciones que hacen posible llevar a cabo trabajos de este tipo, por ello, mi agradecimiento es con todas aquellas personas que participaron en esta aventura. A ustedes debo todo.



## Tabla de contenido

<b>Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1 El financiamiento y los gastos de campaña electorales .....</b>	<b>3</b>
1.1 Introducción .....	3
1.2 El financiamiento de las campañas electorales .....	3
1.3 Determinantes del financiamiento de las campañas electorales.....	6
1.4 Los gastos de campaña y su impacto en los resultados electorales.....	9
1.5 Determinantes de los gastos de campaña .....	11
1.6 El financiamiento y los gastos de campaña en la normativa mexicana .....	14
1.6.1 Estructura del gasto y sus límites en las campañas electorales .....	17
Conclusiones .....	18
<b>Capítulo 2. El gasto desde la perspectiva empírica .....</b>	<b>19</b>
2.1 Introducción .....	19
2.2 Elecciones locales 2015: Tabasco y Distrito Federal.....	19
2.3 Elección gubernamental 2016: Puebla .....	24
2.4 Elecciones gubernamentales 2017: Coahuila, Estado de México y Nayarit.....	28
2.4.1 Elecciones municipales 2017: Saltillo, Tepic y Veracruz .....	29
Conclusiones .....	32
<b>Capítulo 3. Análisis econométrico del gasto en las campañas electorales de 2018 en México a nivel municipal.....</b>	<b>33</b>
3.1 Introducción .....	33
3.2 Selección de la muestra .....	33
3.3 Selección de variables .....	37
3.3.1 Competitividad .....	37
3.3.2 Participación electoral .....	42
3.3.3 Tope de gastos de campaña .....	43
3.3.4 Elecciones concurrentes .....	44
3.3.5 Reelección .....	45
3.3.6 Pobreza .....	46
3.4 Planteamiento del modelo .....	49
3.5 Estimación del modelo .....	52
3.5.1 Estimación del gasto del segundo lugar .....	52
3.5.2 Estimación del gasto de todos los candidatos.....	58
Conclusiones .....	62



<b>Conclusiones generales .....</b>	<b>63</b>
<b>Anexo .....</b>	<b>66</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>67</b>

## ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICAS

### TABLAS

Tabla 1. Gastos no reportados o ilegales en las campañas a gobernaturas durante 2016-2018 ----	9
Tabla 2. Ingresos y gastos de campaña en las elecciones gubernamentales de 2017 -----	29
Tabla 3. Ingresos y gastos de campaña en las elecciones municipales de 2017 -----	31
Tabla 4. Municipios auditados por la UTF-----	36
Tabla 5. Correlación entre competitividad y gastos de campaña -----	41
Tabla 6. Matriz de correlaciones -----	49
Tabla 7. Estadísticas de las variables del modelo-----	52
Tabla 8. Regresiones por MCO y Robustos sobre el efecto de la competitividad -----	54
Tabla 9. Regresiones por MCO y Robustos sobre el efecto de la competitividad -----	61

### GRAFICAS

Gráfica 1. Ingresos y gastos de campaña en el proceso electoral 2014-2015. Tabasco -----	20
Gráfica 2. Distribución del gasto de campaña por partido político en Tabasco -----	22
Gráfica 3. Ingresos y gastos de campaña en el proceso electoral 2014-2015. Distrito Federal ---	23
Gráfica 4. Distribución del gasto de campaña por partido políticos en el Distrito Federal -----	24
Gráfica 5. Ingresos y gastos de campaña en el proceso electoral 2015-2016. Puebla -----	26
Gráfica 6. Distribución del gasto de campaña por partido político en Puebla -----	27
Gráfica 7. Gastos de campaña municipales en 2018. Todos los candidatos -----	39
Gráfica 8. Gastos de campaña municipales en 2018. Candidatos en segundo lugar -----	40
Gráfica 9. Gastos de campaña municipales en 2018. Candidatos con diferencia menor al 5% ---	41
Gráfica 10. Participación electoral y gastos de campaña en 2018 -----	43
Gráfica 11. Tope y gastos de campaña en 2018-----	44
Gráfica 12. Elecciones concurrentes y gastos de campaña en 2018-----	45
Gráfica 13. Reelección y gastos de campaña en 2018-----	46
Gráfica 14. Pobreza y gastos de campaña en 2018 -----	48

### ANEXO

Cuadro 1. Libro de códigos -----	66
----------------------------------	----

## Introducción

Las campañas electorales representan el mecanismo por el cual los candidatos buscan ser reconocidos por la población de una determinada región con la intención de obtener su apoyo en las próximas elecciones. Estas pueden considerarse como el punto medular de las elecciones porque, a través de ellas, se intenta influir en las decisiones de los votantes, por lo que una buena campaña electoral puede aumentar las probabilidades de ganar una elección. La idea generalizada de que el dinero gana elecciones ha contribuido al aumento del costo de las campañas, sin embargo, este argumento representa una excepción, más no la regla. Esto ha provocado un aumento en el costo de las campañas y con ello varios problemas asociados al financiamiento equitativo de los partidos políticos y a su capacidad de gasto. Los candidatos con mayores posibilidades de ganar pueden recibir mayor financiamiento, legal e ilegal, mientras que los partidos menos reconocidos tienen mayor dificultad de obtener recursos en cualquiera de sus modalidades, por lo que su capacidad de gasto es menor.

Ahora bien, si el dinero no necesariamente gana elecciones, ¿cuáles son los incentivos de los candidatos para aumentar o disminuir los gastos de campaña? La hipótesis que sustenta la presente investigación establece que el nivel de competitividad es un factor que los candidatos consideran cuando toman sus decisiones de gastos de campaña. En condiciones en donde la competencia entre dos o más candidatos es baja, los candidatos no están dispuestos a gastar grandes cantidades de dinero porque su productividad es reducida, en cambio, cuando el nivel de competencia es alto, el gasto aumenta porque se considera como un elemento diferenciador entre dos o más candidaturas con probabilidades similares de ganar la elección. El objetivo del trabajo de investigación es determinar si la competitividad tiene un efecto negativo en la competencia electoral, es decir, si los candidatos materializan la idea de que el gasto también resulta un factor relevante que permite ganar la elección, entonces, la competitividad de los candidatos se medirá en términos de su capacidad de gasto, de ser así, la normativa que limita las contribuciones, los topes de gastos de campaña y las sanciones que se aplican por rebasar dicho límite se convierten en contrapesos que buscan evitar la injerencia del dinero en los procesos electorales.

La investigación consta de tres capítulos, en el primero se realiza un análisis del financiamiento y los gastos de campaña, en el que se abordan los tipos de financiamiento y sus determinantes, la relación entre los gastos de campaña y el éxito electoral, así como los factores

que los determinan; también se aborda de manera histórica la normativa de los ingresos y gastos de campaña. En el segundo capítulo se realiza un análisis descriptivo de los gastos de campaña en elecciones locales entre 2015 y 2017, con el objetivo de mostrar la evolución de los reportes de fiscalización de los gastos de campaña, llevar a cabo comparaciones en los niveles de gasto entre candidatos, la forma en la que estos distribuyen los recursos con los que cuentan, así como la relación existente entre los gastos y los resultados electorales y la competitividad de los candidatos. En el tercer capítulo se plantea el modelo que pone a prueba la hipótesis sobre la relación entre la competitividad y los gastos de campaña, para ello se utilizan los reportes de fiscalización del INE sobre las elecciones municipales de 2018 y se muestran los resultados que favorecen la hipótesis planteada. Finalmente, se ofrecen las conclusiones generales de la investigación.

## **Capítulo 1**

### **El financiamiento y los gastos de campaña electorales**

#### **1.1 Introducción**

En este capítulo se abordan dos aspectos determinantes para las campañas electorales: el financiamiento y el gasto de los partidos políticos. El estudio de ambos elementos es esencial para comprender por qué las campañas electorales son cada vez más caras, así como los impactos que pueden generar no solo durante las campañas electorales sino en las decisiones futuras de los candidatos electos.

La estructura del presente capítulo se conforma de la siguiente manera: en el primer apartado se abordan los tipos de financiamiento y sus implicaciones en las contiendas electorales, posteriormente se analizan los determinantes del financiamiento, es decir, cómo es que se obtiene y por qué se obtiene dicho financiamiento. En el tercer apartado se analiza la influencia del gasto en los resultados electorales; en el cuarto apartado se abordan los factores que promueven las decisiones de gasto de los candidatos y/o partidos; en el siguiente apartado se lleva a cabo un análisis histórico sobre la normativa en materia de financiamiento y gastos de campaña, así como la estructura actual de los gastos y sus limitaciones; por último, se presentan las conclusiones del capítulo.

#### **1.2 El financiamiento de las campañas electorales**

Las elecciones periódicas en un sistema democrático generan la necesidad de recursos económicos para poder llevar a cabo las diversas actividades que una campaña electoral requiere. El financiamiento político forma parte del conjunto de elementos que permiten generar condiciones más equitativas en las contiendas electorales, sin embargo, si no se establecen reglas que limiten su influencia, también podrían tener connotaciones negativas que afecten el cumplimiento de los valores democráticos. De acuerdo con Guerrero Gutiérrez (2003) el financiamiento a partidos y campañas puede afectar la libre elección de los votantes de dos formas: primero, puede distorsionar la información que reciben los votantes como producto de la expansión de los canales de comunicación y que beneficia a los candidatos con mayor capacidad de gasto y, segundo, cuando la fiscalización del financiamiento privado no se realice de manera adecuada, ya sea por

deficiencias en el reporte o por fallas en la fiscalización, los votantes no tendrán certeza sobre los intereses que representará la candidatura vencedora.

En un análisis sobre las elecciones generales de Brasil en 1994 y 1998, Samuels (2001) identificó que la distribución de las donaciones no es homogénea, se concentra en sectores específicos y se ajusta al nivel de injerencia que puede tener el candidato al que apoyan, una vez que asume el cargo por el cual compitió. En otras palabras, aunque hay sectores económicos que apoyan candidaturas en diferentes niveles de gobierno, las contribuciones más grandes las realizan en aquella candidatura que puede contribuir a generar mejores condiciones para dicho sector, así, por ejemplo, el sector financiero realiza mayores aportaciones para las elecciones presidenciales que para las elecciones a diputados federales, ya que el presidente es el responsable de las políticas macroeconómicas; en un sentido opuesto, la agroindustria aporta más recursos a las candidaturas a diputaciones federales y senadurías que a las candidaturas presidenciales o las de gobernador porque las políticas de interés radican a un nivel más local. Su análisis también señala que el financiamiento privado ha generado una distorsión importante en cuanto a la competencia entre los candidatos, ya que los partidos que no son de izquierda obtienen financiamiento de empresas que desean influir en la política del gobierno para poder obtener beneficios directos. Los grupos del crimen organizado también invierten en política porque es más eficiente que utilizar otros métodos como el soborno, el chantaje o la violencia intimidatoria (Casas Zamora, 2010).

Debido a los efectos negativos que el dinero puede generar en las contiendas electorales, la transparencia, entendida como “[el] conjunto de mecanismos mediante los cuales los partidos y candidatos dan a conocer públicamente el monto y manejo de sus recursos así como otra información relevante sobre su estructura y funcionamiento” (Guerrero Gutiérrez, 2003, p. 21), se convirtió en la herramienta más concurrida para la monitorización del financiamiento político, sin embargo, su alcance es limitado y se requieren métodos de regulación como la prohibición de donaciones de ciertos sujetos o entidades y/o la limitación de estas. La prohibición de donaciones en dinero, especie o de entes impedidos, tiene como objetivo eliminar efectos nocivos en el proceso democrático. En un análisis de 180 países, se detectó que las prohibiciones más frecuentes son las donaciones de instituciones públicas a partidos políticos o candidatos concretos, las donaciones extranjeras, así como las donaciones anónimas (Ohman, 2015a). El objetivo de las limitaciones hacia las donaciones es reducir la influencia que una persona o entidad pueda ejercer en un candidato o partido político.

La regulación del financiamiento privado es considerada como un primer intento por reducir su influencia, sin embargo, esto no es suficiente, por ello, el esquema de financiamiento mixto, que también incluye al financiamiento público, puede ser considerado como otro elemento para regular las donaciones privadas. El sistema de financiamiento mixto predomina en los países de América latina (Zovatto, 2007), sin embargo, hay diferencias respecto al porcentaje que ocupa cada tipo de financiamiento en el total de los ingresos para las campañas electorales (Guerrero Gutiérrez, 2003). Ohman (2015a) señala tres ventajas del financiamiento público: 1) en ocasiones garantiza el acceso a los recursos necesarios para para llegar al electorado, por lo que se fomenta el pluralismo y aumentan las opciones de elección; 2) el acceso a fondos para financiar las campañas puede reducir la ventaja de aquellos que tienen acceso a grandes cantidades de dinero, aunque condiciona este argumento a la existencia de otras regulaciones como los límites de financiamiento y de gasto, y 3) la amenaza de retener este financiamiento cuando no se cumplen otras normas puede provocar mayor respeto a las reglas, aunque su efectividad depende del costo de oportunidad de no tener acceso a los recursos.

El financiamiento público como única fuente de ingresos también supone un problema. Caputo (2011) señala que las elecciones de 2010 en Perú y Costa Rica son un ejemplo claro del aspecto negativo del financiamiento público. En Perú los partidos políticos no recibieron recursos estatales para financiar sus campañas<sup>1</sup> y en Costa Rica el financiamiento lo recibieron con posterioridad a las elecciones<sup>2</sup>. En ambos casos, la falta de recursos públicos no permite llevar a cabo campañas competitivas en términos de gasto, generando así desigualdad de posibilidades entre los incumbentes y el resto de los competidores; de igual forma, estos ejemplos demuestran que el uso discrecional de las normas por parte de quienes ostentan el poder también afecta a los candidatos que compiten contra el partido del incumbente, por lo que los planes de acción sobre el gasto de los restadores deben considerar escenarios en los que ciertas estrategias de comunicación,

---

<sup>1</sup> Aunque la normativa peruana señala que los partidos políticos tienen derecho a acceder al financiamiento público, este se encuentra condicionado a las previsiones presupuestarias y a las posibilidades del presupuesto nacional. Bajo el argumento de la falta de recursos, el poder ejecutivo no destinó las partidas correspondientes (OEA, 2010b)

<sup>2</sup> En Costa Rica los partidos políticos pueden obtener financiamiento privado y público. La normativa vigente en las elecciones de 2010 establece que, en el caso del financiamiento público, los partidos pueden acceder a un adelanto de las contribuciones estatales a través del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) y sólo tendrán derecho a las contribuciones estatales en caso de haber obtenido al menos el 4% de los sufragios de la respectiva elección en la que participen, además de comprobar sus gastos ante el TSE. Las contribuciones estatales que se otorga son del 0.19 por ciento del PIB del año anterior a la celebración de la elección para presidente, vicepresidentes de la república y diputados a la asamblea legislativa (OEA, 2010a)

por ejemplo, tienen mayores costos de oportunidad de los que lo tendrían si existiera certeza en el cumplimiento de la normativa.. Las posturas extremas del financiamiento pueden generar condiciones poco competitivas entre los candidatos, por lo que el punto medio es el financiamiento mixto. Bajo este esquema “[e]l financiamiento público de los partidos y campañas electorales debe ser superior a las fuentes privadas de financiamiento” (Caputo, 2011, p. 146), con el objetivo de que se establezcan mejores condiciones de competencia.

Los sistemas de financiamiento son formas bajo las cuales se determina el origen de los ingresos en las campañas electorales; el establecimiento de una sola fuente de financiamiento ya sea sólo público o sólo privado, puede generar distorsiones dentro de los procesos democráticos, perjudicando la competencia entre los diversos candidatos, como se pudo observar en este apartado. El financiamiento de las campañas depende de diversos factores que se asocian a componentes normativos bien definidos y a las decisiones individuales y de grupo para contribuir a las campañas electorales. En el siguiente apartado se abordan estos factores de manera más detallada.

### **1.3 Determinantes del financiamiento de las campañas electorales**

El sistema de financiamiento político que se establece en cada país genera reglas bajo las cuales se define la preponderancia de un tipo de financiamiento, el criterio de distribución, las limitaciones de las contribuciones, las donaciones que no están permitidas, entre otros. La normativa determina el nivel del financiamiento de los partidos políticos, especialmente en aquellos países en donde se prioriza el financiamiento público, porque este no depende de la decisión de los donadores de hacer contribuciones, sino de las reglas de distribución establecidas.

En los sistemas que incluyen el financiamiento público, la asignación de recursos se lleva a cabo tomando en consideración alguno de los siguientes criterios (Guerrero Gutiérrez, 2003): 1) montos iguales para cada partido; 2) montos proporcionales de acuerdo con los votos o curules obtenidos en elecciones previas; 3) una combinación de porciones equitativas y montos proporcionales a los recibidos; y 4) una combinación de montos proporcionales a los votos recibidos y montos proporcionales a la representación parlamentaria. El financiamiento público se divide en directo, indirecto y mixto; y se refiere a la modalidad en que se proporciona el apoyo (Zovatto, 2007). Al ser el producto de una serie de consensos políticos, el financiamiento público otorga mayor certidumbre a los contendientes y al electorado. El financiamiento privado, por el contrario, existe cuando hay una relación de conveniencia entre los candidatos o partidos políticos

y los donadores. De acuerdo con Morris (1999, citado en Guerrero Gutiérrez, 2003) existen cinco razones por las cuales los individuos o corporaciones privadas aportan dinero a un candidato: 1) porque conocen personalmente al candidato; 2) coinciden con sus posiciones ideológicas o en temas concretos de política pública (simpatizantes); 3) desean contribuir a la derrota del otro candidato; 4) apoyan a su partido, y 5) desean satisfacer su ego. Estas razones representan el deber ser del financiamiento privado, y son el reflejo de la participación política de los ciudadanos.

Las donaciones representan la libertad de los individuos de apoyar al candidato de su preferencia, sin embargo, el “financiamiento privado es una de las formas más evidentes en las que una persona o intereses particulares pueden comprar a representantes políticos a cambio de ventajas, favores y concesiones económicas” (Piccio, 2015, p. 236). Grossman y Helpman (1994) señalan que las contribuciones no se realizan como inversiones en los resultados electorales, sino como un medio para influir en la política del gobierno, por lo que consideran que la forman en la que se financian las campañas y los partidos políticos en muchas naciones democráticas crea poderosos incentivos para que los políticos vendan su influencia política. En otro estudio Grossman y Helpman (1996) sostienen que las plataformas que maximizan la representación de un partido deben incluir las inquietudes de los grupos de interés, las cuales muy probablemente se convertirán en decisiones de política pública, porque sus contribuciones son un factor importante para ganar elecciones.

En Colombia, Evertsson ha llevado al menos dos estudios basados en encuestas realizadas a diversas empresas para determinar si existe una relación entre el financiamiento de campañas y la corrupción política (2009), así como la percepción de las donaciones en las elecciones de 2006-2007 (2012). En el primer estudio los encuestados señalaron que las contribuciones se realizan porque se espera obtener algún tipo de beneficio, y aportan recursos a un mayor número de candidatos a alcaldías locales, a candidatos al concejo municipal y al congreso de la república porque son considerados como los funcionarios sobre quienes se puede ejercer un mayor grado de influencia. El segundo estudio presenta la percepción de las donaciones como “sobornos legales”<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Evertsson retoma el concepto de “sobornos legales” de Friedrichs (2010), quien señala que existen métodos legales que permiten canalizar grandes cantidades de dinero a los candidatos políticos, especialmente a los incumbentes y a presidentes de poderosos comités legislativos, quienes obtienen mayores ventajas financieras respecto al candidato retador, pero sus decisiones también son influenciadas por los donadores. El autor también establece que el dinero debería promover determinados temas y no a candidatos específicos, sin embargo, señala, es fácil encontrar formas para promover a candidatos específicos a través publicidad enfocada en temas.

en los que pueden incurrir los empresarios porque consideran que las regulaciones son débiles, se tienen relaciones preexistentes con los líderes políticos y se espera reciprocidad por parte de los titulares.

El contexto de las elecciones también juega un papel importante en la búsqueda de recursos. La competitividad de una elección, por ejemplo, puede ser un factor que incentiva a los candidatos a buscar diversas fuentes de financiamiento, independientemente de su procedencia, si consideran que el dinero es decisivo para ganar (Guerrero Gutiérrez, 2003, p. 27). La competitividad vista como producto de la transición democrática, y no sólo la existente en determinadas elecciones, también supone un aumento en los ingresos de los partidos, al menos en términos de financiamiento público, ya que “el incremento del nivel de competencia de los partidos y la misma institucionalización del sistema de partidos ha incidido para que se dé una mayor equidad en materia de financiamiento de origen público para los partidos” (Valdez Zepeda & Huerta Amparo, 2018, p. 323), es decir, los partidos con menor representación, pero cada vez más competitivos, han conseguido mejorar sus condiciones presupuestales porque su capacidad de negociación ha mejorado.

Las estimaciones realizadas por Casar y Ugalde (2019) proporcionan información sobre la importancia del dinero en México ya que, de acuerdo con sus estimaciones, para las elecciones a gobernador entre 2016 y 2018, el financiamiento no reportado o ilegal predominaba sobre el financiamiento legal observado, ya que, por cada peso reportado por los partidos y candidatos, habría en promedio 25 pesos no reportados o ilegales (Casar & Ugalde, 2019). En la siguiente tabla se muestra un resumen sobre las estimaciones obtenidas respecto al gasto oculto en las campañas a gobernaturas. Como se puede observar las campañas que reportaron el mayor nivel de gasto oculto estimado fueron las de Yucatán con un valor aproximado de 11 pesos no reportados por cada peso que sí se reportó; en contraste, la Ciudad de México presentó el valor máximo estimado de financiamiento no reportado, el cual presenta una relación 70:1.

Tabla 1. Gastos no reportados o ilegales en las campañas a gobernaturas durante 2016-2018					
Elecciones 2016		Elecciones 2017		Elecciones 2018	
Estado	Gasto oculto por cada peso visible	Estado	Gasto oculto por cada peso visible	Estado	Gasto oculto por cada peso visible
Aguascalientes	\$16.22	Coahuila	\$21.65	Chiapas	\$43.47
Chihuahua	\$16.11	Estado de México	\$12.84	Ciudad de México	\$70.18
Durango	\$17.68	Nayarit	\$12.38	Guanajuato	\$45.60
Hidalgo	\$30.29			Jalisco	\$59.35
Oaxaca	\$16.77			Morelos	\$37.20
Puebla	\$21.12			Puebla	\$53.33
Quintana Roo	\$47.86			Tabasco	\$49.45
Sinaloa	\$16.16			Veracruz	\$35.42
Tamaulipas	\$26.55			Yucatán	\$10.86
Tlaxcala	\$28.24				
Veracruz	\$15.22				
Zacatecas	\$27.71				
Promedio 2016	\$19.79	Promedio 2017	\$13.80	Promedio 2018	\$42.87
Promedio 2016-2018	\$25.75				

Fuente: Casar y Ugalde (2019)

Como se ha señalado, en los esquemas de financiamiento público la distribución de recursos se hace conforme a lo establecido en la normativa electoral, y su variación en muchas ocasiones depende de los resultados previos; en el caso del financiamiento privado, los recursos dependen de que los donadores mantengan cierta afinidad con los candidatos o bien tengan intenciones de influir en la agenda de gobierno cuando el candidato gane las elecciones. Los candidatos buscarán una mayor cantidad de recursos por la idea generalizada de que el dinero gana elecciones y en ocasiones estarán dispuestos a llevar a cabo transacciones en las que se pondrá a la venta influencia política a cambio de recursos económicos en cualquiera de sus vertientes. Como se señala en el siguiente apartado, el dinero no necesariamente gana elecciones, sin embargo, puede considerarse como uno de los factores clave dentro de los procesos electorales.

#### 1.4 Los gastos de campaña y su impacto en los resultados electorales

La importancia del dinero no sólo se justifica como medio para “organizar campañas electorales, para sondear la opinión pública, para atraer a sus partidarios a las urnas, para persuadir a los

indecisos” (Caputo, 2011, p. 43), sino también por su capacidad de convertir el gasto de las campañas en votos efectivos. Por lo que el aumento de los gastos de campaña, no sólo se justifica por su mayor complejidad derivada de nuevas técnicas de política, cuya consecuencia es el uso intensivo de capital (Ginsberg, 1984), además, por la percepción de que a mayor gasto aumentan las probabilidades de ganar. Pero ¿este argumento se materializa? es decir, ¿los candidatos que tienen un mayor gasto en las campañas electorales ganan las elecciones? Más allá del análisis sobre la productividad del dinero que tiene cada uno de los candidatos, los diversos trabajos empíricos no muestran una tendencia clara en la relación entre el gasto y los resultados electorales.

Cox y Thies (2000) encontraron una relación positiva entre el gasto y los votos obtenidos en las elecciones de Japón. Bekkouche et al. (2020) encuentran la misma relación para Francia y Reino Unido. En sistemas con amplia flexibilidad en el autofinanciamiento Palda y Palda (1998), en Francia, y Brown (2013), en Estados Unidos, encontraron que esta relación sólo se cumple si el dinero proviene de contribuciones de la sociedad. Levitt (1994), en cambio, señala que el gasto de campaña tiene un impacto extremadamente pequeño en la proporción de votos obtenidos por los candidatos y Gerber (2004) señala que el rendimiento del gasto varía con el nivel de competitividad en una elección, además, señala que un aumento en el gasto puede también aumentar las probabilidades de ganar, pero no necesariamente se traduce en un mayor porcentaje de votos. Jacobson (1978), por su parte, señala en su análisis de las elecciones parlamentarias de Estados Unidos que los incumbentes, a pesar de obtener mayores cantidades de dinero, tienen una menor productividad en cuanto a la obtención de votos a través del gasto, respecto al candidato retador.

En América Latina la relación entre el gasto y los resultados electorales está presente en algunos países. Samuels (2001) encuentra esta relación para Brasil, y Morales Quiroga y Piñeiro Rodríguez (2010) lo hacen para Chile. En México Gil-García y Sandoval Almazán (2004) analizaron las elecciones federales de 1997 y encontraron que la influencia del gasto en los resultados electorales es positiva y estadísticamente significativa, sin embargo, los coeficientes de los modelos estimados demuestran que esta relación es débil. Valdez Zepeda (2006) analiza la hipótesis de mercadotécnica que arguye a la necesidad de grandes cantidades de dinero para ganar las elecciones. Al contrastar esta hipótesis con diversos resultados electorales, el autor señala que “hay muchos ejemplos de campañas electorales que contaron con grandes y abultados recursos presupuestales, pero que finalmente fueron derrotados por sus opositores, quienes notablemente impulsaron campañas mucho más austeras” (Valdez Zepeda, 2006, p. 59).

Los estudios anteriores no muestran un consenso respecto a la efectividad del gasto de campaña en el porcentaje de votos obtenidos (Stratmann, 2005). Podemos encontrar ejemplos en los que el dinero sí es un determinante importante de los resultados electorales, sin embargo, también existen casos en los que su importancia es reducida, lo cual es un reflejo de procesos electorales con mejores condiciones de competencia, en donde se valoran otros factores como las plataformas electorales, identificación partidista, entre otros. Además de la percepción de que el dinero es importante para aumentar la probabilidad de ganar elecciones, existen otros factores que determinan el gasto de los candidatos, los cuales se abordan en el siguiente apartado.

### **1.5 Determinantes de los gastos de campaña**

El principal objetivo del gasto en las campañas electorales es la de dar a conocer la plataforma electoral de los candidatos; la normativa en materia de gasto electoral gira en torno a este argumento, sin embargo, es importante señalar que el aumento del gasto no sólo obedece a la masificación del conocimiento de las plataformas electorales, sino a estrategias políticas que surgen como producto de las condiciones de la competencia electoral, concepto que involucra reglas electorales y la celebración de elecciones entre dos o más partidos políticos (Méndez de Hoyos, 2006). En ese sentido, también existen objetivos de campaña que se generan de acuerdo con las necesidades de los candidatos y partidos políticos en determinadas situaciones. Algunas campañas son partidistas, otras no lo son; algunas se centran en el reconocimiento del nombre, otras en la persuasión y otras en la movilización de su base de votantes leales; algunas buscan educar a los ciudadanos, algunas registrar a los ciudadanos y otras a motivar a los ciudadanos (Green & Gerber, 2015).

Aunque los objetivos se centran en diferentes grupos de interés, el común denominador de las campañas electorales, a medida que se acerca el día de la elección, es la de obtener el voto de los ciudadanos. Cada objetivo particular implica un costo económico que está asociado a la complejidad de las técnicas que se utilizan para lograr que las personas acudan a votar; además, estas técnicas varían de acuerdo con el nivel de gobierno por el cual se está compitiendo. Green y Gerber (2015) señalan que las carreras de alto perfil a menudo implican campañas profesionalizadas, a cargo de un grupo de consultores de medios, encuestadores, redactores de discurso, entre otros. También hacen uso de medios de comunicación masiva, al igual que logran llamar la atención de la prensa sobre los distintos temas en juego, así como de los atributos de los

candidatos. En cambio, señalan, la típica elección se realiza a una escala menor, en la que no todos los candidatos tienen la misma proyección debido a las limitaciones en el acceso a recursos financieros.

Lo anterior señala gastos asociados al 1) tamaño de la elección que está en juego y, 2) a la capacidad económica con la que cuentan los candidatos y partidos políticos. Ambos puntos pueden clasificarse como parte de la estructura normativa que delimita el alcance geográfico y la determinación de los componentes del financiamiento de una elección, las cuales están en función de las leyes electorales de cada país.

Otro factor que se asocia al componente normativo es el tope de gastos de campaña que, dependiendo de su nivel de restricción, tiene por objetivo reducir las distorsiones que puede generar el gasto como “reducir las ventajas de los partidos políticos y los candidatos que tienen acceso a grandes cantidades de dinero” (Ohman, 2015b, p. 28), “robustecer los dispositivos de control sobre financiamiento o contener una manifiesta tendencia que apunta al incremento sostenido -a veces desmesurado- en el costo de las campañas...” (Navarro Fierro, 2013, p. 46). Los topes de gasto contribuyen a mitigar los problemas de corrupción (Navarro Fierro, 2005), también tienen un impacto directo en las decisiones de los candidatos, especialmente en aquellos candidatos que consideran que el dinero permite ganar elecciones. De manera adicional, su existencia puede justificarse debido a su posible impacto en la competencia entre los candidatos porque no hay un consenso respecto a quién se beneficia con las restricciones del gasto.

Por su condición misma, el tope de gastos reduce las erogaciones de los candidatos al menos hasta el punto en el que se establece el límite, no obstante, su nivel de restricción puede generar efectos indirectos. Es decir, si el tope de gastos logra ser un factor que en lugar de establecer condiciones de equidad genera distorsiones en la competencia, el gasto de los candidatos puede incluso estar por debajo del límite permitido, en cambio, cuando el límite incentiva la competencia, entonces el gasto puede situarse en el punto máximo permitido e incluso ser mayor de acuerdo con el costo de oportunidad de hacerlo, por lo que “el tipo de sanciones que reciben los partidos políticos cuando rebasan los topes de gastos de campaña es lo que incentiva o desincentiva el cumplimiento de las reglas en este ámbito” (Magaloni & Prudencio, 2014, p. 42).

Las decisiones de gastos en las campañas electorales también están relacionadas de manera directa con la participación de varios contendientes y sus probabilidades de ganar la elección. Uno de estos factores es el nivel de competencia, es decir, la competitividad que existe entre los

candidatos, la cual puede dibujarse como un continuo que va de izquierda a derecha. El extremo izquierdo señala la falta de competitividad, mientras que el extremo derecho hace alusión a un alto nivel de competencia. Sartori (2005) señala que un sistema de partido predominante da testimonio de una baja o nula competitividad, en cambio, cuando dos o más partidos obtienen rendimientos cercanos y ganan con márgenes estrechos hay elecciones más competitivas. Para Erikson y Palfrey (2000) el gasto de los candidatos es una función creciente del nivel de competencia que existe en las contiendas por un puesto de representación popular, es decir, el gasto en que incurren los candidatos aumenta cuando se espera que la elección sea cerrada. Si la productividad del dinero es igual entre los candidatos y factores como la personalidad, plataforma electoral, el partido en el que milita y la gestión de su campaña (Green & Gerber, 2015) tienen un mayor impacto en las preferencias de los electores, la diferencia entre candidatos se vuelve más grande, por lo que no habría incentivos para gastar más recursos en una contienda en donde las probabilidades de ganar aumentan para un candidato y disminuyen para el resto. Gerber (2004) sugiere que, por ejemplo, en elecciones no competitivas, el efecto del gasto del incumbente sobre el porcentaje de votos puede ser pequeño o incluso negativo, sin embargo, el efecto del gasto sobre la probabilidad de victoria del incumbente debe ser positiva siempre, aunque esta será menor cuando la elección sea menos competitiva.

Un diferenciador del gasto entre candidatos es su posición en una contienda electoral. El candidato, o partido político, que se encuentra en el poder tiene mayores ventajas que los candidatos retadores. El titular puede usar su cargo para hacer favores a los electores individuales, aumentar su visibilidad entre el público en general y generar apoyo financiero para futuras campañas (Erikson, 1971), además, posee un alto reconocimiento de nombre y el dinero no representa un problema de recursos ya que posee la capacidad de recaudar y gastar grandes sumas de dinero en sus campañas de reelección<sup>4</sup> (Green & Krasno, 1988) porque, dentro del conjunto de objetivos que tienen los incumbentes, la búsqueda de la reelección se encuentra en primer lugar (Mayhew, 2004)

---

<sup>4</sup> Esto es común en los sistemas electorales en donde el financiamiento privado predomina sobre el financiamiento público. En las democracias que priorizan el financiamiento público los métodos de distribución son de tres tipos: 1) proporcional a la fuerza electoral, 2) una combinación de un porcentaje que se distribuye de manera equitativa y otra que se distribuye conforme a la fuerza electoral y, 3) una distribución de acuerdo con la fuerza electoral y la representación parlamentaria (Zovatto, 2007).

Los candidatos que buscan derrotar al incumbente tienen menor reconocimiento ante los votantes ya sea porque son candidatos nuevos, o bien, porque han ocupado un cargo público en algún momento en el tiempo. En ambos casos su capacidad de recaudar fondos es menor al del incumbente y, por lo tanto, también lo es el gasto en el que pueden incurrir, particularmente en aquellos sistemas de financiamiento en donde se priorizan las contribuciones privadas. A pesar de estas limitaciones, si se considera que el gasto de los retadores es más productivo que el del titular (Jacobson, 1978, 1985, 1990; Levitt, 1994), entonces, existen incentivos para que los retadores aumenten el gasto hasta donde se lo permita la recaudación o el límite de gastos establecidos; en el caso de que la productividad del dinero sea prácticamente la misma entre los candidatos (A. Gerber, 1998; A. S. Gerber, 2004; Green & Krasno, 1988), la decisión de los retadores de aumentar el gasto puede influir en la decisión los titulares en la misma dirección, pero dicho gasto será más sustancioso debido a su condición de incumbentes (Green & Krasno, 1988)<sup>5</sup>.

En resumen, el aumento o la disminución de los gastos de campaña está relacionado con el tipo de elección que está en juego, las limitaciones normativas de ingresos y gastos, la disponibilidad de recursos, si el candidato o partido político es incumbente o retador, así como las condiciones de competencia entre los candidatos. En el siguiente apartado centramos la atención al financiamiento y los gastos de campaña en la normativa mexicana con el objetivo observar los cambios que se han generado a lo largo de la historia y cómo su evolución se ha concentrado en establecer mejores condiciones de competencia que permitan desarrollar procesos electorales cada vez más democráticos.

## **1.6 El financiamiento y los gastos de campaña en la normativa mexicana**

El sistema electoral mexicano ha presentado una serie de modificaciones que han contribuido a un desarrollo gradual de su sistema democrático. Estos cambios se han llevado a cabo a través de una serie de reformas graduales que han contribuido a un cambio profundo y radical (Córdova Vianello & Núñez Albarrán, 2021). Freidenberg y Došek (2016) señalan que México puede ser considerado como un país con un sistema electoral hiperactivo por la cantidad de reformas que se llevaron a

---

<sup>5</sup>Los autores señalan que la competitividad de la elección se genera a partir de dos elementos: la calidad política del retador y posibles restricciones de gasto hacia el incumbente. El porcentaje que tiene un retador con una alta calidad política es mayor, sin embargo, un aumento del gasto por parte de ambos candidatos favorece al incumbente, por ello, sería necesario limitar su capacidad de gasto.

cabo entre 1978 y 2015. En términos generales, las reformas electorales son el eje fundamental de la transición democrática (Becerra, 2000).

Las reformas de 1963, 1973 y 1977 contemplaban aspectos de financiamiento público, exenciones fiscales, prerrogativas, así como el acceso a medios de comunicación durante las campañas electorales. Sin embargo, la reglamentación era ambigua y permitía su uso de manera discrecional (Ugalde, 2017). En 1987 se aprobó el primer Código Federal Electoral que “abrió las puertas de una nueva etapa en el desarrollo de la democracia mexicana ya que [...] reguló de manera clara, integral y con teoría de vanguardia la temática electoral mexicana” (De Andrea Sánchez, 2020, p. 72). En este código queda planteado el acceso al financiamiento público por parte de los partidos políticos, aunque estaba condicionado a los votos y escaños obtenidos, y a la justificación de su empleo como parte del inicio de la rendición de cuentas. Estas condiciones reflejaron la poca o nula necesidad de recursos públicos por parte de los partidos más grandes como el PAN, quien rechazó el subsidio argumentando un problema de independencia, así como el rechazo al enorme financiamiento que recibiría el PRI (Barquín, 1987).

El principal factor que provocó la reforma electoral de 2007 fue el resultado de las elecciones de 2006, las cuales presentaban una diferencia menor al 1% entre el primero y segundo lugar (Sánchez Gracia, 2020). Esta reforma contiene cambios relevantes en materia de fiscalización, entre ellas la creación de un órgano técnico dotado de autonomía de gestión para la fiscalización de los partidos políticos nacionales y que, además, se encuentra exenta de los secretos bancario, fiduciario y fiscal. Lo anterior le otorgó un mayor margen de actuación a la nueva unidad de fiscalización. Se llevó a cabo la modificación de la determinación de los topes de gasto para la elección de presidente, diputados y senadores, así como un cambio en las sanciones por el rebase de los límites y la prohibición a los partidos políticos y a los particulares de contratar o adquirir tiempos en radio y televisión.

La reforma electoral de 2014, vigente hasta estos momentos, tiene como uno de sus principales ejes la fiscalización. En esta reforma el otrora Instituto Federal Electoral (IFE) adquirió responsabilidades que antes eran de carácter local, por lo que hubo una centralización de funciones, tal es el caso de la fiscalización. Las nuevas atribuciones delegadas al instituto dieron origen a lo que hoy se conoce como Instituto Nacional Electoral (INE), un cambio que no solo es de forma sino también de sustancia. El establecimiento de los topes de gasto de campaña a nivel local continúa siendo una atribución de los Organismos Públicos Locales Electorales (OPLES).

Uno de los problemas de los que adolecía la legislación anterior era la poca capacidad para fiscalizar en periodos cortos de tiempo. “Las elecciones de 2012 dejaron en evidencia las limitaciones del modelo de fiscalización, que resultó demasiado lento, ineficiente, no logró disuadir la comisión de irregularidades y, en consecuencia, no generó confianza en los resultados avalados por el IFE” (Gilas & Christiansson, 2016, p. 97). En ese sentido, la normativa vigente contempla que el proceso de fiscalización debe realizarse de forma expedita y oportuna durante la campaña. Para ello se ha creado el Sistema Integral de Fiscalización (SIF) el cual permite el registro, revisión y consulta de operaciones e informes de los diversos procesos electorales prácticamente en tiempo real y “[como] medidas de orden y control adicionales, se creó el registro nacional de proveedores, para mayor certeza la licitud en las operaciones de contratación de productos y servicios de los partidos políticos” (Sánchez Gutiérrez & Vives Segl, 2017, p. 34).

La reforma también contempla la anulación de las elecciones federales o locales cuando existan violaciones graves, dolosas y determinantes, por ejemplo, los rebases podrían ser un factor de anulación de la contienda cuando los gastos excedan en un cinco por ciento del monto total autorizado, además de que se deben cumplir criterios como que la diferencia entre el primer y segundo lugar debe ser menor al cinco por ciento. Las violaciones deberán acreditarse de manera objetiva y material. Además, las violaciones serán determinantes cuando la diferencia entre la votación obtenida entre el primero y el segundo lugar sea menor al cinco por ciento. “[L]a preocupación principal detrás del establecimiento de las nuevas causales de nulidad era controlar los recursos ilícitos, limitar los gastos de campaña y crear condiciones de equidad en la contienda” (Báez Silva & Gilas, 2020, p. 554). La normativa electoral en materia de fiscalización de los ingresos y gastos ha ido evolucionando con el paso del tiempo y “[l]a naturaleza, los alcances y las muchas facultades de la Unidad Técnica de Fiscalización [UTF] son producto de los resultados de cada elección, particularmente de los desafíos que el sistema va enfrentando de cara al dinamismo de las competencias electorales” (Sánchez Gracia, 2020, p. 730).

En términos generales, el conjunto de reformas político-electorales que se han llevado a cabo en México han contribuido a crear un sistema democrático cada vez más sólido, que permita establecer mejores condiciones de competencia entre los candidatos que buscan obtener un puesto de representación popular. Los constantes cambios que se han hecho en cuanto al financiamiento y el gasto en las campañas electorales son el reflejo de la voluntad política de los diversos actores por generar un piso parejo entre los candidatos, no obstante, el proceso ha sido gradual. El siguiente

apartado señala cómo se estructura el gasto y sus límites dentro de las campañas electorales en la actualidad a nivel federal y local.

### **1.6.1 Estructura del gasto y sus límites en las campañas electorales**

La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LEGIPE) clasifica el gasto de acuerdo con lo siguiente: a) gastos de propaganda, b) gastos operativos de la campaña, c) gastos de propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos y, d) gastos de producción de los mensajes de radio y televisión. El reglamento de fiscalización del INE también se señala como gastos de campaña los gastos de anuncios pagados en internet, los estudios, sondeos y encuestas que den a conocer, durante la campaña, las preferencias electorales, así como los gastos asociados a la jornada electoral. La clasificación del gasto es relevante dentro del proceso de rendición de cuentas de los partidos y la determinación de los topes de gasto de campaña.

Para la elección de presidente de la república el límite de gastos es el equivalente al veinte por ciento del financiamiento público de campaña establecido para todos los partidos en el año de la elección. Para la elección de diputados por el principio de mayoría relativa el tope de gastos será la cantidad que resulte de dividir el tope de gastos de campaña para la elección presidencial entre trescientos y cuando sólo se renueve la Cámara de Diputados, la cantidad será actualizada con el índice de crecimiento del salario mínimo diario en el Distrito Federal. Para cada fórmula en la elección de senadores por el principio de mayoría relativa, el tope de gastos es el que resulte de multiplicar la suma del tope de gasto de campaña para la elección de diputados por el número de distritos que comprenda la entidad de que se trate.

La normativa electoral a nivel local tiene similitudes con la clasificación del gasto a nivel federal, no obstante, es heterogénea en el cálculo de los topes de gastos de campaña. En la Ciudad de México el tope de gastos se establece usando como principales elementos el financiamiento público para las actividades tendientes a la obtención del voto, el financiamiento privado en dinero y especie, la cantidad de días que dura una campaña y el padrón electoral. En Nuevo León las variables que se toman en cuenta son el índice de inflación, el tope de gastos previo, el número de electores y secciones, el área territorial y la densidad poblacional. En el Estado de México se utiliza el salario mínimo general y el padrón electoral. La existencia de múltiples formas de calcular los topes de gastos de campaña refleja la falta de consenso sobre cuál es la mejor forma de

determinarlos, por lo que podrían existir límites restrictivos que favorezcan al titular o bien, ser lo suficientemente altos que su relevancia es prácticamente nula (Jacobson, 1978).

## **Conclusiones**

A lo largo del capítulo se han abordado diversos elementos primordiales dentro de las campañas electorales. Se analizaron los tipos de financiamiento y sus implicaciones, y se señala que el financiamiento mixto que pone mayor relevancia al financiamiento público que al privado representa la mejor forma de evitar la influencia del dinero en las campañas y genera mayor competencia entre los candidatos. También se analizaron los determinantes del financiamiento, los cuales están asociados a condiciones normativas, a los objetivos de los individuos, a la percepción de los candidatos sobre la influencia del dinero, así como a las condiciones de la competencia. Por el lado del gasto, se analiza su influencia en los resultados electorales y no hay evidencia clara de una relación causal. Además de la idea generalizada de que el dinero gana elecciones, también hay un conjunto de factores que determinan el gasto de los candidatos, entre los que destacan el tipo de elección, los topes de gastos, la disponibilidad de recursos, la posición de incumbente o retador del candidato, así como las condiciones de competencia. Después del análisis teórico se presentó un resumen histórico de la normativa mexicana respecto al financiamiento y el gasto en las campañas electorales para después realizar una descripción sobre la estructura actual del gasto y sus límites a nivel federal y local. Se analizan diversas elecciones locales que nos permitirán observar los niveles de gasto de los candidatos, así como la distribución de los gastos, y su posible relación con el éxito electoral.

## Capítulo 2

### El gasto desde la perspectiva empírica

#### 2.1 Introducción

En este capítulo se analizan los gastos de campaña en ocho elecciones locales, tomando en cuenta las limitantes que generan los reportes de fiscalización del INE. En el primer apartado se estudian los gastos de campaña por partido político y su distribución en las elecciones de Tabasco y el Distrito Federal en 2015, puesto que la información disponible no permite individualizar los gastos por candidato registrado. En el segundo apartado el análisis se centra en la elección de gobernador en Puebla en 2016, única elección en el estado para dicho periodo, por lo que los reportes de fiscalización sólo contienen información sobre los candidatos registrados para dicha elección, lo cual permite generar información más específica. En el tercer apartado, el análisis de los gastos de campaña, el éxito electoral de los candidatos y la competitividad en las elecciones se realiza con la información de tres elecciones gubernamentales y tres elecciones municipales. La información disponible se encuentra a nivel candidato. Por último, se presentan las conclusiones del capítulo.

#### 2.2 Elecciones locales 2015: Tabasco y Distrito Federal

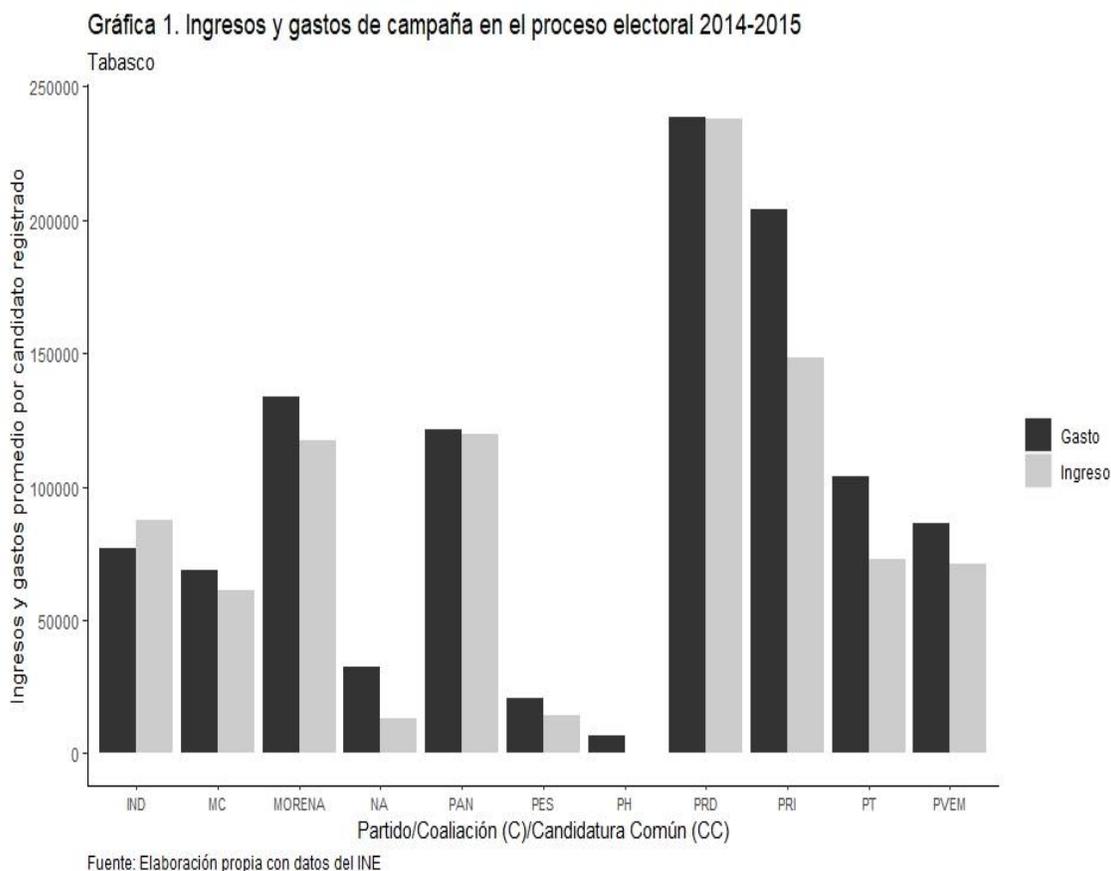
Uno de los principales problemas en el estudio de los gastos de campaña a nivel municipal es la disponibilidad de información con alto grado de especificidad, los reportes que proporciona el INE sobre los ingresos y gastos de campaña del proceso electoral 2014-2015 a nivel local dan cuenta de ello; puesto que la información se presenta de manera agregada por partido político y por entidad federativa, no hay forma de distinguir a los candidatos que participaron en cada una de las elecciones locales, esto impide determinar el gasto real en el que incurrieron los candidatos, sin embargo, el informe sobre el número de candidatos registrados por partido político permite generar un gasto promedio por candidato<sup>6</sup>. Durante el proceso electoral 2014-2015 se llevaron a cabo

---

<sup>6</sup>Existen varios problemas que se generan por esta operación. En primer lugar, se puede subestimar o sobreestimar el gasto de un candidato, por lo que no es posible saber si un candidato rebasó el límite de gastos permitidos. En segundo lugar, no podemos encontrar la relación entre los resultados electorales de los candidatos y el nivel de gasto real en el que incurrieron. En tercer lugar, el número de candidatos por partido político, coalición o candidatura común, en una entidad federativa, presenta variaciones importantes, con excepción de algunos casos, por lo que resulta complejo llevar a cabo un análisis comparativo objetivo

elecciones locales en 17 entidades federativas, de las cuales sólo Tabasco y el Distrito Federal presentan una cantidad similar de candidatos postulados por partido político en sus respectivas elecciones<sup>7</sup>, con ello podemos realizar una serie de comparaciones ilustrativas.

La gráfica 1 muestra el comportamiento de los ingresos y gastos de campaña promedio por candidato registrado en Tabasco<sup>8</sup>, ambos conceptos incluyen la información reportada por los partidos políticos, así como los datos no reportados pero que fueron fiscalizados por la Unidad Técnica de Fiscalización del INE. En términos generales, se puede percibir que el total de gastos de campaña supera los ingresos totales por partido político, exceptuando a los candidatos independientes; también podemos observar que el partido con mayor financiamiento, así como un mayor gasto, fue el PRD, seguido por el PRI y Morena.



de los gastos de campaña. Por tales motivos, la información presentada para este proceso electoral sólo es de carácter informativo.

<sup>7</sup> En Tabasco el proceso electoral local incluyó la elección de 17 presidentes municipales y 21 diputados por el principio de mayoría relativa; En el otrora Distrito Federal se eligieron 16 jefaturas delegacionales y 40 diputaciones por mayoría relativa.

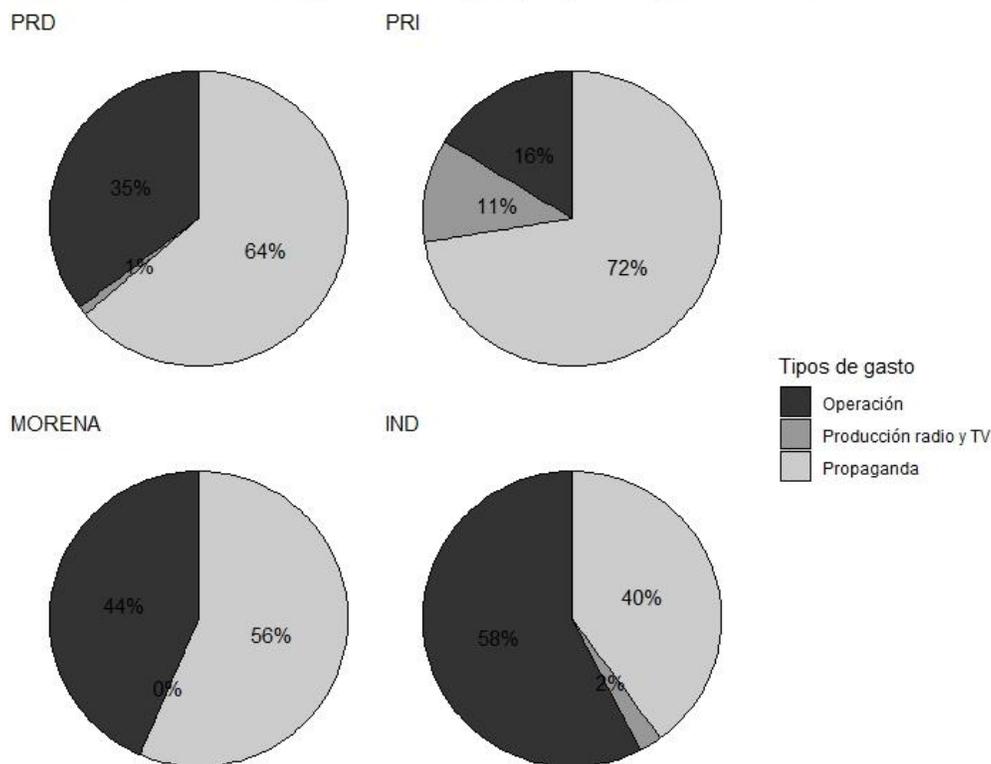
<sup>8</sup> De un total de 10 partidos políticos, 6 de ellos registraron a 38 candidatos, 2 partidos registraron a 36, un partido registró a 34 y otro a 31 candidatos. También se registraron 7 candidatos independientes.

Teniendo en cuenta que desde la reforma electoral del 2007 se prohibió a los partidos políticos contratar propaganda en radio y televisión, la distribución de los gastos de campaña ha recaído principalmente en los gastos de propaganda y de operación de las campañas electorales; en el caso de las elecciones de 2015 en Tabasco, la gráfica 2 muestra la distribución de los gastos de campaña de los tres partidos que incurrieron en un mayor gasto promedio por candidato, así como la asignación de los recursos disponibles de los candidatos independientes.

Los gastos de producción de los mensajes para radio y televisión representan una pequeña proporción del gasto total de los candidatos del PRD, de los candidatos independientes, mientras que los candidatos de Morena no destinaron recursos para este concepto; los candidatos del PRI destinaron el 11% de su gasto a dichas actividades. Lo anterior puede estar relacionado a que la publicidad a través de la televisión resulta una herramienta que favorece, en mayor medida, a los candidatos fotogénicos (Gil-García & Sandoval Almazán, 2004); además del aspecto físico, la percepción de competencia que refleja un candidato también influye en su éxito electoral (Praino et al., 2014), por lo que resulta pertinente crear escenarios que resalten las cualidades de los candidatos para mejorar sus posibilidades de ganar.

El concepto de gastos de propaganda representa el mayor porcentaje en el presupuesto de los gastos de campaña de los candidatos que compiten a través de un partido político, seguido de los gastos de operación de la campaña. En contraste, podemos observar que los candidatos independientes gastan una mayor proporción de sus recursos en los gastos de operación y destinan un monto menor a los gastos de campaña. Esta diferencia es consecuencia de la estructura partidista que se ha definido a través del tiempo, en el cual los procesos se vuelven más productivos y los gastos de operación se reducen. La poca, o nula, experiencia de las campañas electorales fuera de una estructura partidista tiene un costo que se traduce en una menor exposición de los candidatos independientes y sus plataformas electorales ante los votantes.

Gráfica 2. Distribución del gasto de campaña por partido político en Tabasco

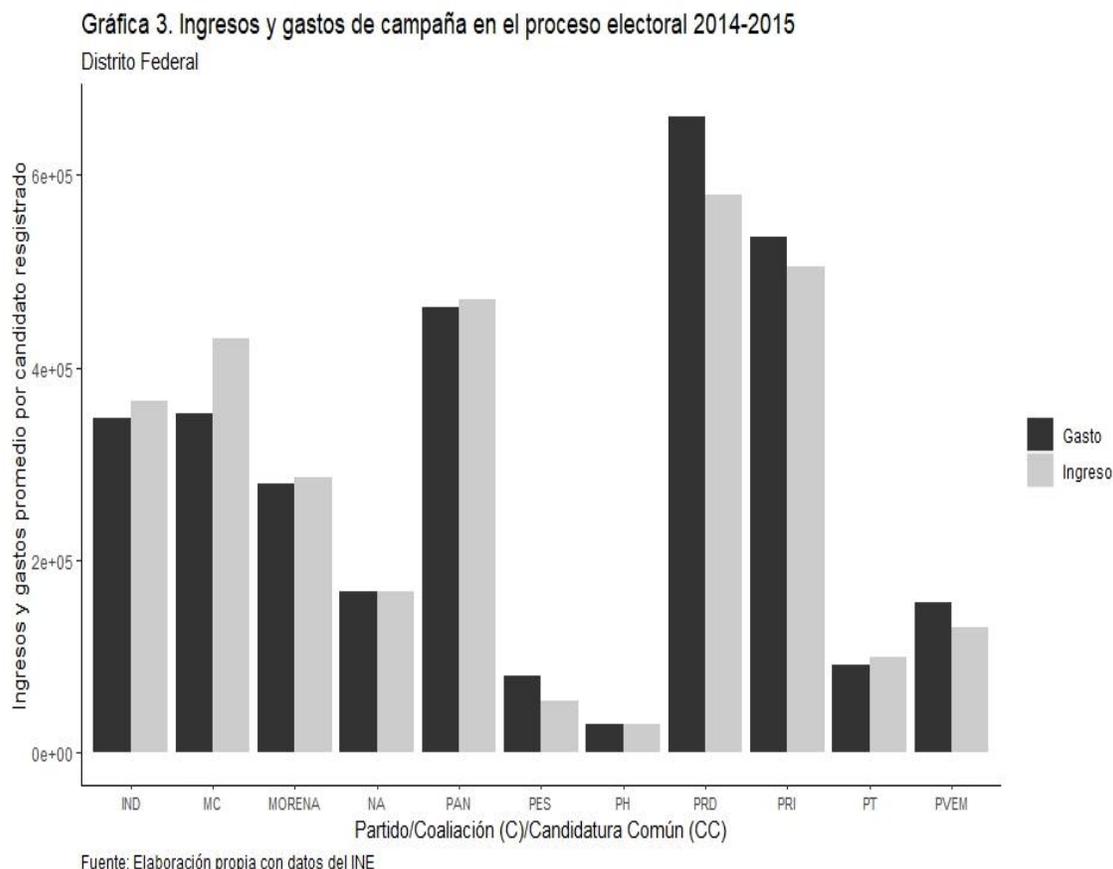


Fuente: Elaboración propia con datos del INE

En cuanto al comportamiento del financiamiento y el gasto de los candidatos registrados en el proceso electoral del Distrito Federal<sup>9</sup>, la gráfica 3 muestra que los candidatos del PRD, PRI, PES y los independientes, tienen un gasto por encima del financiamiento reportado y fiscalizado. Los partidos que más gastaron en dichas elecciones fueron los candidatos del PRD, PRI y PAN. El gasto promedio por candidato independiente es menor al gasto promedio de los candidatos de Movimiento Ciudadano (MC), pero mayor que el resto de los partidos políticos. Cabe señalar que el PRD, el partido con mayor gasto en las campañas, obtuvo 6 jefaturas delegacionales, de un total de 16, y 14 de 40 diputaciones; el PRI ganó en 3 delegaciones y obtuvo 3 diputaciones; el PAN ganó en dos delegaciones y obtuvo 5 diputaciones. Los candidatos independientes no obtuvieron representación en el ámbito local. Un dato interesante son los resultados electorales de Morena en su primer ciclo electoral a nivel local en el Distrito Federal, en donde su gasto ejercido fue menor que el realizado por el PRI y el PAN, sin embargo, obtuvo 5 jefaturas delegacionales y 18

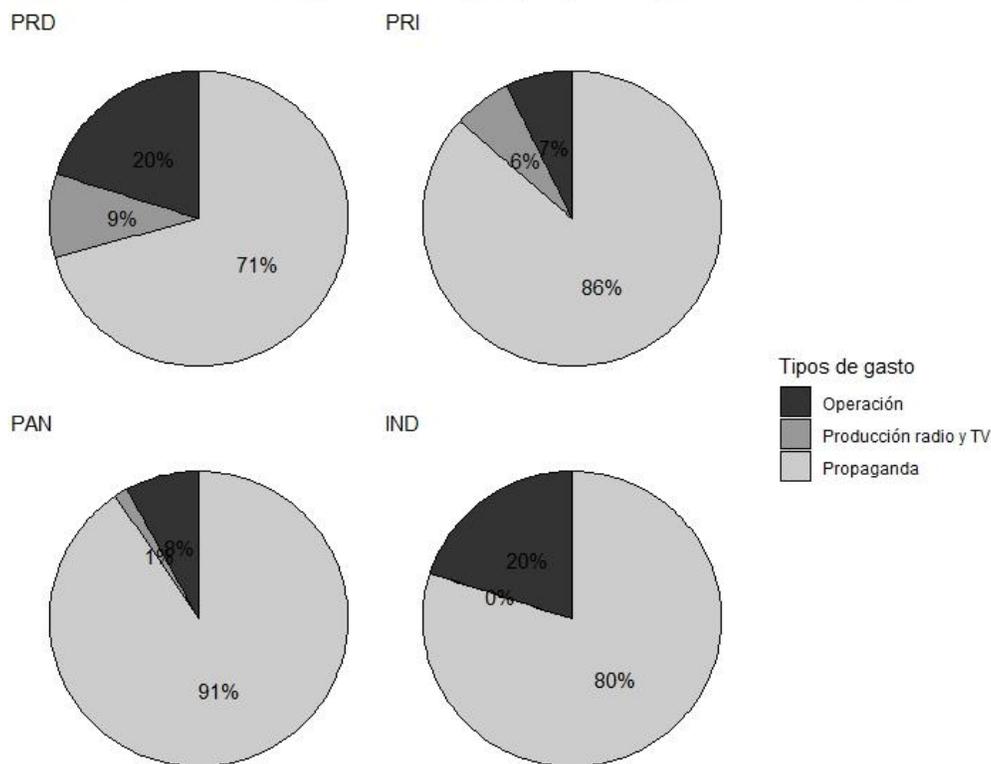
<sup>9</sup> De un total de 10 partidos políticos, 9 registraron a 56 candidatos, un partido político registró a 55 y se registraron 11 candidatos independientes.

diputaciones locales, con ello se convirtió en el partido con mayor representación en la asamblea legislativa en 2015.



Dentro de la distribución de los gastos de campaña, los que se enfocan a la propaganda electoral representan un porcentaje mayor respecto al resto de partidas presupuestales. La gráfica 4 muestra que no sólo los partidos políticos que más gastan destinan un mayor porcentaje de sus ingresos a la propaganda política, también es el caso de los candidatos independientes, quienes presentan un porcentaje menor de gastos operativos respecto a sus homólogos en Tabasco, por lo que pueden destinar una mayor cantidad de dinero a las actividades que permiten dar a conocer al candidato y a su plataforma electoral. Considerando los gastos operativos de los partidos políticos en ambas entidades, queda en evidencia que el PRI tienen los porcentajes de gasto más bajos en este concepto, por lo que es probable que tenga una plantilla que opera con mayores niveles de productividad respecto al resto de los partidos. Los gastos para la producción de mensajes en radio y televisión representan poco menos del 10% de los gastos de los candidatos señalados en la gráfica en cuestión.

Gráfica 4. Distribución del gasto de campaña por partido político en el Distrito Federal



Fuente: Elaboración propia con datos del INE

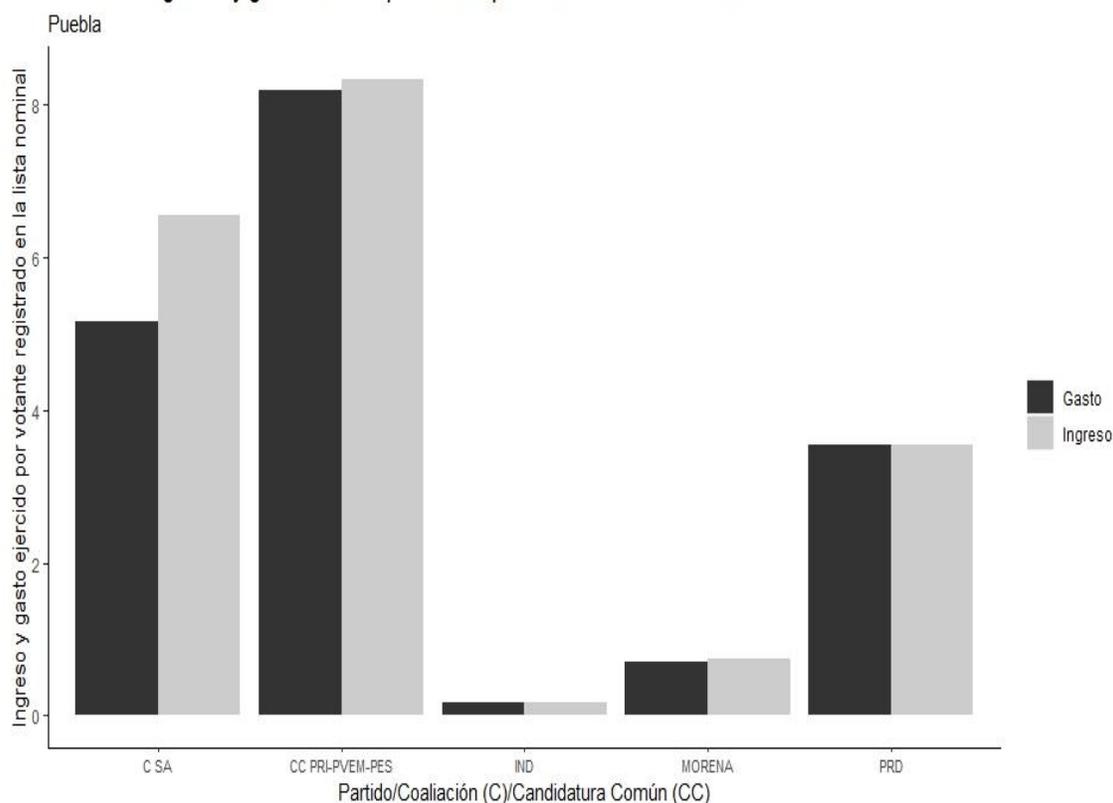
### 2.3 Elección gubernamental 2016: Puebla

El proceso electoral 2015-2016 comprende elecciones en 13 entidades federativas, en las cuales se eligieron gobernadores, presidentes municipales, diputados locales, concejales de ayuntamiento, presidencias de comunidad y síndicos. Los reportes que genera el INE sobre la fiscalización de ingresos y gastos, así como los que detallan la información de los candidatos que participan en cada una de las elecciones, presentan un mayor grado de especificidad respecto a los reportes del proceso electoral 2014-2015, sin embargo, aún no es posible asociar, de manera expedita, los gastos de campaña de un candidato en una elección específica. Una excepción de lo señalado anteriormente es Puebla, en donde sólo se llevaron a cabo elecciones para gobernador. En dicha entidad se presentaron dos convenios de coalición: Sigamos Adelante (SA), integrada por los partidos locales Pacto Social de Integración y Compromiso por Puebla, y los partidos nacionales Acción Nacional, del Trabajo (PT) y Nueva Alianza (NA); y la coalición PRI-PVEM, que, posteriormente, estableció una candidatura común en conjunto con el Partido Encuentro Social (PES). También participaron

los candidatos del PRD y Morena, así como un candidato independiente. Al conocer el gasto real reportado por los partidos políticos y fiscalizado por el INE para cada uno de los candidatos, podemos generar información más precisa sobre el comportamiento de los gastos de campaña de cada uno de los candidatos contendientes a la gubernatura de Puebla.

La gráfica 5 señala que el presupuesto disponible por votante fue mayor al gasto ejercido, por lo que no se presentaron gastos que excedieran el límite permitido. A nivel per cápita, el tope de gastos permitido por ciudadano registrado en el padrón electoral fue de \$8.33 pesos aproximadamente, mientras que el gasto más cercano a esta cifra fue el que realizó el representante de la candidatura común PRI-PVEM-PES, el cual ascendió a \$8.18 pesos. El candidato de la coalición SA, que también representa al partido que en ese momento se encontraba en el poder, es decir, al PAN, presentó un gasto menor. Si relacionamos el nivel de gasto de los candidatos con su éxito electoral, es decir, con la posición que obtuvieron en los comicios, encontramos que los resultados no favorecieron al candidato que incurrió en un mayor gasto, ya que este se ubicó en el segundo lugar, en cambio, el representante de la coalición SA obtuvo la mayoría de los votos, y su nivel de gasto fue el segundo más alto. La diferencia de votos, en términos porcentuales, entre el primer y segundo lugar fue del 11.8%, el cual representa un margen muy amplio si consideramos que existen criterios de competitividad que toman en cuenta un porcentaje menor al 10% (Méndez de Hoyos, 2006) e incluso se aleja dentro de las posibilidades de ser considerado un criterio para la anulación de una elección en caso de que se impugnen los resultados electorales por un tema de rebase de topes de gastos de campaña, por ejemplo.

Gráfica 5. Ingresos y gastos de campaña en el proceso electoral 2015-2016

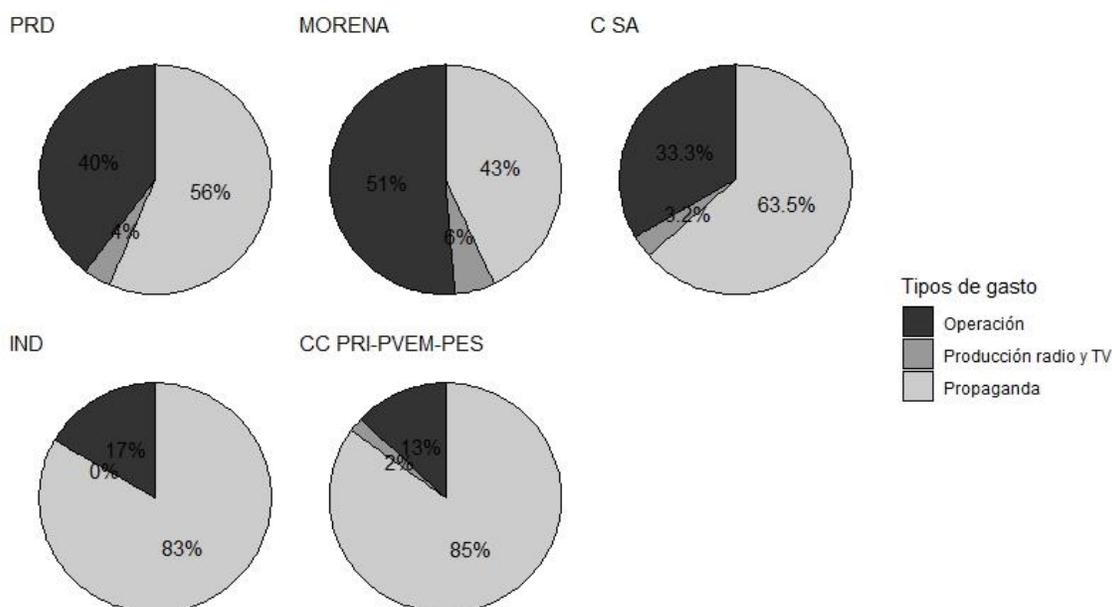


Como se ha señalado anteriormente, en términos generales, un mayor porcentaje de los gastos de campaña se destina a la adquisición de propaganda, sin embargo, hay casos en que esta pasa a segundo término cuando existen estructuras partidistas poco productivas en el manejo de las campañas electorales, generando así mayores gastos de operación. Un caso ilustrativo es la campaña del candidato de Morena, ilustrada en la gráfica 6, quien presentó gastos de operación mayores a los de propaganda, dicho gasto también fue mayor respecto al resto de los competidores. Esto puede ser explicado por la poca experiencia de Morena en procesos electorales, ya que su primer ciclo electoral fue en 2015. Otro elemento interesante de analizar sobre los gastos de operación es su comportamiento entre los candidatos que representaron a más de un partido político, puesto que la conformación de una coalición y una candidatura común se rigen por diferentes normas sobre cómo llevar a cabo la contabilidad de los ingresos y gastos de campaña<sup>10</sup>, así, por ejemplo, en una candidatura común, cada partido político es responsable de llevar su contabilidad, mientras que, en una coalición, se debe integrar un órgano responsable de la

<sup>10</sup> Dentro del reglamento de fiscalización del INE (2016) se establecen los criterios bajo los cuales se debe realizar el proceso de rendición de cuentas tomando en cuenta el tipo de asociación

administración y de las finanzas que permita asignar los gastos de campaña a cada partido político participante. Si contrastamos los gastos de operación de la coalición SA con los de la candidatura común, propuesta por el PRI-PVEM-PES, notaremos que existe una diferencia de aproximadamente 20 puntos porcentuales. Además de una posible baja productividad en la optimización de los gastos de operación por parte de los responsables de las finanzas, o la poca experiencia en procesos electorales, otro elemento que puede explicar la diferencia de los gastos de operación, señalada arriba, es la complejidad de las actividades que debe realizar la coalición para el cumplimiento de la rendición de cuentas, por ejemplo, se deben determinar los gastos de campaña asociados a cada partido político, los gastos que son susceptibles de ser prorrateados, entre otras actividades que se señalan en el reglamento de fiscalización del INE, y que no aplican para las candidaturas comunes. Por último, los gastos destinados a la producción de mensajes en radio y televisión representaron menos del 8% del total de los gastos de campaña, incluso el candidato independiente no reportó gastos en este rubro.

Gráfica 6. Distribución del gasto de campaña por partido político en Puebla



Fuente: Elaboración propia con datos del INE

## 2.4 Elecciones gubernamentales 2017: Coahuila, Estado de México y Nayarit

En el año 2017 se llevaron a cabo elecciones ordinarias locales en cuatro entidades: Coahuila, Estado de México, Nayarit y Veracruz. El número de cargos a elegir ascendió a 525<sup>11</sup>. Por otra parte, los reportes de gastos de campaña que el INE presenta en su página de internet para este proceso electoral no cuentan con los datos que fueron fiscalizados, sin embargo, el grado de especificidad de la información disponible permite conocer los ingresos y gastos de campaña de cada uno de los candidatos registrados en determinadas elecciones, un avance significativo en materia de disponibilidad de información expedita para realizar análisis comparativos. En este apartado se analizan seis elecciones locales: tres elecciones gubernamentales y tres elecciones municipales.

En la tabla 2 se proporciona información referente a los ingresos y gastos de campaña de los candidatos que participaron en las elecciones gubernamentales en Coahuila, Estado de México y Nayarit, así como el porcentaje de gastos realizados, en proporción al tope de gastos de campaña, y el éxito electoral de los candidatos, medido por el porcentaje de votos obtenidos. En cada una de las elecciones analizadas se observa que el primer y segundo lugar tienen un gasto mayor al resto de los competidores; en particular, los candidatos que obtuvieron el mayor número de votos en Coahuila y Nayarit fueron los que gastaron más, mientras que, en el Estado de México, el ganador tuvo un gasto menor al de su competidor más cercano. Ninguno de los candidatos participantes en las elecciones gubernamentales rebasó el tope de gastos de campaña. Si evaluamos el margen de victoria de los candidatos más exitosos y lo asociamos a su nivel de gastos, medido en proporción al límite permitido, notaremos que en la elección de Coahuila el margen de victoria es de 2.4%, en el Estado de México es de 2.8%, y en Nayarit es del 12.3%, mientras que la diferencia del gasto entre los candidatos es de 6.1%, 2.2%, y 15.6%, respectivamente. En otras palabras, las elecciones más competitivas, tomando como criterio una diferencia menor al 10% en los resultados, fueron las de Coahuila y el Estado de México, en donde los candidatos gastaron más que el resto de los candidatos y lo hicieron en montos muy parecidos, en cambio, en Nayarit el margen de victoria es superior al 10% y la diferencia del gasto de campaña también lo es. Lo anterior refleja la posibilidad

---

<sup>11</sup> En Coahuila se eligió gobernador, 25 diputaciones y 38 ayuntamientos; en el Estado de México sólo se eligió gobernador; En Nayarit se eligió gobernador, 30 diputaciones, 20 ayuntamientos y 197 regidurías; en Veracruz sólo hubo elecciones en 212 ayuntamientos.

de que la competitividad pueda influir en el gasto de los candidatos, o, de manera inversa, que los gastos de campaña impactan en la competitividad de los candidatos.

Tabla 2. Ingresos y gastos de campaña en las elecciones gubernamentales de 2017*						
Entidad Federativa	Tipo Asociación	Siglas	Ingreso	Gasto	Porcentaje de Votos	Porcentaje del tope de gastos
<b>Coahuila</b>						
	Coalición	PRI-PVEM-NA-PSD-PJ-PRC-PPC	\$ 8.40	\$ 8.39	38%	90%
	Coalición	PAN-UDC-PPC-PES	\$ 9.19	\$ 7.82	36%	84%
	Candidato	MORENA	\$ 3.95	\$ 3.95	12%	42%
	Independiente	IND	\$ 1.40	\$ 1.49	8%	16%
	Candidato	PRD	\$ 0.93	\$ 0.93	2%	10%
	Candidato	PT	\$ 0.50	\$ 0.50	2%	5%
	Independiente	IND	\$ 0.46	\$ 0.45	1%	5%
<b>México</b>						
	Coalición	PRI-PVEM-NA-PES	\$ 11.19	\$ 10.26	33.7%	41%
	Candidato	MORENA	\$ 11.20	\$ 10.82	30.9%	43%
	Candidato	PRD	\$ 4.97	\$ 4.97	17.9%	20%
	Candidato	PAN	\$ 8.47	\$ 8.47	11.3%	34%
	Independiente	IND	\$ 0.53	\$ 0.53	2.1%	2%
	Candidato	PT	\$ 1.59	\$ 1.59	1.1%	6%
<b>Nayarit</b>						
	Coalición	PAN-PRD-PT-PRS	\$ 16.66	\$ 16.66	38.6%	66%
	Coalición	PRI-PVEM-NA	\$ 12.55	\$ 12.75	26.3%	51%
	Independiente	IND	\$ 8.64	\$ 9.10	12.5%	36%
	Candidato	MORENA	\$ 3.25	\$ 3.28	12.1%	13%
	Candidato	MC	\$ 9.71	\$ 9.71	4.7%	39%
	Independiente	IND	\$ 2.01	\$ 1.82	1.6%	7%
	Candidato	PES	\$ 1.52	\$ 1.52	0.9%	6%
	Independiente	IND	\$ 1.04	\$ 0.54	0.3%	2%
*La información los ingresos y gastos se presenta por votante						
Fuente: Elaboración propia con datos del INE y OPLES						

#### 2.4.1 Elecciones municipales 2017: Saltillo, Tepic y Veracruz

Para ilustrar el comportamiento de los gastos de campaña a nivel municipal se han seleccionado los tres municipios que fungen como capital de los estados que tuvieron elecciones a este nivel.

Los municipios considerados son, Saltillo, en Coahuila; Tepic, en Nayarit, y Xalapa, en Veracruz. La tabla 3 señala que, en Saltillo, la coalición PRI-PVEM-NA-PSD-PJ-PRC-PPC ganó las elecciones con un gasto por votante de casi el doble respecto al candidato de la coalición PAN-UDC-PPC-PES, y el margen de victoria fue del 15%. El resto de los competidores gastaron una cifra notablemente inferior y sus resultados electorales muestran la poca competitividad de la elección. En Tepic, los cuatro candidatos con los mejores resultados electorales presentan un comportamiento de gasto más homogéneo. La coalición PAN-PRD-PT-PRS gastó \$4.14 pesos, un candidato independiente destinó \$3.20 pesos, el PRI gastó \$5.74 pesos, y otro de los candidatos independientes gastó \$2.92 pesos por votante. Los resultados no favorecieron al candidato del PRI a pesar de que gastó más; la coalición representada por el PAN ganó las elecciones con un gasto menor al del PRI, pero mayor al resto de los competidores. Como se observa en la tabla, los gastos de campaña en Tepic representan menos del 50% del tope de gastos establecido para los partidos políticos. Las elecciones de Saltillo y Tepic mostraron que los candidatos ocuparon el primer y segundo lugar gastaron más que el resto de los competidores, y que sólo en el caso de Saltillo el primer lugar también fue quien gastó más. La elección de Xalapa presenta un escenario en el que los gastos de campaña parecen no ser un determinante que explica el éxito electoral. El mayor gasto por votante lo realizó la coalición PAN-PRD, el cual fue de \$10.11 pesos y los resultados electorales lo colocaron en el segundo lugar; el PRI gastó \$5.26 pesos y quedó en el tercer lugar; el MC destinó \$4.04 por votante y obtuvo el quinto lugar; Morena fue el partido con el cuarto mayor gasto y ganó la elección municipal de Xalapa, con un margen de victoria del 15%. El resto de los candidatos gastaron menos de un peso por votante.

Las elecciones municipales analizadas desde la perspectiva de los candidatos con mayor éxito electoral proporcionan información sobre el comportamiento de los gastos de campaña en posibles situaciones de competitividad, pero ¿qué pasa con los candidatos con poco éxito electoral? En las elecciones de Saltillo, de los 8 candidatos registrados, 6 tuvieron un gasto menor a \$1.0 peso por votante, teniendo en cuenta que el tope de gastos \$9.28 pesos, y en conjunto obtuvieron el 8.75% del total de votos. En Tepic, 6 candidatos de 10 registrados tuvieron un gasto menor a \$2.50 pesos por votante, mientras que el límite fue de \$12.10 pesos; en conjunto, el porcentaje de votos que obtuvieron fue de 17.4%. En Xalapa 5 candidatos gastaron menos de \$1.0 peso por votante; en conjunto obtuvieron el 6.5% del total de los votos. Nuevamente nos encontramos con la posibilidad de que la competitividad de los candidatos influya en sus decisiones de gasto, ya que los datos

muestran los resultados el poco éxito de los competidores se corresponde con un nivel de gastos bajo.

Tabla 3. Ingresos y gastos de campaña en las elecciones municipales de 2017*						
Entidad Federativa	Tipo Asociación	Siglas	Ingreso	Gasto	Porcentaje de Votos	Porcentaje del tope de gastos
<b>Coahuila</b>						
Saltillo	Coalición	PRI-PVEM-NA-PSD-PJ-PRC-PPC	\$ 8.42	\$ 8.43	48.0%	91%
	Coalición	PAN-UDC-PPC-PES	\$ 4.56	\$ 4.56	32.7%	49%
	Candidato	MORENA	\$ 0.40	\$ 0.40	8.7%	4%
	Independiente	IND	\$ 0.49	\$ 0.50	3.3%	5%
	Independiente	IND	\$ 0.35	\$ 0.41	2.5%	4%
	Candidato	PT	\$ 0.37	\$ 0.37	1.5%	4%
	Candidato	PRD	\$ 0.42	\$ 0.42	1.1%	5%
	Candidato	MC	\$ 0.45	\$ 0.45	0.3%	5%
<b>Nayarit</b>						
Tepic	Coalición	PAN-PRD-PT-PRS	\$ 4.14	\$ 4.14	29.0%	34%
	Independiente	IND	\$ 3.44	\$ 3.20	19.8%	26%
	Candidato	PRI	\$ 3.64	\$ 5.74	16.2%	47%
	Independiente	IND	\$ 2.97	\$ 2.92	14.9%	24%
	Candidato	MORENA	\$ 0.25	\$ 0.25	9.6%	2%
	Candidato	MC	\$ 2.23	\$ 2.23	2.4%	18%
	Candidato	PVEM	\$ 1.02	\$ 1.02	1.9%	8%
	Independiente	IND	\$ 0.15	\$ 0.04	1.4%	0%
	Candidato	NA	\$ 1.05	\$ 1.05	1.4%	9%
	Candidato	PES	\$ 0.23	\$ 0.23	0.8%	2%
<b>Veracruz</b>						
Xalapa	Candidato	MORENA	\$ 3.86	\$ 3.86	42.2%	35%
	Coalición	PAN-PRD	\$ 10.11	\$ 10.11	27.2%	92%
	Coalición	PRI-PVEM	\$ 5.34	\$ 5.26	11.4%	48%
	Candidato	NA	\$ 1.54	\$ 1.57	5.4%	14%
	Candidato	MC	\$ 4.04	\$ 4.04	3.5%	37%
	Independiente	IND	\$ 0.42	\$ 0.36	1.8%	3%
	Candidato	PES	\$ 0.20	\$ 0.20	1.3%	2%
	Candidato	PT	\$ 0.93	\$ 0.93	1.3%	9%
	Independiente	IND	\$ 0.13	\$ 0.13	1.1%	1%
	Independiente	IND	\$ 0.02	\$ 0.02	1.1%	0%
* La información los ingresos y gastos se presenta por votante						
Fuente: Elaboración propia con datos del INE y OPLES						

## Conclusiones

En este capítulo se describió el comportamiento del gasto de los candidatos en diferentes elecciones. Existen grandes diferencias en los niveles de gasto entre los candidatos de una misma elección, especialmente entre los candidatos con mayor éxito electoral y los menos favorecidos por el electorado. El concepto en el cual se gasta una mayor proporción de los recursos disponibles son los gastos de campaña, aunque hay excepciones en las que los gastos operativos representan una mayor proporción. También se analizó el gasto de los candidatos de acuerdo con éxito electoral, en donde podemos observar que el candidato que ganó las elecciones no necesariamente gastó más que el resto de los competidores. Respecto a si la competitividad de los candidatos influye en las decisiones de gasto, tampoco hay evidencia contundente en este análisis descriptivo que compruebe la existencia de esta relación. Los datos analizados muestran que los candidatos que no son competitivos tampoco gastan grandes cantidades de dinero; en el otro extremo los datos son heterogéneos, aunque los gastos son los más elevados y el éxito electoral es mayor, no siempre existe competitividad en una elección. En el siguiente capítulo se pone a prueba la relación entre la competitividad de un candidato y su nivel de gastos de campaña.

## **Capítulo 3.**

### **Análisis econométrico del gasto en las campañas electorales de 2018 en México a nivel municipal**

#### **3.1 Introducción**

Como parte del ejercicio democrático en México, en el año de 2018 se llevaron a cabo elecciones federales y elecciones locales concurrentes. A nivel local se eligieron presidentes municipales, alcaldes y concejales<sup>12</sup> en 25 estados de la república mexicana, excepto en Aguascalientes, Baja California, Durango, Hidalgo, Nayarit, Tlaxcala y Veracruz. En el presente capítulo se pone a prueba la hipótesis sobre el impacto de la competitividad en el gasto de los candidatos. La existencia de correlación indicaría que los candidatos evalúan sus posibilidades de ganar la elección por lo que toman decisiones de gasto en consecuencia.

El capítulo está estructurado de la siguiente forma: en el primer apartado se proporcionan detalles sobre la elección del proceso electoral 2017-2018, posteriormente se describen las variables político-electorales y socioeconómicas que se integran al modelo, las cuales son justificadas teóricamente. En el siguiente apartado se plantean diversos modelos econométricos y se generan las estimaciones para determinar la relación entre el gasto y la competitividad; por último, se ofrecen las consideraciones finales.

#### **3.2 Selección de la muestra**

El objeto de estudio de la presente investigación es el proceso electoral 2017-2018 a nivel local debido a que representó el reto más importante del nuevo Instituto Nacional Electoral por diversas cuestiones, después de la reforma electoral del 2014. En primera instancia, la magnitud de las elecciones a nivel municipal y la heterogeneidad de los municipios que tuvieron elecciones en dicho año son cruciales para observar el dinamismo del gasto a nivel local.

Un segundo elemento considerado fue la exclusividad del proceso de fiscalización de los partidos que se adjudicó a la Unidad Técnica de Fiscalización (UTF), con lo cual existe mayor factibilidad para realizar estudios comparados, puesto que los reportes a nivel local dejaron de ser

---

<sup>12</sup> La elección de alcaldes se llevó a cabo en la Ciudad de México, la elección del primer concejal de ayuntamiento se realizó en Oaxaca, y la elección de presidentes municipales en el resto de los estados. Para fines prácticos, nos referiremos a este conjunto de elecciones simplemente como elecciones municipales.

una actividad de los OPLES y fueron homologados por la UTF. Los primeros reportes de fiscalización realizados por la UTF se generaron para las elecciones intermedias de 2015, los cuales muestran los primeros esfuerzos por presentar información específica sobre los gastos en las campañas electorales, sin embargo, es hasta el proceso electoral 2017-2018 en donde los reportes de fiscalización presentan información con un alto grado de especificidad, ya que la unidad de análisis más detallada en dicho proceso fueron todos los candidatos participantes. Estos reportes contienen información sobre ingresos y egresos reportados por los partidos políticos, los ingresos y gastos que no fueron reportados pero que fueron auditados por la UTF, también se concentra los datos sobre los topes de gastos de campaña calculados por los OPLES, entre otros datos.

Otro elemento que se tomó en cuenta fue el ajuste de los calendarios de los procesos electorales concurrentes a nivel local, con el proceso electoral federal, cuyo escenario se presentó en 2018, por lo que dichas elecciones fueron consideradas, hasta ese momento, como “las más grandes de la historia”. Las elecciones concurrentes generan comportamientos que no son comunes observar en escenarios en donde sólo está de por medio una elección, tal es el caso del fenómeno del prorrateo, el cual se define como la distribución de los gastos de campaña entre varios candidatos de un mismo partido o coalición. La normativa mexicana en materia electoral determina los gastos que pueden ser prorrateados, establece los criterios de distribución entre los candidatos, así como las reglas para el registro contable de dichos gastos. Hasta 2013 los criterios de prorrateo permitían a los partidos políticos distribuir el 50% del gasto que podía prorratearse de acuerdo con sus criterios internos, mientras que el otro 50% debía distribuirse de manera igualitaria entre los candidatos que se beneficiaban de los actos de campaña. Dicha forma de prorratear los gastos permitidos se convirtió en una herramienta bajo la cual se generan distintos escenarios en cuanto a los niveles de gastos en las campañas electorales. Esta actividad puede disminuir el gasto de una campaña y aumentarlo en otra, incluso el gasto puede rebasar el tope de gastos de campaña si el costo de oportunidad de hacerlo es menor respecto a las ganancias obtenidas, es decir, si el costo de oportunidad de hacerlo es menor respecto a las ganancias obtenidas, es decir, si se ganan las elecciones en un municipio determinado. Estos criterios estuvieron vigentes desde el reglamento de fiscalización de 1998, y las formas de distribución elegidas por los partidos políticos han sido variantes en el tiempo tomando en cuenta el contexto electoral, así podemos encontrar distribuciones como la que realizó la coalición “Compromiso por México”, formada por el PRI y el PVEM, en la campaña federal de 2012, en donde se le asignó el 1% del gasto que podía ser

prorratado a la campaña presidencial y el 99% se contabilizó en la campaña para diputados federales; en otros casos se asignaba el 100% a un solo candidato, tal es el caso del partido Nueva Alianza. La importancia del prorratado en las elecciones de 2012 evitó que la coalición “Compromiso por México” rebasara el tope de gastos de campaña para las elecciones presidenciales, trasladando el rebase a las campañas de 2 senadores y 149 diputados (González García, 2014).

La reforma electoral del 2014 estableció nuevos criterios de distribución para cada combinación de candidatos que se ven beneficiados por las propagandas y actos de campaña, además, se eliminó el criterio discrecional que permitía a los partidos políticos distribuir de manera arbitraria los gastos entre sus candidatos, por lo que el proceso electoral 2017-2018 se llevó a cabo bajo criterios de prorratado que permitieron una competencia más equitativa entre los candidatos de una misma elección.

Otros factores asociados a las elecciones concurrentes son el aumento de la participación ciudadana, ahorro en el costo de las elecciones a nivel institucional porque se eliminan actividades duplicadas, mayor tiempo de negociación y dialogo entre los partidos políticos, así como la posibilidad de que los ciudadanos puedan comparar propuestas y observar el desempeño de los partidos políticos en condiciones semejantes (Vergara Santana, 2007). En resumen, la selección del proceso electoral 2017-2018 a nivel local, como dominio de la investigación, se debe a 1) la cantidad de municipios que participaron en el proceso, la concurrencia de las elecciones federales y locales y, 3) la fiscalización de los partidos políticos como actividad exclusiva como producto de la reforma de 2014.

La siguiente tabla muestra un resumen de las elecciones municipales que fueron fiscalizadas por parte de la UTF. El promedio de candidatos que participaron en cada una de las elecciones muestra que la cantidad de opciones con las que cuentan los ciudadanos no se reduce a sólo dos alternativas, sino a un número mayor de posibilidades de representación, lo que puede afectar la distribución de los votos entre los candidatos. El total de municipios auditados por la unidad fue de 1612, de los cuales 13 municipios presentaron elecciones extraordinarias. Dichas elecciones no se consideraron dentro de la muestra debido a que la dinámica es diferente respecto a las elecciones ordinarias en términos normativos, así como del comportamiento de los actores; por ejemplo, hay candidatos que participaron en la elección ordinaria y no lo hicieron en la elección extraordinaria. El comportamiento del votante también puede verse modificado por la nueva elección. Por tales

motivos se considera una muestra de 1599 elecciones a nivel municipal, que en su conjunto suman un total de 9415 candidatos<sup>13</sup>.

<b>Tabla 4. Municipios auditados por la UTF</b>			
Entidad	Municipios	Total de candidatos	Promedio de candidatos por municipio
1. Baja California Sur	5	37	7.4
2. Campeche	11	79	7.2
3. Chiapas	122	825	7.4*
4. Chihuahua	67	312	4.7
5. Ciudad de México	16	100	6.3
6. Coahuila	38	142	3.7
7. Colima	10	52	5.2
8. Guanajuato	46	331	7.2
9. Guerrero	80	695	8.7
10. Jalisco	125	640	5.1
11. México	125	762	6.1
12. Michoacán	112	610	5.4
13. Morelos	33	263	8
14. Nuevo León	51	361	7.2**
15. Oaxaca	153	749	5***
16. Puebla	217	1398	6.5
17. Querétaro	18	152	8.4
18. Quintana Roo	11	52	4.7
19. San Luis Potosí	58	300	5.2
20. Sinaloa	18	83	4.6
21. Sonora	72	302	4.2
22. Tabasco	17	115	6.8
23. Tamaulipas	43	182	4.2
24. Yucatán	106	485	4.6
25. Zacatecas	58	388	6.7
Total	1612	9415	5.9****
* Se dividió entre 112, ** Se dividió entre 50, *** Se dividió entre 151, **** Se dividió entre 1599			
Fuente: Elaboración propia con datos del INE y OPLES			

<sup>13</sup> Es necesario señalar la discrepancia que se genera entre los datos presentados en este documento y los señalados en los reportes de fiscalización de la UTF. En primer lugar, esta diferencia se debe a que hay información que se presenta a nivel de partido cuando debería presentarse a nivel coalición, por lo tanto, se realizaron los acumulados para los candidatos; en segundo lugar, existían datos que se depuraron debido a que no había congruencia con los datos de los resultados electorales de los OPLES; por último, errores en la captura de los nombres de los candidatos también contribuyeron a la reducción de la muestra.

### 3.3 Selección de variables

Para comprobar la hipótesis sobre el impacto de la competitividad en el gasto de los candidatos se estima un modelo que incluye una serie de variables de control que, de acuerdo con la teoría, también tienen la capacidad de explicar el cambio en el gasto. Su utilidad radica en que permiten “mantener constantes los factores que, si se descuidan podrían llevar a que la estimación del efecto causal de interés presente sesgo de variable omitida (Stock & Watson, 2012, p. 164), por lo que los coeficientes calculados serían poco confiables. Para afrontar este problema se incluyen regresores de tipo político-electorales y socioeconómicos para obtener coeficientes no. En los siguientes apartados se analiza el tipo de relación que presenta cada una de las variables independientes con la variable endógena y la codificación de las variables puede observarse en el anexo.

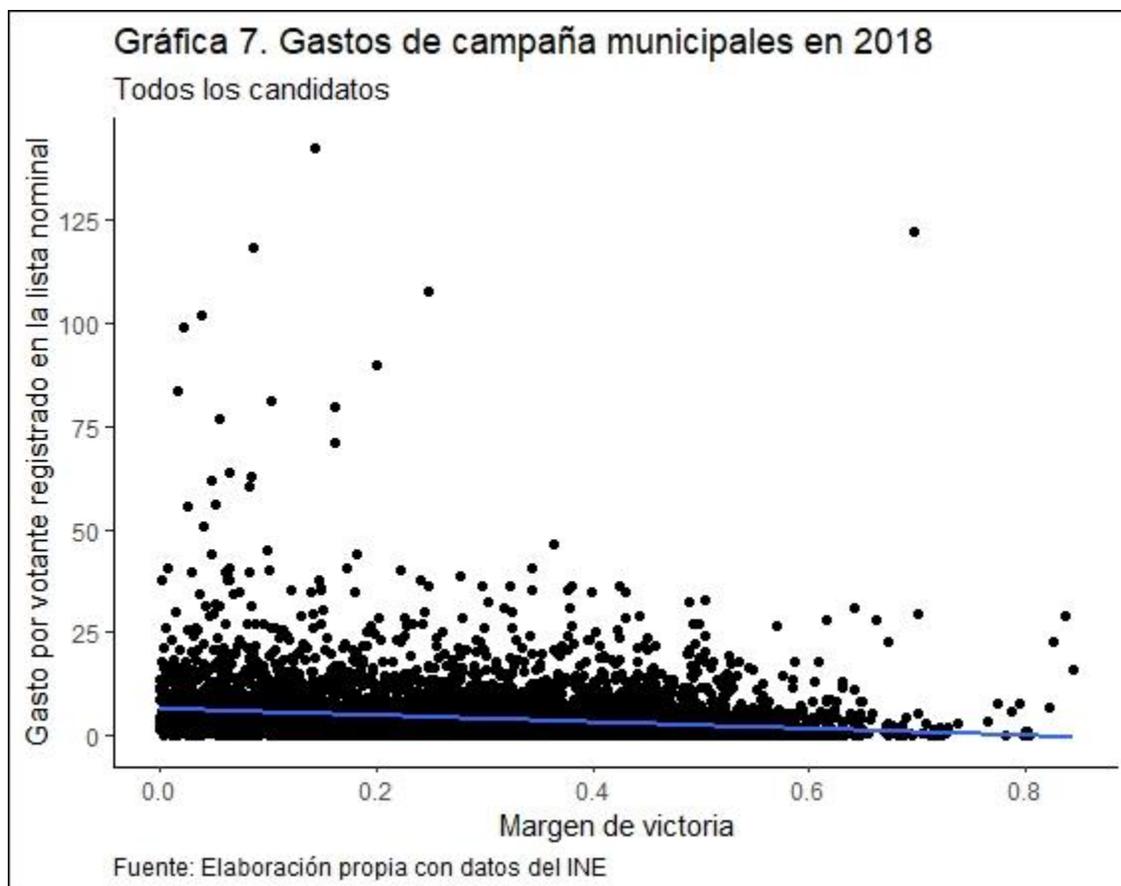
#### 3.3.1 Competitividad

La competitividad en las elecciones puede ser entendida como la cercanía que existe entre los retornos de dos o más partidos y un margen de victoria estrecho (Sartori, 2005). Para su operacionalización se toma en cuenta el margen de victoria, que mide la diferencia entre el porcentaje de votos que obtuvo el candidato ganador respecto al segundo lugar. Por ser un régimen de múltiples partidos, el margen de victoria se calcula para todos los candidatos que participan en cada una de las elecciones municipales que considera la muestra.

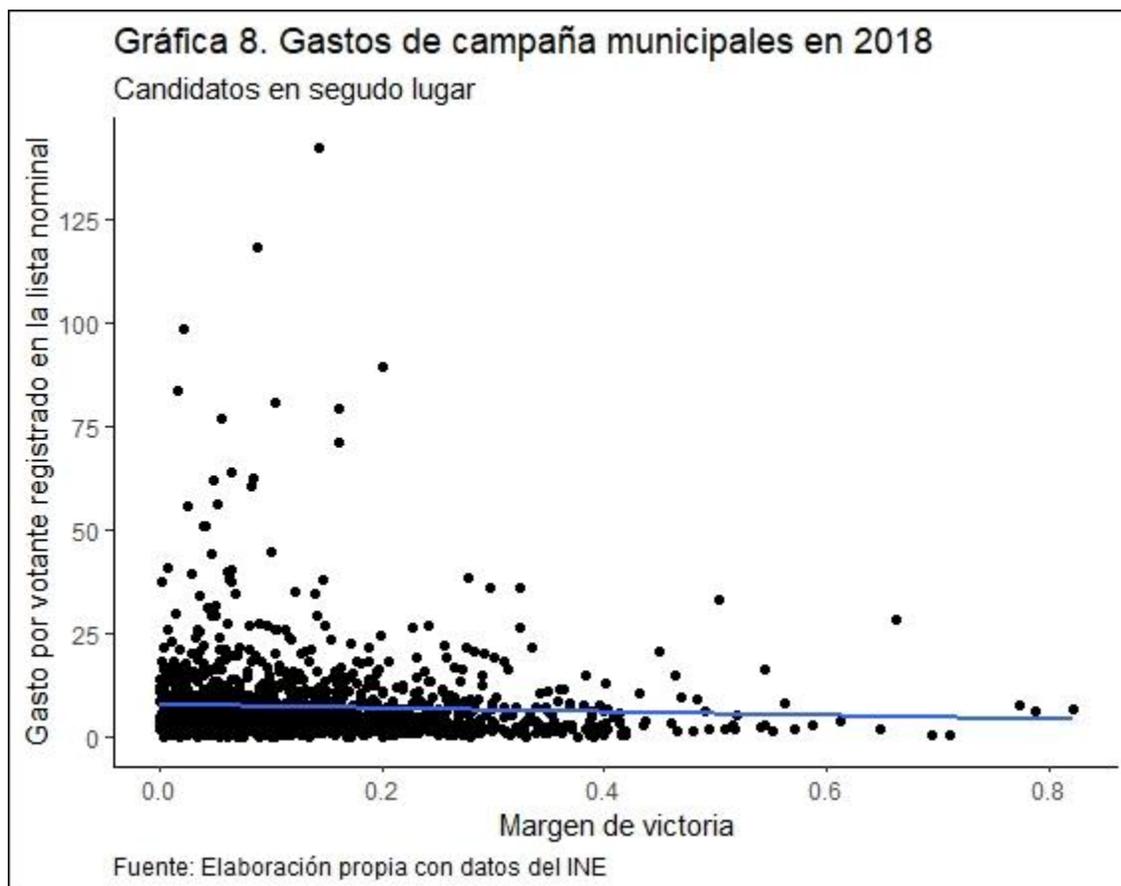
Para establecer si una elección fue competitiva se toma en cuenta el criterio de la determinancia electoral establecido en la reforma electoral de 2014, el cual se utiliza en el sistema de nulidades. El criterio considera que las violaciones son determinantes cuando la diferencia entre el primero y segundo lugar es menor al 5%, es decir, las violaciones, como el rebase de tope de gastos de campaña, pudieron haber modificado los resultados cuando la diferencia en los resultados es pequeña. Aunque hay estudios, como el de Mendez de Hoyos (2006), que consideran una diferencia menor al 10% para determinar que un municipio es competitivo, las reformas de 2007 y 2014 han continuado con el proceso gradual de mejora de la competencia electoral y la competitividad entre los candidatos, por lo que es pertinente establecer un umbral más restrictivo sobre lo que debe considerarse como una elección competitiva tomando en cuenta las condiciones normativas que rigen el proceso electoral 2017-2018. La información sobre los resultados electorales se obtuvo de los OPLES.

Para determinar la relación entre la competitividad y el gasto en las elecciones municipales de 2018 se lleva a cabo una serie de correlaciones simples, a través del índice de correlación de Pearson, en las que se observa la información desde tres perspectivas. Primero, la relación se analiza tomando en cuenta a todos los candidatos que perdieron las elecciones en 2018 (gráfica 7); segundo, se estudia sólo a los candidatos que quedaron en segundo lugar (gráfica 8) y, tercero, se analiza sólo a los candidatos cuyo margen de victoria es menor al 5%, es decir, aquellos que cumplen con el supuesto de determinancia electoral (gráfica 9).

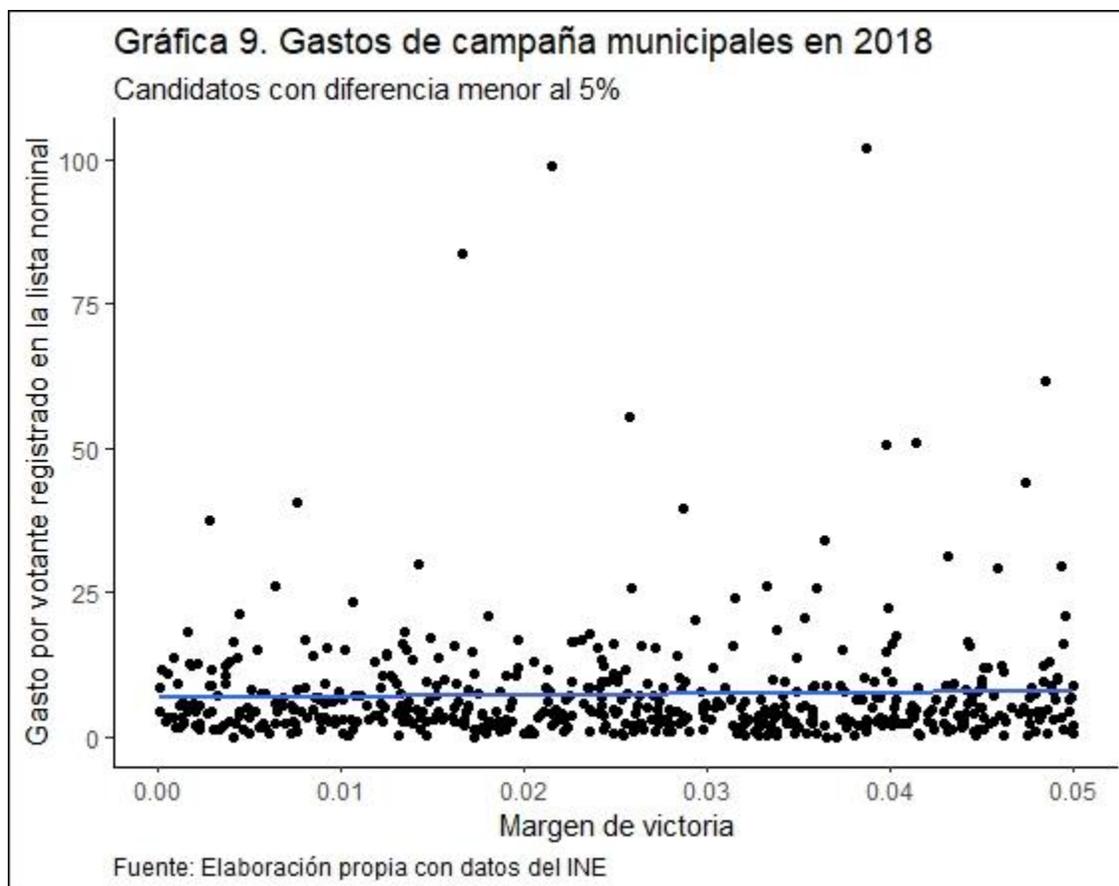
En la gráfica 7 podemos observar el comportamiento del gasto de los candidatos que no lograron ganar las elecciones municipales, en diferentes escenarios de competitividad. La información muestra una relación inversa entre las variables, lo que indica que una mayor diferencia en los resultados entre el candidato que ganó las elecciones y el resto de los candidatos disminuye los gastos de campaña de los últimos. Como primer acercamiento, la correlación no es alta, sin embargo, el fenómeno está presente, es decir, existe la posibilidad de que los candidatos descarten la idea de gastar grandes cantidades de dinero si perciben que sus probabilidades de ganar son bajas; en otras palabras, y centrándonos en un sentido económico, los candidatos evitan los costos hundidos cuando las elecciones son cada vez menos competitivas.



Cuando se toman en cuenta sólo a los candidatos que obtuvieron el segundo lugar, la relación se mantiene en el sentido esperado, no obstante, el impacto es menor y la correlación es más baja; la línea de tendencia que se muestra en la gráfica 8 da cuenta de esto. Aunque esto puede ser consecuencia del cambio en el tamaño de la muestra, debe mencionarse que se esperaba que la correlación fuera más alta, porque la cercanía de los resultados de estos candidatos, respecto a los candidatos ganadores, es mayor que los del resto, es decir, son más competitivos. La gráfica también nos permite observar cómo es la distribución de los candidatos más competitivos. De un total de 1598 candidatos, 844 presentan un margen de victoria menor al 10%, y sólo 454 presentan una diferencia menor al 5%. Dicho de otra forma, aproximadamente el 28% de los candidatos que obtuvieron el segundo lugar se encuentran en una posición en la cual los resultados pueden ser determinantes para inclinar la balanza en cualquier dirección, es en este escenario en el cual la normativa mexicana considera que los gastos de campaña, específicamente aquellos que son ilegales, tanto por su origen como por exceder los límites permitidos, pueden influir en los resultados electorales.



Si consideramos a todos los candidatos que obtuvieron un margen de victoria menor al 5% la muestra aumenta a 542 porque existen municipios en los que hubo más de un candidato que tuvo una diferencia menor a la señalada. Un ejemplo de lo anterior, aunque extremo, es la elección municipal de Axochiapan, en el estado de Morelos, en donde 6 candidatos, de un total de 9 candidatos registrados, tuvieron un margen de victoria menor al 5%. Al tomar en cuenta sólo a los candidatos que cumplen con el supuesto de determinancia electoral usado en la normativa mexicana como uno de los factores que se deben cumplir para anular una elección y al relacionarla con los gastos de campaña de estos candidatos, la dirección de la correlación es positiva, como se puede observar en la gráfica 9, por lo que un aumento en el margen de victoria implica que los gastos de campaña en que incurren los candidatos también aumentan. Pese a que el resultado de la correlación contradice la hipótesis planteada, este no es significativo, por lo que esta información sólo es indicativa.



La tabla 5 resume los coeficientes de correlación de las tres estimaciones analizadas anteriormente, en esta se puede apreciar cómo es que se va perdiendo significancia a medida que la muestra se hace más pequeña, así como el cambio en la relación cuando sólo se considera a los candidatos más competitivos, en términos de margen de victoria.

Tabla 5. Correlación entre competitividad y gastos de campaña			
Variable	Gastos de campaña		
	Todos los candidatos	Candidatos en segundo lugar	Candidatos bajo el supuesto de determinancia electoral
Competitividad	-8.0971***	-4.4434*	23.596
Observaciones	7816	1598	542

Nota: \*p < 0.05, \*\*p < 0.01, \*\*\*p < 0.001

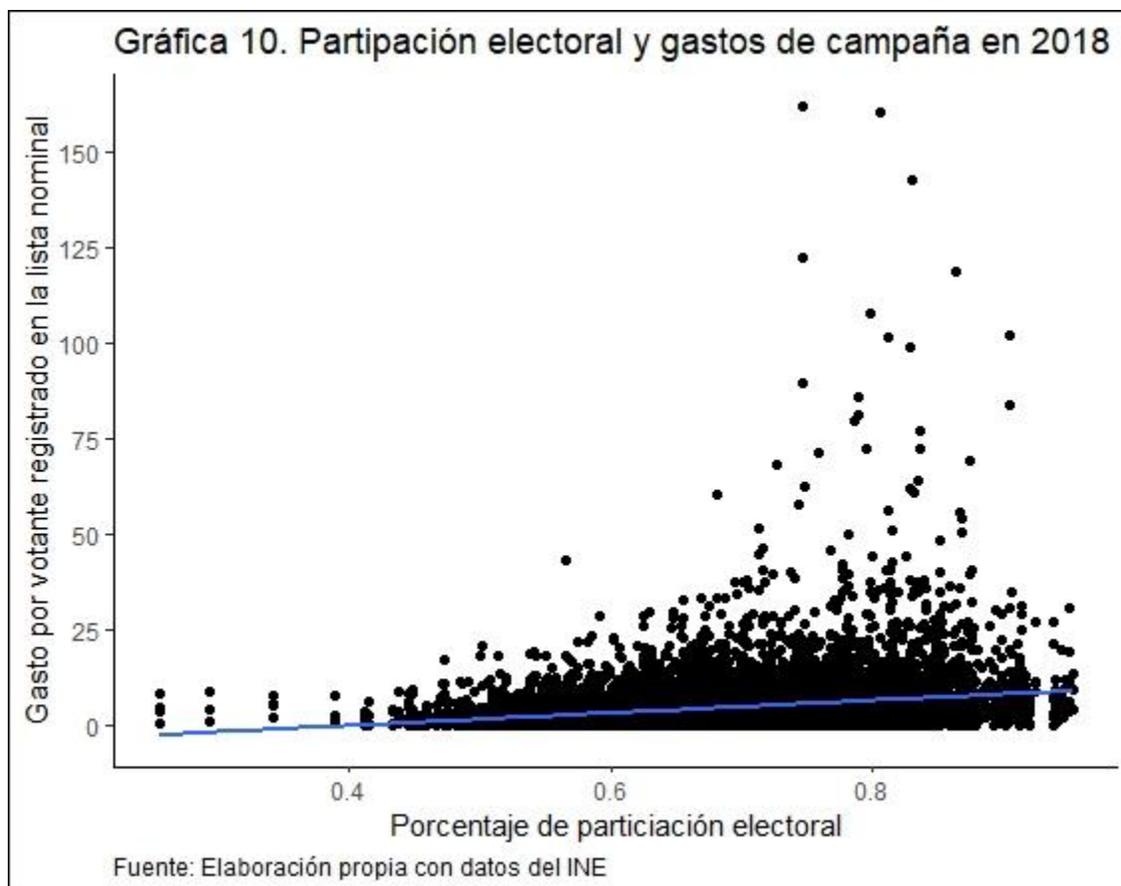
### 3.3.2 Participación electoral

Dentro de las variables político-electorales se considera la participación electoral, la cual representa el porcentaje de votos registrados en una elección respecto a la cantidad de ciudadanos que se encuentran en la lista nominal, es decir, entre aquellos ciudadanos que tienen acceso al voto. Como objeto de estudio, la participación electoral se ha abordado desde sus determinantes (Cox & Munger, 1989; Geys, 2006; Zazueta & Cortez, 2014), así como desde su contraparte, el abstencionismo (Nohlen, 2004; Thompson, 2007). Para autores como Cox y Munger (1989), su relación con los gastos de campaña se estimula a través de la competitividad de la elección, ya que a medida que las elecciones son más reñidas, los gastos de campaña aumentan y estos, a su vez, incentivan la participación electoral. Esta relación también se presenta de manera inversa; aquellos grupos que votan en gran escala pueden tener un impacto en las decisiones de políticas públicas, en cambio aquellos grupos que votan a tasas bajas de participación pueden no ser tomados en cuenta por las autoridades electas (Green & Gerber, 2015). Los votos que obtuvieron cada uno de los candidatos provienen de los OPLES, mientras que la lista nominal de cada municipio se obtuvo del INE.

La relación de la participación electoral con los gastos de campaña se plasma en la gráfica 10; en ella se muestra que el aumento de la participación electoral influye en las decisiones de gasto de los candidatos en un sentido positivo, no obstante, la correlación es baja, pero significativa estadísticamente. Como se mencionó anteriormente, si el dinero que se gasta para convencer a los votantes sobre cómo deben votar aumenta, la participación electoral también debería hacerlo. Ahora bien, si la reacción de los ciudadanos sobre un mayor gasto los incentiva a participar en los comicios, esto puede tener un impacto en la misma dirección sobre el gasto de los candidatos y/o partidos en las próximas elecciones<sup>14</sup>.

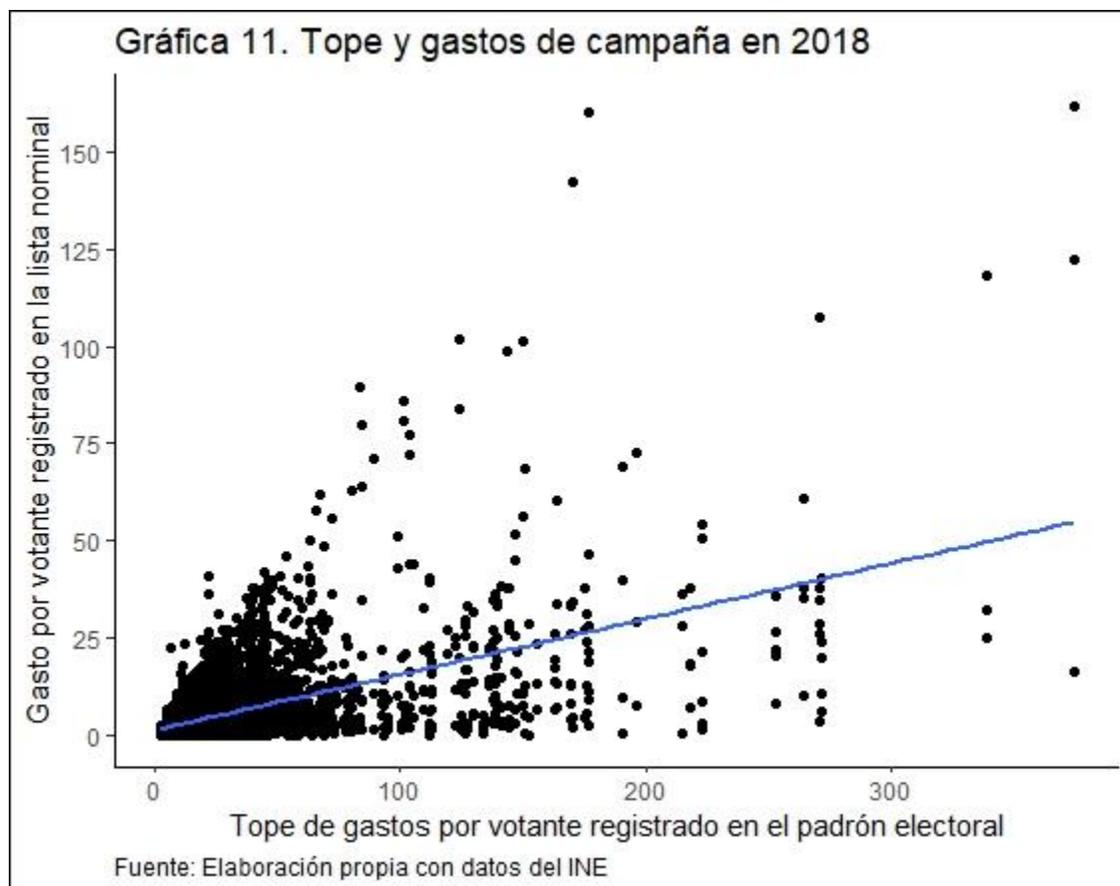
---

<sup>14</sup> El presente trabajo tiene una limitante en cuanto al análisis histórico de las variables consideradas, debido a la disponibilidad y especificidad de la información que proporciona el INE respecto a las elecciones locales, por lo que comparativa temporal de los gastos de campaña a nivel municipal con respecto a otras variables se encuentra fuera del alcance del estudio.



### 3.3.3 Tope de gastos de campaña

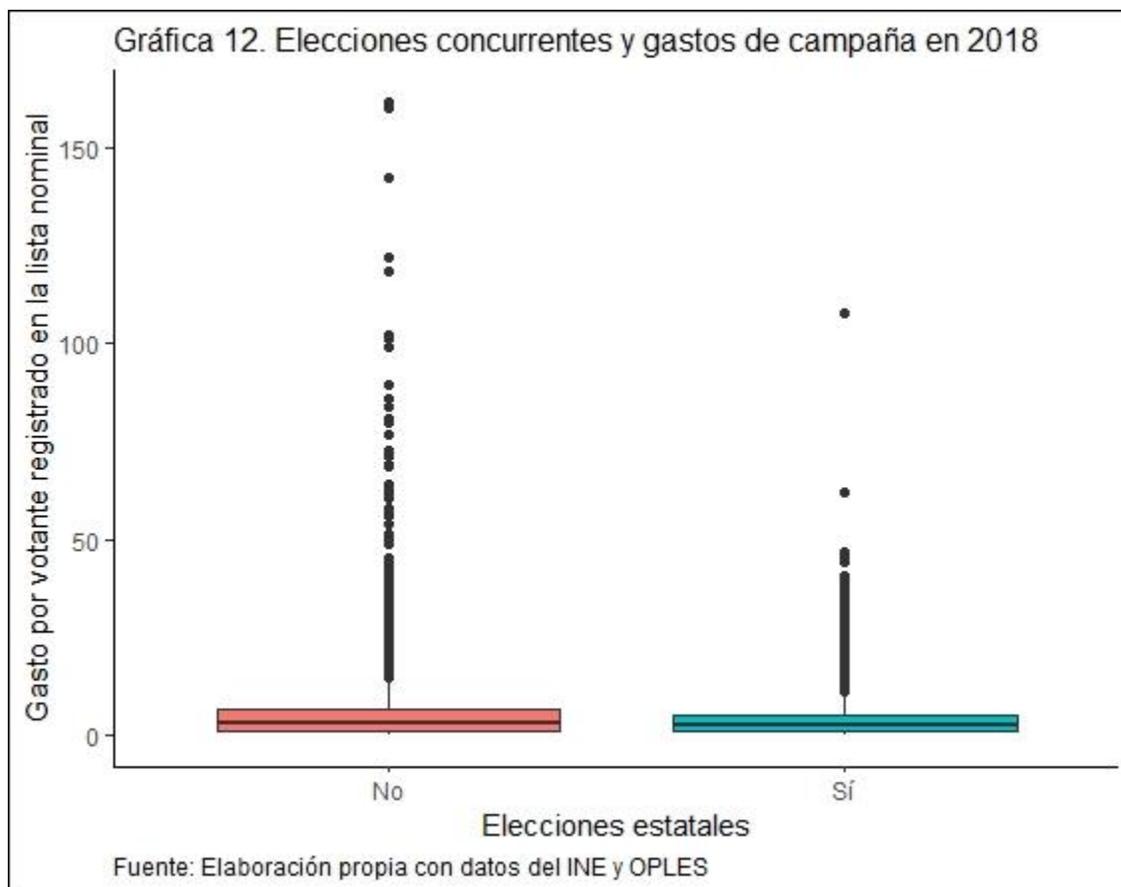
Otra variable político-electoral que se considera es el tope de gastos de campaña, el cual establece la cantidad máxima que un candidato puede gastar. En la gráfica 11 se muestra que la flexibilización de los límites de gasto tiene un efecto positivo en las decisiones de gasto, sin embargo, estas no responden en la misma proporción al aumento de dichos límites, lo que puede indicar que existen otros factores que tienen un mayor impacto en los gastos de los candidatos. Como ya se ha señalado, los OPLES generan el cálculo del límite de gasto de acuerdo con la legislación local vigente, por lo que los criterios son diversos y representa un alto grado de complejidad realizar comparaciones objetivas sobre el nivel adecuado de gasto en el que deberían incurrir los candidatos, por lo que, después de estandarizar la variable, a través de un cociente entre el tope de gastos de campaña y el padrón electoral, se propone categorizar a la variable distribuyendo los datos en cuartiles y se establecen los siguientes niveles de gasto: 1) tope de gastos bajo, 2) tope de gastos medio bajo, 3) tope de gastos medio alto y, 4) tope de gastos alto.



### 3.3.4 Elecciones concurrentes

La concurrencia de elecciones es un factor político-electoral que también influye en la capacidad de gasto de los candidatos debido a que las estrategias políticas de los partidos asignan el presupuesto del que dispondrán sus candidatos en las diferentes elecciones que se lleven a cabo, tomando en cuenta diversos escenarios de la competencia entre el resto de los candidatos, así, podemos encontrar elecciones en donde el presupuesto es comparable con el límite de gastos establecido para una elección, y en otras, el gasto puede ser bastante menor a dicho punto de referencia. El prorrateo, por otra parte, funciona como herramienta para reducir costos cuando existen campañas que benefician a más de un candidato. Para capturar la incidencia de la simultaneidad de las elecciones en el gasto de los candidatos a nivel municipal, se estableció una variable binaria en donde el valor 1 indica la presencia de elecciones a nivel estatal, 0 en caso contrario. La información sobre las elecciones a gobernador se obtuvo de los OPLES. La gráfica

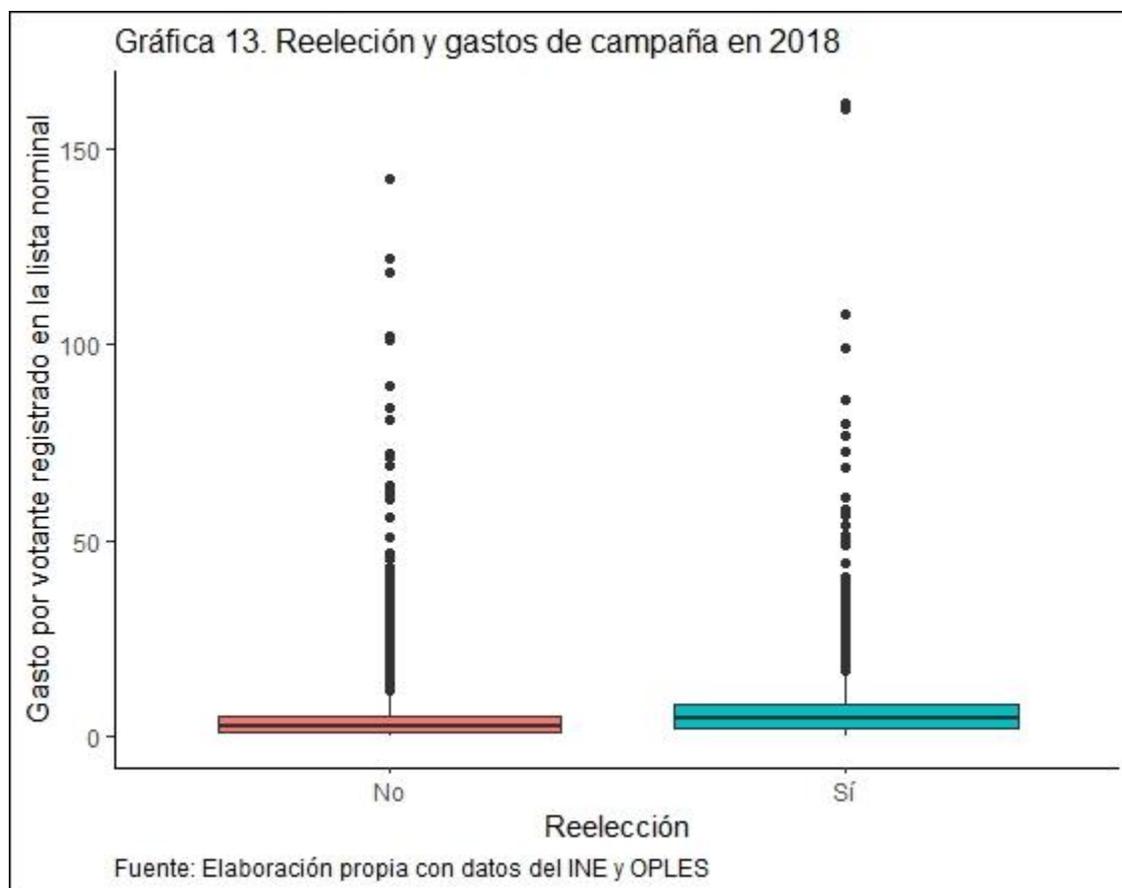
12 muestra que la presencia de elecciones estatales tuvo un efecto negativo en cuanto a los gastos de campaña de los candidatos. El índice de correlación de Pearson es bajo, pero significativo, por lo que la concurrencia de elecciones disminuye el gasto en las candidaturas municipales. Debido a que los presupuestos de campaña asignados para cada una de las candidaturas son discutidos y designados por los partidos políticos, existe la posibilidad de que la disponibilidad de recursos sea mayor en las elecciones estatales que en las elecciones municipales por la relevancia de la primera.



### 3.3.5 Reelección

La posibilidad de reelección de los candidatos y/o partidos nos permite determinar al incumbente y a los retadores. A través de los resultados de las elecciones municipales previas obtenidos de los OPLES, se generó una variable binaria para identificar con el valor de 1 al incumbente y 0 para determinar a los retadores. Como se ha señalado, existen ciertas ventajas asociadas a la posición de los participantes en los procesos electorales; en el caso de los incumbentes, las prácticas

clientelares forman parte de las ventajas que los candidatos y partidos políticos como producto de sus victorias electorales pasadas, las cuales son consideradas como instrumentos para atraer y promover el voto (Hernández Muñoz, 2008), es decir, una mayor ventaja de gasto que no se contempla dentro de los gastos asociados a sus campañas. Haber ganado las elecciones inmediatas anteriores también genera ventajas respecto al porcentaje al financiamiento que se asigna a los partidos políticos para los gastos de campaña, ya que el financiamiento público, preponderante en la normativa electoral mexicana, se asigna tomando en cuenta dos criterios: una parte se distribuye con base a los resultados electorales previos y la otra parte se distribuye de manera equitativa entre todos los participantes, generando así un mayor poder de gasto de parte de los incumbentes. En la gráfica 13 se observa que el gasto aumenta cuando los candidatos buscan la reelección. Esta primera aproximación nos permite inferir que las ventajas con las que cuentan los incumbentes, en términos monetarios, son aprovechadas para aumentar sus posibilidades de ganar.

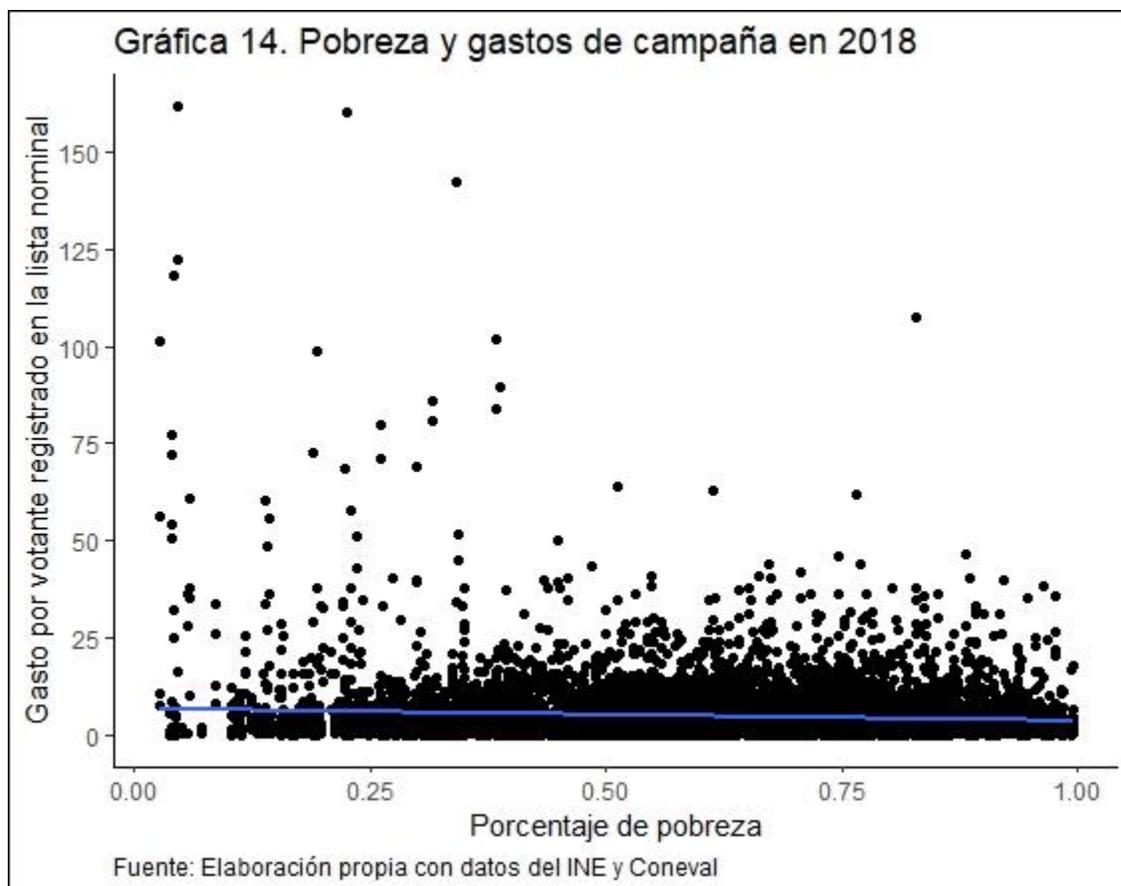


### 3.3.6 Pobreza

Los factores socioeconómicos se han utilizado como una herramienta para explicar el cambio en la competitividad electoral a nivel federal y local (Méndez de Hoyos, 2006), sin embargo, también se asocian al gasto de los candidatos, ya que, por ejemplo, “la desigualdad en la distribución del ingreso y del consumo obliga a cualquier estrategia electoral a fijar su atención en los segmentos socioeconómicos menos favorecidos, dado que representan la mayoría de electores en cada uno de los países” (González Molina, 2000, p. 102), por lo tanto, los recursos de campaña se utilizarán para llegar a dichos segmentos. Los candidatos que buscan la reelección también pueden concentrar los recursos que su posición les confiere en actividades que atienden a las demandas de grupos que se encuentran, por ejemplo, en condiciones de precariedad o marginación, y cuya atención es necesaria si se quiere ascender social o políticamente (Hernández Muñoz, 2008). Para capturar la relación entre el gasto y los factores socioeconómicos se incluye la variable pobreza<sup>15</sup>, la cual representa el porcentaje de la población a nivel municipal que se encuentra en situación de pobreza. Debido a que los datos sólo se encuentran de manera quinquenal, se utilizó la información generada por el CONEVAL para el año 2015. La relación que se muestra entre la pobreza y los gastos de campaña a nivel municipal en la gráfica 14 es inversa, por lo que un aumento de la pobreza municipal, en términos de su población, disminuye los gastos de campaña. Esta relación es contraria a la que se esperaba y podría estar asociada a la poca rentabilidad que se puede obtener de un municipio pobre. Un ejemplo de lo anterior puede ser la cantidad de ingresos municipales disponibles con los que contará el candidato ganador para llevar a cabo actividades clientelares.

---

<sup>15</sup> De acuerdo con el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) (2014) la pobreza multidimensional, o pobreza, se define como una situación en la cual una persona “no tiene garantizado el ejercicio de al menos uno de sus derechos para el desarrollo social, y si sus ingresos son insuficientes para adquirir los bienes y servicios que requiere para satisfacer sus necesidades” (CONEVAL, 2014, p. 37)



La tabla 6 muestra una matriz de correlaciones entre las variables analizadas anteriormente. Como primer acercamiento al modelo que se plantea en el siguiente apartado, hay evidencia de la relación entre las variables explicativas, lo que nos acerca a una condición de multicolinealidad. Las relaciones que se estudiaron previamente son significativas al 95% y nos proporcionan una idea sobre la orientación de las relaciones bajo el escenario de regresiones múltiples.

Una vez definidas las características de las variables que se incluyen en el modelo, en el siguiente apartado se formaliza el modelo que se pretende estimar por diferentes métodos econométricos para determinar el impacto de las variables en el gasto de los candidatos a las distintas presidencias municipales del 2018.

Tabla 6. Matriz de correlaciones

Variables	Gastos de campaña	Tope de gastos	Participación electoral	Margen de victoria	Pobreza	Reelección	Elecciones concurrentes
Gastos de campaña	1						
Tope de gastos	0.5***	1					
Participación electoral	0.23***	0.28***	1				
Margen de victoria	-0.19***	0.02	0.03***	1			
Pobreza	-0.05***	-0.04***	0.4***	-0.02	1		
Reelección	0.1***	0.04***	0.03***	-0.18***	0.04***	1	
Elecciones concurrentes	-0.06***	0	0.2***	-0.03***	0.23***	0	1

Nota: \*p < 0.05, \*\*p < 0.01, \*\*\*p < 0.001.

### 3.4 Planteamiento del modelo

Para calcular el impacto de la competitividad en el gasto de los candidatos durante las elecciones municipales de los estados analizados el modelo que se estima tiene la siguiente forma:

$$G_{ij} = \alpha + \beta_1 Mv_{ij} + \beta_2 Z + \varepsilon$$

Donde la variable dependiente  $G_{ij}$  es el gasto per cápita<sup>16</sup> en el que incurrió el candidato  $i$  que perdió la elección en el municipio  $j$ ;  $Mv_{ij}$  es el margen de victoria del candidato ganador respecto al candidato  $i$  en el municipio  $j$ ;  $Z$  es un vector de variables de control que captura condiciones político-electorales y socioeconómicas que se consideran relevantes en la variación del gasto en las campañas electorales;  $\beta_2$  es un vector de coeficientes y,  $\varepsilon$  representa el término de error.

Al desarrollar el componente  $\beta_2 Z$ , el cual nos permite evitar un posible sesgo por variables omitidas, obtenemos la siguiente ecuación.

$$G_{ij} = \alpha + \beta_1 Mv_{ij} + \beta_2 Pe_j + \beta_3 Tg_j + \beta_4 Ec_j + \beta_5 Re_j + \beta_6 Pob_j + \varepsilon$$

<sup>16</sup> El gasto total de los candidatos, que contempla lo reportado por los partidos políticos y los auditados por la UTF, se dividió entre el número de electores que se encuentran en la lista nominal.

Donde la variable  $Pe_j$  señala el porcentaje de participación en el municipio  $j$ ;  $Tg_j$  se refiere a al tope de gastos de campaña en el municipio  $j$ ;  $Ec_j$  representa la existencia de elecciones concurrentes en el municipio  $j$ ;  $Re_j$  identifica al candidato o partido que busca la reelección en el municipio  $j$ , así como a los retadores, y  $Pob_j$  señala el porcentaje de población en situación de pobreza en el municipio  $j$ .

El nivel de competitividad de los candidatos puede ser un factor decisivo en las decisiones de gasto. Cuando la competencia es reñida y no hay claridad de quién ganará las elecciones, se generan incentivos de gasto adicional. Payne (1991) señala que uno de los elementos recurrentes en las diversas variantes de la teoría electoral del gasto es la hipótesis de la inseguridad del legislador. Esta hipótesis señala que la competencia electoral y el miedo a la derrota electoral obligan al legislador a aprobar un mayor gasto de que consideran deseable. Se espera que la correlación entre el margen de victoria y el gasto de los candidatos sea inversa, ya que los candidatos no aumentarán el gasto si los resultados electorales permiten diferenciar a un claro ganador. En otras palabras, la falta de competitividad en una elección desincentiva el gasto de los candidatos porque consideran que el dinero es poco productivo, en cambio, consideran que representa un elemento diferenciador en condiciones en que el margen de victoria es más estrecho.

El nivel de participación electoral puede influir en las decisiones de gasto de los candidatos debido a que representa una posibilidad de obtener una mayor cantidad de votos que pueden orientar el resultado a favor de un candidato. El ejercicio de atracción de votos representa un costo cada vez mayor que los candidatos asumen cuando la participación electoral aumenta, por lo que se espera una relación directa.

El tope de gastos de campaña funciona como un inhibidor del gasto y permite establecer mejores condiciones de competencia en los procesos electorales. Bajo el supuesto de que se gasta hasta el límite permitido, un tope más restrictivo reduce el gasto, mientras que los topes de gasto más flexibles aumentan el gasto. Aunque las decisiones de gasto se basan en el contexto que predomina en las elecciones, se espera que la relación sea directa.

Las elecciones concurrentes a nivel local generan una mayor participación ciudadana y con ello un aumento en la votación (Martínez López et al., 2020). De acuerdo con Poiré (2005), los partidos pueden destinar más dinero en aquellos estados en donde se llevarán a cabo elecciones a gobernador. Bajo esta premisa se espera que el gasto en los municipios sea mayor cuando hay concurrencia de elecciones a nivel estatal.

La clasificación de los candidatos, entre aquel que busca la reelección y el resto de los candidatos, nos permite determinar la orientación de su correlación con los gastos de campaña. El análisis de la productividad del gasto entre los candidatos y su impacto en los votos obtenidos es un tema que se debate continuamente debido al contraste de ideas sobre quién tiene mayor efectividad en el gasto. Bajo el argumento de que el candidato retador es más efectivo en el gasto (Jacobson, 1978, 1985, 1990), el coeficiente de la variable binaria debería ser negativo, ya que un gasto mayor por parte del incumbente no presenta mayor rendimiento en cuanto a los votos obtenidos, por lo que se espera que el gasto sea menor respecto al resto de los candidatos. Por otro lado, al considerar el argumento de que la productividad de ambos es similar, y tomando en cuenta que el incumbente tiene ventajas asociadas a su carácter de funcionario público (Green & Krasno, 1988), la relación tendría que ser positiva, es decir, el gasto del candidato y/o partido que busca ser reelegido puede gastar una mayor cantidad de dinero debido a las ventajas que su puesto le confiere.

La pobreza que experimenta un municipio representa una oportunidad de gasto que el incumbente aprovecha para llevar a cabo actividades de obras y servicios públicos, las cuales pueden impactar en las decisiones de los electores. Por las características de los municipios con mayor marginación, las estrategias de campaña pueden resultar más costosas debido a que la democratización de la publicidad electoral es más compleja, en cambio, en los municipios con menor porcentaje de la población en situación de pobreza, reflejo de municipios con un mayor grado de desarrollo, tienen mayor acceso a la información, lo que influye en los costos asociados a la publicidad electoral. Se espera que la relación entre las variables sea en el mismo sentido, es decir, cuando aumenta la población en situación de pobreza en un municipio el gasto de los candidatos también aumentará.

La tabla 7 muestra un resumen estadístico sobre las variables que se contemplan en el modelo, tomando en cuenta a todos los candidatos. Por la naturaleza de los datos podemos observar que la diferencia entre la media y la mediana es notable en variables como el gasto y el tope de gastos de campaña, además, el valor de la desviación estándar de cada variable nos permite inferir la forma en la que se distribuyen los datos. La heterogeneidad de los municipios se plasma en la distribución de los datos de gastos de los candidatos y en los límites de gasto.

<b>Tabla 7. Estadísticas de las variables del modelo*</b>				
Variable	Mediana	Media	Valor máximo	Desviación estándar
Gasto per cápita	\$2.72	\$4.82	\$161.79	\$7.47
Margen de victoria	24.14%	23.64%	83.40%	17.69%
Participación electoral	69.36%	69.28%	95.41%	9.96%
Tope de gastos	\$19.30	\$24.54	\$374.71	\$27.32
Pobreza	63.13%	61.33%	99.60%	20.61%
Variables binarias con valor 1				
	Porcentaje		Número	
Reelección	24.27%		2283	
Elecciones concurrentes	25%		8	
*El tamaño de muestra de la variable pobreza fue de 9330. Para el resto de las variables se consideró una n = 9407. Los valores estadísticos se redondearon a dos dígitos				

### 3.5 Estimación del modelo

Para comprobar la hipótesis que sustenta este trabajo se estiman una serie de modelos tomando en cuenta los resultados electorales de los candidatos. El primer conjunto de modelos se estima únicamente para los candidatos que tuvieron el segundo mejor desempeño en los resultados electorales, con el objetivo de observar el comportamiento del gasto de los principales rivales de los candidatos ganadores, es decir, los más competitivos. Posteriormente, se estima un segundo conjunto de modelos considerando a todos los candidatos que perdieron la elección, con lo cual se pretende observar el efecto de la competitividad global de una elección en el gasto de los candidatos que compiten en ella.

#### 3.5.1 Estimación del gasto del segundo lugar

El comportamiento del gasto de los candidatos que obtuvieron el segundo puesto en las elecciones de sus respectivos municipios se puede observar en la tabla 8. Las primeras tres columnas expresan los resultados de modelos de regresión estimados por Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO). El segundo modelo se construyó tomando en cuenta variables político-electorales y el tercer modelo incluye una variable que captura factores socioeconómicos, como lo es la pobreza. Los coeficientes de modelo 3 son significativos al 95%, con excepción de la variable reelección, la cual no es significativa. Esta variable también presenta una relación contraria a la esperada.

El problema de los modelos 2 y 3 es que no cumplen con los supuestos de normalidad y heterocedasticidad, y aunque se encuentra un problema de multicolinealidad entre las variables, estas no se descartan debido a que incluso con una multicolinealidad elevada los estimadores de MCO seguirán siendo los mejores estimadores lineales e insesgados (Gujarati, 2010). El problema de heterocedasticidad y normalidad están asociados a las características estructurales de los municipios que forman parte de la muestra. Para atender el problema de la heterocedasticidad se generan dos modelos de regresión robusta, también conocidos como Modelos Lineales Robustos (MLR), los cuales toman en cuenta estimadores de máxima verosimilitud.

En la columna 4 y 5 se muestran dos modelos con estimador M propuesto por Huber (1973), el cual es eficiente en la variable dependiente, sin embargo, no lo es con la presencia de valores atípicos en las variables exógenas ya que su punto de ruptura es cero, es decir, que la fracción máxima de valores atípicos que puede contener una muestra sin que presente problemas en los residuales es nula. Las columnas 6 y 7 muestran dos modelos que utilizan el tipo de estimador MM propuesto por Yohai (1987), el cual es un tipo especial del estimador de Huber que es menos sensible a valores atípicos tanto en la variable dependiente como en las variables exógenas, puesto que su punto de ruptura es 0.5, por lo tanto, el modelo es más estable y presenta un mayor nivel de confianza en las estimaciones. Dentro del conjunto de modelos estimados podemos observar la variación de los coeficientes luego de aplicar las diversas técnicas de regresión bajo la condición de observaciones atípicas. La influencia de los valores atípicos se puede observar al comparar los modelos 2 y 3 con los modelos 4 y 5. La comparación entre los modelos robustos también refleja la estabilidad de variables entre los modelos, así como los cambios que se originan al controlar la sensibilidad de las variables independientes.

<b>Tabla 8. Regresiones por MCO y Robustos sobre el efecto de la competitividad</b>							
La variable dependiente para todas las estimaciones es el gasto per cápita de los candidatos							
Variable independiente	MCO			MLR			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Constante	7.7355*** (0.3675)	-3.977340** (1.448203)	-3.100318* (1.430605)	0.0493 (0.6941)	0.3399 (0.6818)	1.2083 (0.6389)	1.3599* (0.6288)
Margen de victoria	-4.4447* (2.1819)	-5.576241** (1.776209)	-5.831712*** (1.752578)	-2.8984*** (0.8513)	-2.9173*** (0.8352)	-2.4436*** (0.7836)	-2.5114*** (0.7703)
Participación electoral	-	11.859150*** (2.089484)	17.690169*** (2.207209)	4.7584*** (1.0015)	8.6412*** (1.0519)	3.3586*** (0.9218)	6.5707*** (0.9702)
Tope de gastos	-	0.165062*** (0.006588)	0.154826*** (0.006684)	0.1280*** (0.0032)	0.1243*** (0.0032)	0.0891*** (0.0029)	0.0991*** (0.0029)
Reelección	-	0.386758 (0.419173)	0.577458 (0.414361)	0.5261* (0.2009)	0.6307*** (0.1975)	0.5687*** (0.1849)	0.6368*** (0.1821)
Elecciones concurrentes	-	-2.601556*** (0.416949)	-2.150079*** (0.415152)	-1.4220*** (0.1998)	-1.2944*** (0.1978)	-1.1377*** (0.1839)	-1.0828*** (0.1825)
Pobreza	-	-	-8.008981*** (1.046354)	-	-4.8024*** (0.4987)	-	-4.1005*** (0.4599)
Observaciones	1597	1597	1583	1597	1583	1597	1583
R	0.002595	0.3509	0.3768				

Nota: \*p < 0.05, \*\*p < 0.01, \*\*\*p < 0.001. Los errores estándar se encuentran entre paréntesis

Los modelos estimados muestran que el coeficiente de la variable que mide la competitividad es estadísticamente significativo y su relación con el gasto de los candidatos es inversa. El modelo 7 muestra que cuando el margen de victoria aumenta en un punto porcentual, es decir, existe menos competitividad en las contiendas, el gasto per cápita en el que incurren los candidatos disminuye en \$2.51 pesos. Si el margen de victoria aumenta, un mayor nivel de gasto no es productivo en cuanto al fin último del gasto en las campañas electorales: obtener una mayor cantidad de votos. En otras palabras, las decisiones de los candidatos también toman en cuenta sus posibilidades de ganar una elección. En escenarios de mayor incertidumbre, en donde no hay claridad respecto a quién ganará la elección, porque el margen de victoria es reducido, el gasto aumenta.

El coeficiente de la participación electoral es el valor que más variaciones presenta entre los modelos. Al comparar el modelo 2 con los modelos robustos 4 y 6, podemos contrastar el efecto de los métodos de estimación. Si consideramos sólo los modelos robustos, el gasto asociado a la variable también presenta un cambio importante luego de agregar el factor socioeconómico. El modelo 7 muestra que el gasto de los candidatos aumenta en \$6.58 pesos por candidato cuando el porcentaje de participación electoral aumenta, esto se puede explicar porque el voto de los electores va perdiendo injerencia en el resultado, es decir, su participación no es determinista cuando la ciudadanía que ejerce su voto aumenta, por tal motivo, los candidatos deben redoblar esfuerzos para atraer una mayor cantidad de votos que les permitan ser más competitivos en la contienda.

El tope de gastos de campaña en todos los modelos presenta un nivel de confianza del 95% y el signo es el esperado, sin embargo, los modelos estimados por MCO presentan coeficientes sobreestimados debido a la heterogeneidad de los datos. Cuando corregimos el problema de la heterocedasticidad observamos que los modelos robustos presentan mayor estabilidad entre los modelos. Las estimaciones indican que cuando la normativa se vuelve más flexible se genera una expectativa de gasto mayor por parte de los candidatos. De acuerdo con la categorización de la variable, cuando el tope de gastos de campaña es bajo, el gasto de los candidatos aumenta en aproximadamente \$0.10 pesos, en cambio, cuando el límite es alto, el gasto es de \$0.40 pesos. Lo anterior indica una relación positiva, aunque el coeficiente estimado muestra un cambio marginal, por lo que la normativa parece tener poca injerencia en las decisiones de los candidatos, incluso su impacto es menor al resto de las

variables que se consideraron en el modelo. Este aumento marginal sobre los cambios en el nivel del tope de gastos nos permite identificar un área de oportunidad en cuanto a la legislación sobre los límites del gasto en un sentido positivo, ya que existen condiciones para reducir los toques de gastos de campaña, y con ello una eventual disminución del costo de las campañas electorales. Dentro de la muestra analizada, el 56% de los candidatos mantuvieron un gasto total menor al 30% respecto al tope de gastos de campaña establecido por la legislación local.

El coeficiente de la variable reelección muestra un signo positivo en todos los modelos, sin embargo, en las estimaciones por MCO la variable no fue significativa, lo es, en cambio, bajo métodos robustos; esto nos permite argumentar que aquellos candidatos que no ganaron la elección, pero que tenían presencia en el gobierno anterior, ya sea como presidentes municipales o porque el partido gobernaba dicho municipio, aumentaron los gastos de campaña con el objetivo de obtener más votos, no obstante, no fueron los suficientes para ganar las elecciones. De acuerdo con el valor del coeficiente del modelo 7, los incumbentes aumentaron su gasto en \$0.64 pesos adicionales al gasto de aquellos candidatos catalogados como retadores. Las ventajas que la posición de incumbente proporciona a los candidatos que buscan la reelección puede explicar, en parte, un cambio en el gasto per cápita relativamente bajo, ya que, por ejemplo, el titular puede incurrir en gastos que se contabilizan como parte del gasto de gobierno pero que tiene fines electorales.

La variable que captura la concurrencia de las elecciones muestra coeficientes que dejan ver el impacto de los datos atípicos presentes en la muestra seleccionada. El signo negativo indica que hay una disminución del gasto en los municipios en donde se celebran elecciones concurrentes. Esto contradice la idea de un aumento de los gastos de campaña en elecciones simultáneas en un estado. Un argumento que puede explicar la relación inversa es que el presupuesto de gastos que se determinaron para las elecciones municipales no siguió con la lógica de gastos asignados a la elección estatal, es decir, se consideró un presupuesto menor al gasto permitido por la normativa a nivel municipal. Aunque no se estima la influencia del prorrateo en los niveles de gasto, podemos considerar que por su carácter distributivo, este puede reducir los gastos de campaña de aquellas elecciones que se benefician de actos de propaganda colectivos... El coeficiente del modelo 7 señala que, si hay

elecciones a nivel estatal, el gasto por elector en que incurren los candidatos municipales disminuye en \$1.08 pesos.

El porcentaje de pobreza a nivel municipal se relaciona con el gasto de los candidatos de manera inversa, contrario a lo señalado teóricamente. El coeficiente estimado en el modelo 7 muestra un importante impacto de la pobreza en las decisiones de gasto de los candidatos. El gasto por elector disminuye aproximadamente en \$4.10 pesos por cada punto porcentual en que se acentúa la pobreza en un municipio. Una de las posibles explicaciones se orienta a la importancia que los partidos políticos le pueden otorgar a los municipios pobres dependiendo de las ventajas que estos pueden representar. El ingreso municipal puede ser un incentivo para aumentar o disminuir el gasto en los municipios pobres<sup>17</sup>, así como el tamaño de la población<sup>18</sup>. Los candidatos que terminaron en el segundo puesto en las elecciones de 2018 disminuyeron el gasto per cápita en las campañas electorales en los municipios con mayor porcentaje de la población en situación de pobreza.

Dentro del conjunto de modelos estimados para buscar la validez de la hipótesis sobre el impacto de la competitividad en los gastos de campaña, podemos inferir, con base en los resultados, que la competitividad también es un factor que se toma en cuenta para determinar el gasto de los candidatos que se encuentran más cercanos a ganar las elecciones municipales. La reducción del margen de victoria entre el primero y el segundo lugar incentiva el gasto de los candidatos que se encuentran en la segunda posición, en cambio, cuando las preferencias de los electores se inclinan de manera importante hacia un candidato, dejando rezagado al segundo mejor candidato, este último, en conjunto con el partido en el que milita, tienen incentivos para no incurrir en los denominados costos hundidos, tomando en cuenta que es un costo de oportunidad que no se está dispuesto a asumir por la complejidad que resulta influir en las decisiones de los electores, que no sólo se asocia a los gastos de campaña.

El resto de las variables del modelo también son determinantes del gasto de los candidatos en el sentido esperado, con excepción de la variable reelección y la situación de

---

<sup>17</sup> Los ingresos municipales pueden representar una ventaja futura en caso de ganar las elecciones; el uso clientelar de los recursos públicos puede influir en los resultados de las próximas elecciones, tanto a nivel municipal como a nivel estatal.

<sup>18</sup> Un municipio puede ser muy pobre, pero a su vez tener una gran cantidad de ciudadanos con derecho a votar, en ese caso el gasto podría aumentar; de manera inversa, un municipio pobre con poca población con posibilidades de votar puede generar un menor interés por ganar las elecciones, afectando así el gasto per cápita en sentido negativo.

pobreza a nivel municipal, las cuales muestran una relación inversa a la esperada. Los Modelos robustos permiten tener más certeza sobre los coeficientes estimados, especialmente el modelo estimado por el método de Yohai, por lo que podemos dar certeza del comportamiento de los candidatos con mayor nivel competitivo en cuanto al comportamiento del gasto de campaña en las elecciones municipales de 2018.

En el siguiente apartado se estima otro conjunto de modelos tomando en cuenta a todos los competidores que perdieron las elecciones municipales, con el objetivo poner a prueba la hipótesis bajo un sistema de multipartidista, en el que se pueden observar procesos competitivos entre dos o más candidatos, con ello se pretende determinar si la competitividad general de una elección determina el gasto de todos los candidatos que perdieron, o bien la hipótesis sólo se sostiene con los candidatos más competitivos.

### **3.5.2 Estimación del gasto de todos los candidatos**

Para tener una perspectiva más general sobre el comportamiento del gasto en un sistema multipartidista se han agregado a la muestra utilizada en el apartado anterior el resto de los datos de los candidatos que participaron en cada una de las elecciones municipales del 2018, y se estimaron los nuevos coeficientes que se muestran en la tabla 9. El proceso de estimación de los modelos es similar al que se llevó a cabo con los candidatos que quedaron en segundo lugar; así, se estimaron tres modelos bajo el método de MCO y cuatro modelos estimados por el método MLR, de los cuales se explica el séptimo modelo, el cual presenta los coeficientes y los errores estándar más confiables.

Nuevamente podemos observar que los coeficientes estimados para la variable que mide la competencia es significativa en todos los modelos y la relación es inversa respecto al gasto, por lo que se acepta la hipótesis planteada en este documento, sin embargo, el aumento del margen de victoria tiene un impacto mayor en el gasto per cápita de los candidatos cuando se consideran a todos los contendientes, que cuando se toman en cuenta sólo a los candidatos que obtuvieron el segundo lugar. El resultado es el reflejo de la valoración que se hace sobre las posibilidades de ganar; bajo ese criterio, y manteniendo el resto de las variables constantes, el gasto per cápita en el que incurren los candidatos va disminuyendo en \$5.0 pesos aproximadamente por cada punto porcentual en que aumenta el margen de victoria. El coeficiente es mayor en estos modelos porque la muestra seleccionada

incluye a los candidatos menos competitivos en las elecciones municipales, es decir, aquellos con menores posibilidades de ganar una elección. Lo anterior nos indica que la competitividad se convierte en el factor más relevante, dentro del conjunto de modelos estimados, en las decisiones de gasto no sólo de aquellos que obtuvieron el segundo lugar, sino del resto de candidatos que perdieron las elecciones, La estimación de estos modelos nos ayuda a identificar que el gasto disminuye en mayor proporción a medida que las posibilidades de ganar son menores.

La participación electoral es la segunda variable más relevante dentro de los modelos estimados para todos los candidatos, además de ser significativa al 95% y presentar una relación positiva con el gasto per cápita. Tomando en cuenta los coeficientes del modelo 7, los cuales son los más confiables, podemos señalar que el aumento en una unidad porcentual de la participación electoral aumenta el gasto por elector en \$4 pesos aproximadamente. La comparación entre los modelos que se estimaron con diferentes tamaños de muestra señala que el aumento de la participación electoral genera mayores incentivos de gasto para los candidatos que se encuentran en el segundo lugar, que para el conjunto de participantes de una elección en particular.

El tope de gastos fue la variable que menos poder explicativo tiene sobre el gasto de los candidatos en las elecciones municipales de 2018 cuando se consideran a todos los participantes que perdieron las elecciones, ya que el gasto per cápita aumenta en \$0.037 pesos cuando el tope de gastos es bajo, y cuando es alto aumenta en apenas \$0.15 pesos aproximadamente. De la muestra analizada, el 76% de los candidatos tuvieron un gasto total menor al 30% del tope de gastos establecidos de manera local. Las posibilidades de un rebase de los límites de gasto parecen ser un escenario poco probable. Nuevamente podemos observar que el impacto marginal de la limitación del gasto y los bajos niveles de gasto de los candidatos, generan una posibilidad de reducir los costos de las campañas electorales estableciendo una normativa más restrictiva en materia de gastos. Comparativamente, los modelos estimados sólo para los candidatos que terminaron en segundo lugar tiene un coeficiente mayor, no obstante, su impacto también es reducido.

Con un tamaño de muestra en el que se consideran a una mayor cantidad de incumbentes que buscan la reelección, pero que terminaron no sólo en el segundo lugar sino en una posición incluso menor, podemos observar que aumentaron el gasto por ciudadano

con posibilidades de votar en \$0.80 pesos, un monto mayor al que incurrieron solamente los candidatos que quedaron en segundo lugar el cual fue de \$0.64 pesos. Aunque las ventajas de los titulares pueden no contabilizarse dentro del sistema de fiscalización, los gastos de campaña en el que incurren también son mayores respecto al resto de los candidatos, lo que significa que tratan de emplear todos los medios posibles para aumentar sus posibilidades de ganar una elección.

La existencia de elecciones concurrentes a nivel estatal presenta un impacto negativo en las decisiones de gasto de todos los candidatos, ya que lo reducen en \$0.44 pesos por cada ciudadano con posibilidades de votar. En este caso, podemos darnos cuenta de que los candidatos y partidos con menos posibilidad de ganar las elecciones a nivel municipal disminuyen los gastos en una proporción menor a los candidatos que se encuentran en segundo lugar. Una posible explicación puede ser que el partido político en el que milita el candidato que se encuentra en segunda posición también tenga posibilidades de ganar la elección estatal, en ese sentido, la asignación de presupuesto puede ser mayor para las elecciones estatales en detrimento del presupuesto de las elecciones municipales; al replicar dicho argumento al resto de los candidato y partidos, podemos esperar un comportamiento similar, sin embargo, dada las pocas posibilidades de ganar una elección por parte de estos candidatos y partidos a nivel estatal, un gasto igual o mayor al realizado por los candidatos que se encuentran en el segundo lugar, representaría asumir costos que generan menos rendimientos en términos de votos, por tal motivo, el gasto de estos candidatos muestra una preferencia por las elecciones estatales pero disminuye el gasto en menor proporción respecto a los candidatos que se encuentran en segundo lugar.

El porcentaje de la población en situación de pobreza es una variable que afecta al gasto en sentido inverso. Cuando hay un aumento de un punto porcentual de las personas en situación de pobreza, el gasto disminuye en \$0.47 pesos aproximadamente. Los coeficientes estimados para esta variable son menores a los obtenidos en el apartado anterior, esto nos indica que los municipios con un mayor porcentaje de su población en situación de pobreza son menos valorados por los candidatos más competitivos que por el resto de los competidores.

<b>Tabla 9. Regresiones por MCO y Robustos sobre el efecto de la competitividad</b>							
La variable dependiente para todas las estimaciones es el gasto per cápita de los candidatos							
Variable independiente	MCO			MLR			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Constante	6.5106*** (0.1538)	-1.581310*** (0.460090)	-1.470681** (0.459349)	0.2171 (0.2224)	0.1668 (0.2228)	1.0480*** (0.1910)	1.0063*** 0.1912
Margen de victoria	-8.1153*** (0.4746)	-8.403769*** (0.411331)	-8.503664*** (0.411029)	-5.8726*** (0.1989)	-5.9349*** (0.1993)	-4.8517*** (0.1708)	-4.9053*** 0.1711
Participación electoral	-	8.358837*** (0.671948)	10.483443*** (0.731834)	4.4661*** (0.3249)	5.4985*** (0.3549)	3.2221*** (0.2790)	3.6936*** 0.3046
Tope de gastos	-	0.116018*** (0.002478)	0.114882*** (0.002522)	0.0759*** (0.0012)	0.0764*** (0.0012)	0.0360*** (0.0010)	0.0366*** 0.0010
Reelección	-	0.670688*** (0.157228)	0.740073*** (0.157331)	0.7434*** (0.0760)	0.7700*** (0.0763)	0.7522*** (0.0653)	0.7695*** 0.0655
Elecciones concurrentes	-	-1.178324*** (0.128573)	-0.993857*** (0.130017)	-0.6181*** (0.0622)	-0.5718*** (0.0631)	-0.4645*** (0.0534)	-0.4399*** 0.0541
Pobreza	-	-	-2.620901*** (0.340948)	-	-1.0845*** (0.1653)	-	-0.4630*** 0.141
Observaciones	7809	7809	7746	7809	7746	7809	7746
R	0.0361	0.303	0.3128				

Nota: \*p < 0.05, \*\*p < 0.01, \*\*\*p < 0.001. Los errores estándar se encuentran entre paréntesis

## Conclusiones

En términos generales, y de acuerdo con las estimaciones realizadas, los resultados muestran que el margen de victoria es la variable que más repercute en las decisiones de gastos de los candidatos que perdieron las elecciones en sus respectivos municipios. Cada vez que los candidatos o partidos son menos competitivos, las decisiones de gasto son más importantes porque no se pretende incurrir en gastos que generen poca rentabilidad; ambos modelos nos permiten observar dicho comportamiento y en el segundo conjunto de modelos aumenta el impacto de la competitividad en el gasto per cápita en el que incurren los candidatos. La participación electoral es la segunda variable más relevante en el modelo y tiene una relación lineal positiva, aunque con un impacto menor en comparación con los modelos estimados para los candidatos que obtuvieron el segundo puesto. El tope de gastos es la variable que menos impacto tiene en el gasto, por lo que nos permite analizar la posibilidad de cambiar los niveles en los topes de gastos de campaña, una acción compleja porque la normativa es una actividad exclusiva de la legislación local, sin embargo, hay condiciones para poder establecer topes de gastos cada vez más restrictivos. La búsqueda de la reelección también aumenta el gasto per cápita de los candidatos, aunque sólo podemos percibir lo referente a la campaña y no a los actos de gobierno con fines electorales. La concurrencia de las elecciones y el porcentaje de la población en situación de pobreza en los municipios tienen una correlación lineal negativa, algo que ya ocurría en el primer conjunto de modelos estimados en el apartado anterior, no obstante, su impacto es menor en los modelos considerando a todos los candidatos que perdieron las elecciones. En resumen, la hipótesis planteada se comprueba para los candidatos más competitivos, así como para los menos competitivos, y la diferencia en las decisiones de gasto obedece a sus posibilidades de ganar una elección.

## Conclusiones generales

La presente tesis tuvo como objetivo comprobar la hipótesis de que el nivel de competitividad de un candidato es un factor que se considera para determinar los gastos de campaña en el que se debe incurrir en el proceso electoral, así, cuando una elección es altamente competitiva entre dos o más candidatos, existen incentivos para aumentar los gastos, en particular, aquellos relacionados a la propaganda, principal herramienta con la cual se busca el apoyo de los electores. El recorrido de esta investigación toma como eje principal la importancia del dinero en las campañas electorales. Primero se analiza como instrumento para financiar las campañas electorales, posteriormente, como medio para persuadir a los votantes. Sobre los modelos de financiamiento estudiados, se considera que el modelo mixto que prioriza el financiamiento público sobre el privado es la mejor opción en términos de fiscalización y rendición de cuentas, y que hay factores, como los intereses personales, que incentivan las donaciones privadas, por ello se menciona la importancia de limitar el financiamiento privado y la prohibición de ciertas donaciones. Por el lado del gasto, se estudia su importancia en los resultados electorales, así como sus determinantes. Encontramos que no hay evidencia de una relación lineal entre los gastos de campaña y el éxito electoral; los factores que influyen en el gasto de los candidatos son la competitividad, los topes de gastos de campaña, la búsqueda de la reelección y la pobreza.

El análisis descriptivo que se realizó para diversas campañas electorales muestra que la relación inversa entre la competitividad y los gastos de campaña existe entre los candidatos menos exitosos, ya que también presentan un nivel bajo de gastos de campaña. Entre los candidatos que gastan más, la competitividad es heterogénea. Por ello, a través de una muestra más grande se puso a prueba la hipótesis que sustenta esta investigación. Los resultados revelaron que sí existe una relación inversa entre la competitividad y los gastos de campaña. Los gastos que realicen los candidatos dependerán, entre otros factores, de sus posibilidades de ganar una elección; si estos son poco competitivos no habrá incentivos para aumentar los gastos de campaña, en cambio, los habrá si el margen de victoria es lo suficientemente bajo como para poder ganar la elección, en ese escenario los gastos de campaña aumentarán. ¿Hasta qué punto aumentan los gastos de campaña? En principio hasta donde lo permitan los topes de gastos de campaña; ahora bien, si el costo de oportunidad de

violiar la ley es bajo, los candidatos asumirán las sanciones y el gasto podría aumentar en un poco menos del 5% adicional, ya que el candidato que rebase los topes de gastos de campaña en un 5% se sujetaran al sistema de nulidades de las elecciones. Un elemento importante que podemos rescatar del análisis econométrico es la relación del gasto con la normativa que lo limita. El gasto no aumenta en la misma proporción al aumento de los topes de gastos, es decir, los candidatos tienen gastos de campaña mucho menores a los límites establecidos por la normativa local. Aunque la limitante de esta investigación radica en que es un análisis de corte transversal, los resultados obtenidos muestran que existe una ventana de oportunidad para la reducción de los topes de gastos de campaña, la estimación del monto en que deberían reducirse no es objeto de este estudio. Un elemento no considerado por falta de información es el ingreso no fiscalizado, el cual se inserta en las campañas por debajo de la mesa por lo que no presenta trazabilidad. El principal problema que se enfrenta el INE en el análisis de la información de ingresos y gastos, son los tiempos de fiscalización, los cuales se han reducido de manera importante para procurar que los reportes se encuentren disponibles antes de la declaración oficial de los ganadores. Aquellos ingresos que son difíciles de rastrear necesitan un mayor tiempo de investigación. Si consideramos que el número de transacciones que realiza un partido político es elevado y lo multiplicamos por la cantidad de participantes en una elección, los tiempos juegan un papel crítico en la identificación de los ingresos que no son reportados por los partidos políticos. Aunque la contabilidad en línea permite a los partidos políticos subir la información de sus gastos en tiempo real, estos tienen hasta tres días para realizarlo, sin embargo, la plataforma funciona prácticamente todo el día, por lo que se considera que existe una posibilidad de reducir el plazo en al menos un día, esto proporciona al INE mayor tiempo de fiscalización.

La hipótesis analizada muestra un fenómeno interesante en el estudio de los gastos de campaña y su relación con la competitividad. Uno de los objetivos que se busca constantemente en los sistemas democráticos jóvenes, como el de México, es una competencia cada vez más equitativa, en la que los candidatos sean competitivos, con el fin de establecer pesos y contrapesos dentro de una estructura de poder, sin embargo, la correlación analizada muestra que la competitividad puede generar una distorsión en cuanto al nivel de gastos de los candidatos, buscando que el dinero sea un diferenciador entre los candidatos con mayor posibilidad de ganar una elección, en ese sentido, los topes de gastos



y las sanciones que se aplican por rebasar dicho límite se vuelven factores relevantes para evitar comportamientos poco democráticos. La presente investigación puede ser considerada como un punto de partido para el análisis futuro de los gastos de campaña a nivel local, ya que comprende la mayoría de los municipios que participaron en las elecciones de 2018, y proporciona una idea general sobre su comportamiento en escenarios de competitividad.

## Anexo

Cuadro 1. Libro de códigos		
Variable	Descripción	Valores
Gastos de campaña	Muestra el gasto en que incurrieron los candidatos por cada voto obtenido	[0, ∞]
Competitividad	Señala la diferencia porcentual entre los votos que obtuvo el candidato que ganó las elecciones y el candidato que perdió	[0,1]
Participación electoral	Muestra el porcentaje de participación electoral en una elección	[0,1]
Tope de gastos de campaña	Clasifica el tope de gastos de campaña	1) Tope de gastos bajo 2) Tope de gastos medio bajo 3) Tope de gastos medio alto 4) Tope de gastos alto
Elecciones concurrentes	Señala si hay elecciones municipales y estatales en una misma entidad	1) Hay elecciones concurrentes 0) No hay elecciones concurrentes
Reelección	Señala si un candidato o partido político busca la reelección	1) Incumbente 0) Retador
Pobreza	Muestra el porcentaje de pobreza a nivel municipal	[0,1]

## Bibliografía

- Báez Silva, C., & Gilas, K. (2020). Evaluación del sistema de nulidades de elecciones en México, 200-2018. En L. C. Ugalde & S. Hernández Quintana (Eds.), *Elecciones, justicia y democracia en México. Fortalezas y debilidades del sistema electoral, 1990-2020*. (3a ed., pp. 549–570). TEPJF.
- Barquín, M. (1987). *La Reforma Electoral de 1986-1987 en México. Retrospectiva y Análisis*. Cuadernos de CAPEL.
- Becerra, R. (2000). *La mecánica del cambio político en México: Elecciones, partidos y reformas* (Primera edición.). Cal y Arena.
- Bekkouche, Y., Cagé, J., & Dewitte, E. (2020). *The Heterogeneous Price of a Vote: Evidence from Multiparty Systems, 1993-2017*. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3665182](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3665182)
- Brown, A. R. (2013). Does Money Buy Votes? The Case of Self-Financed Gubernatorial Candidates, 1998—2008. *Political Behavior*, 35(1), 21–41.
- Caputo, D. (Ed.). (2011). *Política, Dinero y Poder. Un dilema para las democracias de las Américas*. Fondo de Cultura Económica.
- Casar, M. A., & Ugalde, L. C. (2019). *Dinero bajo la mesa: Financiamiento y gasto ilegal de las campañas políticas en México*. Grijalbo.
- Casas Zamora, K. (2010). Dirty Money. *Americas Quarterly*.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. (2014). *Metodología para la medición multidimensional de la pobreza en México* (segunda edición). CONEVAL.
- Córdova Vianello, L., & Núñez Albarrán, E. (2021). *La democracia no se construyó en un día* (1a ed.). Grijalbo.
- Cox, G. W., & Munger, M. C. (1989). Closeness, Expenditures, and Turnout in the 1982 U.S. House Elections. *The American Political Science Review*, 83(1), 217–231.
- COX, G. W., & THIES, M. F. (2000). How Much Does Money Matter?: “Buying” Votes in Japan, 1967-1990. *Comparative Political Studies*, 33(1), 37–57. <https://doi.org/10.1177/0010414000033001002>
- De Andrea Sánchez, F. J. (2020). *Breve Historia del Congreso en México: Siglo XIX* (2da ed.). UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Erikson, R. S. (1971). The Advantage of Incumbency in Congressional Elections. *Polity*, 3(3), 395–405.

- Erikson, R. S., & Palfrey, T. R. (2000). Equilibria in Campaign Spending Games: Theory and Data. *The American Political Science Review*, 94(3), 595–609.
- Evertsson, N. (2009). *Informe de la encuesta sobre la financiación de las campañas electorales y la corrupción política en Colombia*.
- Evertsson, N. (2012). Electoral Donations as Legal Bribes: Evidence from a Survey of Private Corporations in Colombia. *International Journal of Criminology and Sociology*, 1, 162–176. <https://doi.org/10.6000/1929-4409.2012.01.16>
- Freidenberg, F., & Došek, T. (2016). Las reformas electorales en América Latina (1978-2015). En *Reformas Políticas en América Latina: Tendencias y casos* (pp. 25–92).
- Friedrichs, D. O. (2010). *Trusted criminals. White Collar Crime in Contemporary Society* (Fourth edition). Wadsworth Cengage Learning.
- Gerber, A. (1998). Estimating the Effect of Campaign Spending on Senate Election Outcomes Using Instrumental Variables. *The American Political Science Review*, 92(2), 401–411.
- Gerber, A. S. (2004). Does Campaign Spending Work?: Field Experiments Provide Evidence and Suggest New Theory. *American Behavioral Scientist*, 47(5), 541–574. <https://doi.org/10.1177/0002764203260415>
- Geys, B. (2006). Explaining voter turnout: A review of aggregate-level research. *Electoral Studies*, 25(4), 637–663. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2005.09.002>
- Gilas, K., & Christiansson, M. J. (2016). El Nuevo Modelo de Fiscalización: La Reforma Fallida. *Revista Mexicana de Estudios Electorales*, 16, 92–125.
- Gil-García, J. R., & Sandoval Almazán, R. (2004). Influencia de los gastos de campaña en los resultados de las elecciones de 1997. *Espiral Estudios sobre Estado y Sociedad*, 10(29), 81–108. <https://doi.org/10.32870/ees.v10i29.1272>
- Ginsberg, B. (1984). Money and Power: The New Political Economy of American Elections. En T. Ferguson & J. Rogers (Eds.), *The Political Economy. Readings and Economics of American Public Policy* (pp. 163–179). M. E. Sharpe, Inc.
- González García, M. (2014). Fiscalización de los recursos de los partidos políticos (2008-2012). En L. C. Ugalde Ramirez & G. Rivera Loret de Mola (Eds.), *Fortalezas y debilidades del sistema electoral mexicano* (pp. 97–172). TEPJF.
- González Molina, G. (2000). *Cómo ganar las elecciones. Estrategias de comunicación para candidatos y partidos*. (1a ed.). Cal y Arena.
- Green, D. P., & Gerber, A. S. (2015). *Get Out the Vote: How to Increase Voter Turnout* (3a ed.). Brookings Institution Press. <http://www.jstor.org/stable/10.7864/j.ctt1657t5x>

- Green, D. P., & Krasno, J. S. (1988). Salvation for the Spendthrift Incumbent: Reestimating the Effects of Campaign Spending in House Elections. *American Journal of Political Science*, 32(4), 884–907.
- Grossman, G. M., & Helpman, E. (1994). Protection for Sale. *The American Economic Review*, 84(4), 833–850. JSTOR.
- Grossman, G. M., & Helpman, E. (1996). Electoral Competition and Special Interest Politics. *The Review of Economic Studies*, 63(2), 265–286.
- Guerrero Gutiérrez, E. (2003). *Fiscalización y Transparencia del Financiamiento a Partidos Políticos y Campañas Electorales: Dinero y Democracia*. Auditoría Superior de la Federación.
- Gujarati, D. N. (2010). *Econometría* (5ta ed.). McGraw-Hill.
- Hernández Muñoz, E. (2008). *Los usos políticos de la pobreza. Política social y clientelismo electoral en la alternancia*. El Colegio Mexiquense.
- Huber, P. J. (1973). Robust Regression: Asymptotics, Conjectures and Monte Carlo. *The Annals of Statistics*, 1(5), 799–821.
- Instituto Nacional Electoral. (2016). *Reglamento de Fiscalización*.
- Jacobson, G. C. (1978). The Effects of Campaign Spending in Congressional Elections. *The American Political Science Review*, 72(2), 469–491.
- Jacobson, G. C. (1985). Money and Votes Reconsidered: Congressional Elections, 1972-1982. *Public Choice*, 47(1), 7–62.
- Jacobson, G. C. (1990). The Effects of Campaign Spending in House Elections: New Evidence for Old Arguments. *American Journal of Political Science*, 34(2), 334–362.
- Levitt, S. D. (1994). Using Repeat Challengers to Estimate the Effect of Campaign Spending on Election Outcomes in the U.S. House. *Journal of Political Economy*, 102(4), 777–798.
- Magaloni, A. L., & Prudencio, K. (2014). *¿Cómo sancionar el rebase del tope de gastos de campaña? Un ejemplo de lo que no funciona*. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- Martínez López, C., Palazuelos Covarrubias, I., & García Pérez, M. A. (2020). *Elecciones concurrentes y participación electoral en México, 1991-2018* (1a edición). TEPJF.
- Mayhew, D. R. (2004). *Congress: The Electoral Connection* (2ed.). Yale University Press.
- Méndez de Hoyos, I. (2006). *Transición a la democracia en México: Competencia partidista y reformas electorales 1977-2003*. FLACSO México Fontamara.

- Morales Quiroga, M., & Piñeiro Rodríguez, R. (2010). Gasto en campaña y éxito electoral de los candidatos a diputados en Chile 2005. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 30, 645–667.
- Navarro Fierro, C. (2005). *Regímenes de Financiamiento y Fiscalización y Garantías de Equidad en la Contienda Electoral. Estudio Comparado de 19 Países de América Latina*. IFE.
- Navarro Fierro, C. (2013). *Estudios Electorales en Perspectiva Internacional Comparada. Regulación de las Campañas Electorales en 18 países de América Latina*. IFE.
- Nohlen, D. (2004). La participación electoral como objeto de estudio. *Revista Elecciones*, 3(3), 137–157. <https://doi.org/10.53557/Elecciones.2004.v3n3.06>
- OEA. (2010a). *Informe de la misión de observación electoral de la OEA sobre las elecciones generales celebradas en la República de Costa Rica el 7 de febrero de 2010*. Serie Américas, No. 55.
- OEA. (2010b). *Informe de la misión de observación electoral de la OEA sobre las elecciones regionales, municipales y referéndum nacional para la aprobación o desaprobación del proyecto de ley de devolución de dinero del FONAVI a los trabajadores que contribuyeron al mismo. 3 de octubre*.
- Ohman, M. (2015a). Cómo acertar con el sistema de financiamiento político. En *El financiamiento de los partidos políticos y las campañas electorales. Manual sobre financiamiento político* (pp. 12–36). IMPRENTA JUVENTUD S.A. DE C.V.
- Ohman, M. (2015b). Introducción al financiamiento político. En E. Falguera, S. Jones, & M. Ohman (Eds.), *El financiamiento de los partidos políticos y las campañas electorales. Manual sobre financiamiento político*. IMPRENTA JUVENTUD S.A. DE C.V.
- Palda, F., & Palda, K. (1998). The Impact of Campaign Expenditures on Political Competition in the French Legislative Elections of 1993. *Public Choice*, 94(1/2), 157–174.
- Payne, J. L. (1991). Elections and Government Spending. *Public Choice*, 70(1), 71–82.
- Piccio, D. R. (2015). Europa Septentrional, Occidental y Meridional. En *El financiamiento de los partidos políticos y las campañas electorales. Manual sobre financiamiento político* (pp. 12–36). IMPRENTA JUVENTUD S.A. DE C.V.
- Poiré, A. (2005). Follow the money: Local public funding and internal party transfers in 2003. En M. Shugart & J. Weldon (Eds.), *What kind of democracy has Mexico*. UCSD.
- Praino, R., Stockemer, D., & Ratis, J. (2014). Looking Good or Looking Competent? Physical Appearance and Electoral Success in the 2008 Congressional Elections.

*American Politics Research*, 42(6), 1096–1117.  
<https://doi.org/10.1177/1532673X14532825>

- Samuels, D. (2001). Money, Elections, and Democracy in Brazil. *Latin American Politics and Society*, 43(2), 27–48. <https://doi.org/10.1111/j.1548-2456.2001.tb00398.x>
- Sánchez Gracia, L. R. (2020). El sistema de fiscalización después de las reformas constitucionales de 2014. En L. C. Ugalde & S. Hernández (Eds.), *Elecciones, justicia y democracia en México. Fortalezas y debilidades del sistema electoral, 1990-2020* (3a ed., pp. 717–750). TEPJF.
- Sánchez Gutiérrez, A., & Vives Segl, H. (2017). Evolución de las atribuciones legales del IFE-INE, 1990-2017. En L. C. Ugalde & S. Hernández (Eds.), *Fortalezas y debilidades del sistema electoral mexicano. Perspectiva federal y local* (2da edición, pp. 27–42). Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- Sartori, G. (2005). *Parties and party systems: A framework for analysis* (First published.). ECPR Press.
- Stock, J. H., & Watson, M. W. (2012). *Introducción a la Econometría* (3a ed.). Pearson.
- Stratmann, T. (2005). Some Talk: Money in Politics. A (Partial) Review of the Literature. *Public Choice*, 124(1/2), 135–156.
- Thompson, J. (2007). Abstencionismo y Participación Electoral. En D. Nohlen, D. Zovatto, J. Orozco, & J. Thompson, *Tratado de Derecho Electoral Comparado de América Latina* (2a ed., pp. 266–286). Fondo de Cultura Económica.
- Ugalde, L. C. (2017). Introducción: El reformismo electoral mexicano, 1977-2014. En L. C. Ugalde & S. Hernández (Eds.), *Fortalezas y debilidades del sistema electoral mexicano. Perspectiva federal y local* (Segunda, pp. 13–26). Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- Valdez Zepeda, A. (2006). Hipótesis no comprobada de la mercadotecnia política. *Espiral (Guadalajara)*, 13(37), 51–75.
- Valdez Zepeda, A., & Huerta Amparo, D. A. (2018). El financiamiento de los partidos políticos y la confianza ciudadana en México. *Intersticios Sociales*, 15, 309–331.
- Vergara Santana, M. I. (2007). Elecciones concurrentes: Diversidad y unidad. En M. A. Cortés Guardado & V. A. Espinoza Valle (Eds.), *Elecciones concurrentes en México. Competencia, participación y voto diferenciado* (pp. 13–29). Ediciones y Gráficos Eón S.A. de C.V.
- Yohai, V. J. (1987). High Breakdown-Point and High Efficiency Robust Estimates for Regression. *The Annals of Statistics*, 15(2), 642–656. JSTOR.

Zazueta, I. M. S., & Cortez, W. W. (2014). Determinantes de la participación electoral en México. *Estudios Sociológicos*, 32(95), 323–353.

Zovatto, D. (2007). El Financiamiento Electoral: Subvenciones y Gastos. En D. Nohlen, D. Zovatto, J. Orozco, & J. Thompson, *Tratado de Derecho Electoral Comparado de América Latina* (2a ed., pp. 744–794). Fondo de Cultura Económica.