



PROYECTOS DE OBSERVACION ELECTORAL 2008-2009

ALIANZA CIVICA, A.C.

INFORME FINAL

AGOSTO 2009

RESUMEN EJECUTIVO	4
Alianza Cívica	6
Agosto del 2009.....	6
 Proyecto 1. Monitoreo ciudadano del uso de programas sociales en contextos electorales, y de posibles prácticas de compra y coacción del voto por parte de actores políticos y estatales (partidos políticos, candidatos, operadores y miembros de partidos políticos, servidores públicos y gobiernos).....	7
1. ACTIVIDADES DESARROLLADAS	7
1.1. Diseño y desarrollo metodológico para el proyecto:	7
1.1.1. Muestra:	9
1.1.2. Instrumentos de recolección de la información	11
2. TALLERES DE CAPACITACIÓN:	12
2.1. Primer Taller de Capacitación:	12
2.2 Segundo Taller de Capacitación 12 de Junio en el Hotel Imperial	16
3. ENTREVISTAS A ACTORES CLAVE	21
4. GRUPOS DE ENFOQUE	24
5. ENCUESTA HOGARES.....	33
6. OBSERVACIÓN DE LA JORNADA ELECTORAL.....	36
7. MESA DE ANALISIS. CIESAS 13 de julio del 2009.....	40
8. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	43
Entre los medios que asistieron se encuentran: Notimex, Reforma, Milenio, Financiero, radio 13, etc.Además, en los estados, destacó la difusión en medios de Coahuila, Yucatán y Veracruz.....	43
9. CONCLUSIONES GENERALES.....	46

RESUMEN EJECUTIVO

Clientelismo electoral y proceso 2009

El proceso electoral del pasado 5 de julio tuvo varias características que resultan novedosas en el contexto actual del país. En primer lugar, se puso a prueba un nuevo marco jurídico, la reforma electoral del 2007, la cual fue producto de ajustes indispensables, aunque finalmente insuficientes que surgieron de la crisis poselectoral del 2006.

En segundo lugar, fue una elección marcada por el "voto nulo", el abstencionismo y el hastío ciudadano por las propuestas partidistas existentes, aunque la participación electoral fue más elevada de lo que se esperaba. En tercer lugar, fue una elección que se desarrolló en un ambiente de crisis económica, violencia e inseguridad ciudadana.

Todo lo anterior atrajo la atención de 410 visitantes extranjeros y 17 mil observadores nacionales, una cifra bastante alta si consideramos que en la última elección intermedia (2003) sólo se registraron 12 mil 728 observadores.

Frente a este contexto, sobresale la escasa evolución de la cultura política mexicana, a saber, la existencia de viejas prácticas que 11 años de pluralidad partidista en el Congreso y nueve años de alternancia en la presidencia no han logrado arrancar sino que más bien ha perennizado en las conductas ciudadanas: el clientelismo político-electoral.

A lo largo de esta elección, la organización ciudadana Alianza Cívica realizó un ejercicio de monitoreo en 10 estados del país y en 23 distritos electorales federales elegidos de manera aleatoria. La hipótesis de partida fue que tras la reforma electoral del 2007, los partidos políticos vieron reducido el 70% de su financiamiento para transmisión de propaganda electoral en medios de comunicación electrónica.

A pesar de esto, recibieron para el financiamiento de sus actividades ordinarias, actividades específicas y de campaña electoral la nada despreciable cantidad de 3,633 millones de pesos del erario, con lo cual, lograron un aumento de recursos de entre tres y cuatro veces para realizar actividades de proselitismo.

El ejercicio de Alianza Cívica demostró que con estos recursos, los partidos políticos incrementaron acciones de compra y coacción del voto reforzando el clientelismo electoral entre la ciudadanía.

Desde marzo de este año, se realizaron 115 entrevistas a profundidad a actores clave y grupos focales en 23 distritos electorales federales y, dos semanas previas a la jornada electoral, brigadas ciudadanas levantaron 3,000 encuestas a ciudadanos para identificar este tipo de prácticas.

Los primeros resultados muestran que 25% de los encuestados manifestó que el voto no es secreto y 5% dijo no saber si era o no secreto, principalmente en las zonas más marginadas. Esto nos parece alarmante puesto que muestra la vulnerabilidad de un porcentaje importante de la población frente a posibles presiones políticas.

De igual forma, 12% dijo que por recibir un programa social se sentía obligado a votar por un partido político y 37% de los entrevistados aseguró creer que los apoyos y programas sociales se otorgan principalmente a simpatizantes de los partidos, dentro de los cuales se identificaron a todas las fuerzas políticas, pero en particular a aquellas que se encuentran en los tres niveles de gobierno, a saber, el PRI-PVEM, PAN y PRD.

El día de la jornada electoral, los resultados de la primera fase del ejercicio de observación electoral se confirmaron con las 1,156 denuncias presentadas ante la Fiscalía Especial para la Atención de Delitos Electorales (FEPADE) y con los reportes de observadores de Alianza Cívica en los estados, los cuales registraron actos de acarreo, compra de votos y reparto de despensas.

Este proceso electoral muestra, entonces, cómo es cada vez más escaso el valor que se le da al voto como vía de elección de representantes pero sobretodo como único mecanismo que contamos para sancionar o premiar de manera directa el desempeño de las administraciones. En contraparte nos encontramos frente a un escenario en donde entre más competencia, más oferta y por lo tanto más costo y pragmatismo electoral. Sin duda, un muy alto costo, para tan escaso beneficio lo cual traza una agenda de trabajo común entre las organizaciones de la sociedad civil, los centros de estudio y las instituciones democráticas que buscan reforzar la educación cívica en el país.

Este proyecto de observación electoral no sólo permitió una combinación de esfuerzos entre academia y sociedad civil sino que además logró crear un modelo de monitoreo de prácticas clientelares, desde la ciudadanía, que podrá ser aplicado nuevamente en el 2012. El hecho de regresar a las mismas zonas en las que se trabajó durante esta elección, nos permitirá conocer los avances o retrocesos en la cultura política de los ciudadanos y en la forma en la cual los partidos políticos se vinculan con los ciudadanos. Con sus adaptaciones respectivas, este modelo también podrá ser replicado en otras regiones de América Latina. Esto ya ha sido manifestado por parte de las organizaciones miembros del Acuerdo de Lima, de la cual Alianza Cívica forma parte.

Agradecemos a los socios en los Estados, a la red de Universidades Jesuitas, al Proyecto IIDSES, a la Embajada de Canadá, al Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, a los miembros de instituciones electorales en los Estados, a la DECEyEC, al Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y a todos aquéllos que hicieron que este esfuerzo fuera posible, a través de su apoyo y colaboración, esperando lograr su continuidad en el futuro.

Alianza Cívica.
Agosto del 2009.

Proyecto 1. Monitoreo ciudadano del uso de programas sociales en contextos electorales, y de posibles prácticas de compra y coacción del voto por parte de actores políticos y estatales (partidos políticos, candidatos, operadores y miembros de partidos políticos, servidores públicos y gobiernos)

El objetivo del proyecto fue “realizar un ejercicio de observación electoral del conjunto de las etapas del proceso electoral (precampañas, campañas, jornada electoral y calificación) para detectar, documentar y en lo posible, inhibir, prácticas de compra y coacción del voto, mediante el uso de programas sociales o cualquier otra forma que viole el carácter libre y secreto del voto”.

1. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Desde el 13 de marzo (fecha de la firma del convenio 001/2009, en el marco del “Apoyo a la Observación electoral 2009”) Alianza Cívica ha desarrollado en colaboración con organizaciones socias y universidades del país¹ las siguientes actividades:

1.1. Diseño y desarrollo metodológico para el proyecto:

La primera etapa fue dedicada al desarrollo de los Instrumentos de Investigación aplicada, es decir los documentos a utilizar en los 23 distritos electorales, así como la delimitación de las zonas de intervención.

Para ello se realizó en un primer momento el Seminario "**Los retos de la ciudadanía en contextos electorales: un encuentro entre academia y sociedad civil**" convocado por Alianza Cívica en colaboración con la Red de Universidades Jesuitas, la Embajada de Canadá en México, el Instituto Federal Electoral y el Colegio Mexiquense.² Esto se

¹ **Organizaciones civiles:** Alianza Cívica Coahuila; Grupo Ambientalista Sierra de Guadalupe AC; Alianza Cívica Nuevo León, Alianza Cívica Jalisco, Asesoría y Servicios Rurales, AC; Sonora Ciudadana AC y Participación Ciudadana AC; **Universidades:** Universidad Autónoma Benito Juárez de “Oaxaca” (UABJO); UIA-Puebla, Tec de Monterrey.

² Como se reportó previamente este evento se solventó con recursos económicos de la Universidad Iberoamericana, a través del Programa de Análisis de la Desigualdad, la Pobreza y la Política Social (PROAPPS).

realizó el día 26 de marzo del 2009 en las instalaciones de la Universidad Iberoamericana Campus Santa Fé.

El seminario reunió a diversos expertos en metodología y estudios acerca de cultura política, en particular el clientelismo político y electoral. La finalidad, fue explorar el impacto de la Observación Electoral como forma de fortalecimiento de la ciudadanía, siendo los principales objetivos:

a) Hacer un balance general sobre las metodologías de observación electoral empleadas hasta ahora como fortalecimiento de la ciudadanía;

b) Intercambiar experiencias sobre lo que se sabe de compra y coacción del voto por parte de actores estatales y no estatales;

c) Retomar la experiencia de académicos y organizaciones civiles que permitieran debatir acerca de formas de medición de clientelismo, compra y coacción del voto.

Paralelamente, del 23 al 25 de marzo, se realizaron reuniones a puerta cerrada para contar con una propuesta metodológica que fuera presentada en el Taller de socialización que se realizó el 27 de Marzo en la ciudad de México. Para ello se contó con la participación de:

- Ging Wong (School of Policy Studies, Queen's University, Kingston, Canada)
- Santiago Mariani (Oxford University, UK)
- Susan Hyde (Political Science, Yale University, USA)
- Thomas Legler (Estudios Internacionales, UIA-D.F.)
- Lourdes Morales (Directora de Alianza Cívica)
- Beatriz Camacho (Coordinadora de Proyecto)
- Ramsés Ojeda (Experto en estadística de Alianza Cívica)
- Jesús Cantú Escalante (Tecnológico de Monterrey)

El Taller del 27 de marzo se realizó a puerta cerrada con expertos en observación electoral y socios del proyecto, lo cual generó un debate nutrido en torno a los instrumentos y metodologías más efectivas para el acopio de información sobre prácticas

clientelares en el uso de programas sociales y de compra y coacción del voto. Al grupo se unieron:

- Helena Varela (UIA-D.F.)
- José Luis Mendoza (UIA-Puebla)
- Jesús Cantú (ITESM-Campus Monterrey)
- Neli Herrera e Isaías Calvillo (Alianza Cívica Coahuila)
- Silvia Alonso (Equipo Pueblo)
- Víctor Leonel Juan Martínez (Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca)
- Pablo Secci (Poder Ciudadano, Argentina, Acuerdo de Lima)
- Fernando Rivera (Organización Bolivia Transparente de Bolivia, Acuerdo de Lima)
- Sharon Lean (Wayne State University)
- Olivier Dabene (CERI-Sciences Po, Paris)
- Albero Olvera (Universidad Veracruzana)

1.1.1. Muestra:

Entre los resultados de la discusión sobre la metodología e instrumentos a aplicar en los distritos se concluyó que dado a que no existe un comportamiento unívoco ni homogéneo en el desarrollo de prácticas de compra y coacción del voto, ni un prototipo de distrito que sea proclive al desarrollo de prácticas clientelares, se optó por diseñar una muestra que tomara en consideración dos factores:

- a) Por un lado, la capacidad de movilidad y acción territorial de los socios de Alianza Cívica
- b) Por otro lado, la mayor diversidad posible para lo cual era necesario incluir el factor de aleatoriedad

De la tipología de los 300 distritos electorales federales se seleccionó una muestra aleatoria de 23 distritos en diez entidades federativas (Coahuila, Distrito Federal, Jalisco, Estado de México, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Veracruz, Sonora y Yucatán) en las cuales se contaba con personal y capacidad de movilización. Cabe decir que estas diez entidades por sí mismas concentran el 55% del electorado nacional. El resultado es los siguientes distritos:

ENTIDAD	ESTADO	DISTRITO	CABECERA MUNICIPAL
05	Coahuila de Zaragoza	4	Saltillo ³
09	Distrito Federal	9	Venustiano Carranza
09	Distrito Federal	15	Benito Juárez
09	Distrito Federal	19	Iztapalapa
09	Distrito Federal	24	Coyoacán
14	Jalisco	1	Tequila
14	Jalisco	16	Tlaquepaque
14	Jalisco	17	Jocotepec
15	México	11	Ecatepec de Morelos
15	México	23	Valle de Bravo
15	México	32	Valle de Chalco Solidaridad
15	México	34	Toluca
19	Nuevo León	5	Monterrey
19	Nuevo León	7	Monterrey
20	Oaxaca	2	Teotitlán de Flores Magón
20	Oaxaca	5	Santo Domingo de Tehuantepec
21	Puebla	6	Puebla
21	Puebla	13	Atlixco
26	Sonora	4	Guaymas
30	Veracruz de Ignacio de la Llave	1	Pánuco
30	Veracruz de Ignacio de la Llave	3	Tuxpan
30	Veracruz de Ignacio de la Llave	18	Zongolica
31	Yucatán	3	Mérida

³ En el muestreo aleatorio el distrito seleccionado fue el distrito 1, con cabecera en Piedras Negras. Debido a la falta de facilidad para acceder, se decidió trabajar en el distrito de Saltillo, el cual servirá como grupo de control.

1.1.2. Instrumentos de recolección de la información⁴

Se aplicaron 4 instrumentos de recolección de la información en la muestra diseñada. Dos de ellos estuvieron destinados a recolectar información sobre percepciones de clientelismo (cultura política) y los otros dos sobre realidades de clientelismo (hechos) en los distritos seleccionados. Estos fueron:

1. **Entrevistas con actores clave:** Tuvo como objetivo conocer la percepción de personas susceptibles de dar un perfil del comportamiento político en el distrito. Los actores consultados fueron: miembros del servicio electoral (junta distrital, junta local); miembros de partidos políticos (al menos tres de cada fuerza política diferente), medios de comunicación y sociedad civil (en algunos casos se contempló a líderes sindicales, líderes empresariales e integrantes del clero). Los temas a tratar fueron: cultura política, comportamiento partidista, legitimidad de las autoridades electorales.
2. **Realización de grupos focales:** Los objetivos fueron: i) explorar la percepción de la cultura política y forma de relación entre la ciudadanía, los partidos políticos y los candidatos en el proceso electoral federal; ii) conocer la percepción sobre las razones del voto y las identidades partidistas; iii) saber el nivel de conocimiento acerca del nuevo marco normativo (reforma electoral), iv) la percepción en lo referente al uso político de programas sociales para fines electorales por parte de actores político-partidistas.
3. **Herramienta de encuestas a ciudadanos:** Se aplicó en los 23 distritos de la muestra para detectar qué programas sociales son más susceptibles de ser utilizados por parte de actores políticos para prácticas de compra y coacción del voto así como qué tipo de materiales y acciones desarrollan en tierra los partidos políticos y otros actores relevantes. Cada distrito contó con un muestreo aleatorio de AGEBS para zonas urbanas y de secciones electorales para zonas rurales. En promedio se levantaron entre 112 y 144 encuestas por distrito, lo cual dio un universo muestral de 3,000 encuestas.

⁴ Se anexan instrumentos (ANEXO 1)

4. **Tipología de los distritos sobre clientelismo:** En esta última actividad se contempla desarrollar un perfil de los distritos más susceptibles para el desarrollo de las prácticas de compra y coacción del voto tomando en consideración indicadores de participación política, pluralidad partidista, estadísticas socioeconómicas y resultados de la encuesta las cuales han sido clasificadas como “proclividad para el clientelismo”.

2. TALLERES DE CAPACITACIÓN:

En el desarrollo del proyecto también se llevaron a cabo dos encuentros nacionales (8 de mayo en Puebla y 12 de junio en el Distrito Federal) con los socios del proyecto sobre “Compra y coacción del voto”, con el objetivo de capacitar a los asistentes para la aplicación de los instrumentos en campo. Se buscó que los instrumentos recibieran la retroalimentación necesaria por parte de cada uno de los socios en los estados. Se detallan a continuación:

2.1. Primer Taller de Capacitación⁵:

El viernes 08 de mayo de 2009 y ante la contingencia sanitaria por el virus de la influenza, se llevó a cabo en la Ciudad de Puebla, el Primer taller de capacitación del proyecto *“Monitoreo ciudadano del uso de programas sociales en contextos electorales, y de posibles prácticas de compra y coacción del voto por parte de actores políticos y estatales (partidos políticos, candidatos, operadores y miembros de partidos políticos, servidores públicos y gobiernos)”*, al cual asistieron socios de los 9 estados y del DF: El único Estado faltante fue Yucatán, dado que la coordinadora se reportó enferma.

Estado	Asistentes
Coahuila	Nelli Herrera e Isaías García
DF	Lourdes Morales, Beatriz Camacho, Liliana Ramos, Juana Acosta, Lisa Moncada, Arturo Hernández y Mario

⁵ Se anexa programa del Taller y lista de asistencia (ANEXO 2).

	Loyola.
Jalisco	Rafael Lucero
México	Daniel Granados y Juan Carlos Campos
Nuevo León	Félix López
Oaxaca	Gloria Zafra, Isidoro Yescas y Víctor Leonel Juan Martínez
Puebla	José Luis Mendoza Tablero
Sonora	Francisco Santini y Paula Margarita González
Veracruz	Laura Barruecos

Los objetivos del Taller de Capacitación fueron: i) socializar los objetivos del proyecto; ii) capacitar acerca de la estrategia a seguir; iii) difundir las pautas administrativas.

La bienvenida a todos los coordinadores de los estados estuvo a cargo de la Directora de Alianza Cívica, Lourdes Morales.

En el taller, se realizó la presentación de los coordinadores de los estados y de los integrantes del equipo electoral de Alianza Cívica, la presentación estuvo a cargo de la Coordinadora de seguimiento de procesos políticos, Beatriz Camacho.

Como introducción se inició con un *Análisis sobre el contexto de la elección*, se abordó el tema de las OSC's y su importancia en el proceso electoral. Los temas abordados en la presentación fueron:

Análisis sobre el contexto de la elección⁶	<ul style="list-style-type: none"> • Factores a considerar en la elección • Interés ciudadano en las elecciones del 5 de julio • Formas del gobierno en el estado para hacer proselitismo electoral • Contrapeso en el ejercicio del poder de los Gobernadores • Comportamiento de los medios de comunicación
--	--

⁶ Ver presentación anexa (ANEXO 3).

	<ul style="list-style-type: none"> • Formas de hacer campañas de tierra de los partidos políticos • Posibles percepciones ciudadanas sobre prácticas partidistas de compra y coacción del voto • Comportamiento de los consejos locales y distritales en relación al proceso electoral y las quejas que se presentan a nivel distrital por parte de actores políticos
--	--

En la discusión se tocaron temas como:

- Las estrategias político-electorales desarrolladas por los partidos y sus efectos sobre la ciudadanía.
- El abstencionismo electoral y el fenómeno de voto nulo.
- Las percepciones en torno a prácticas de compra y coacción del voto, así como el escaso valor que aparentemente un porcentaje de la ciudadanía otorga a su voto.
- La disputa entre el PRI y el PAN para lograr la mayoría en la cámara baja.
- Las nuevas atribuciones del Instituto Federal Electoral y los efectos a nivel distrital.

Al concluir esta parte sobre el contexto de la elección, hubo una serie de preguntas y respuestas, cada uno de los representantes de los estados, expuso las problemáticas a las que se han enfrentado y la forma en que deberán ser tratadas.

En un segundo momento, la Directora de Alianza Cívica, Lourdes Morales, expuso la Metodología del proyecto “*Monitoreo ciudadano del uso de programas sociales en contextos electorales, y de posibles prácticas de compra y coacción del voto por parte de actores políticos y estatales (partidos políticos, candidatos, operadores y miembros de partidos políticos, servidores públicos y gobiernos)*”, los avances en la elaboración de las herramientas así como la necesidad de que por primera vez se tratara de hacer un esfuerzo metodológico que permita replicar la misma metodología en el 2012 para de esta manera conocer los avances y retrocesos en materia de educación cívica y cultura política.

La presentación de la revisión de los Instrumentos del proyecto estuvo a cargo de la Coordinadora de seguimiento de procesos políticos, Beatriz Camacho, en dicha presentación se retroalimentó la redacción de la encuesta aplicada a ciudadanos y a actores clave.

Se dio un espacio para hablar sobre el seguimiento de medios de comunicación, por parte del área encargada de estos fines, con el fin de tener la información sobre qué tipo de campañas se llevaron a cabo, qué tipo de apoyo por parte de los gobiernos estatales reportaron los medios, así como el papel que desempeñaron el IFE, TEPJF y FEPADE en la resolución de algunos casos polémicos.⁷

Por último, se abordó el tema referente a los gastos y comprobación de recursos del proyecto, a cargo del Administrador de Alianza Cívica, Arturo Hernández.

El calendario de entrega de actividades fue el siguiente:

ACTIVIDADES	ENTREGA DE INFORME: NARRATIVO Y COMPROBACIÓN DE GASTOS
a) Entrevistas a actores clave. b) Entrega de documentación que compruebe la "Acreditación de observadores electorales".	29 de Mayo 2009
c) Reunión con un grupo de Enfoque	15 de Junio de 2009
d) Aplicación de cuestionarios a ciudadanos para detectar situaciones de compra y	27 de Junio al 4 de Julio 2009

⁷ Cabe señalar que el Comité Conciudadano se encargó de un seguimiento puntual de las resoluciones del TEPJF y de las decisiones del Consejo del Instituto Federal Electoral, mismas que fueron socializadas con las organizaciones miembros como Alianza Cívica A.C.

coacción del voto.	
e) Observación de la Jornada Electoral	5 de julio
f) Entrega de un informe final	24 de Julio 2009

2.2 Segundo Taller de Capacitación 12 de Junio en el Hotel Imperial⁸

El segundo taller de capacitación se realizó en la Ciudad de México el día 12 de Junio, asistieron representantes de los 10 Estados miembros del proyecto:

Entidad	Asistentes
Coahuila	Nelly Herrera e Isaías García
DF	Lisa Moncada, Samantha Cabrera y Fabiola Ornelas
Estado de México	Daniel Granados y Juan Carlos Campos
Jalisco	Rafael Lucero
Nuevo León	Félix López
Oaxaca	Víctor Leonel, Manuel Alejandro Méndez e Isidoro Yescas
Puebla	José Luis Mendoza Tablero
Sonora	Francisco Santini
Veracruz	Laura Berruecos
Yucatán	Patricia Mc Carthy y Diana Luna

Además del equipo de Alianza Cívica: Lourdes Morales, Beatriz Camacho, Juana Acosta, Arturo Hernández, Denisse Pérez. Los temas abordados fueron los siguientes:

- a) Avances y valoración del proyecto: primeras experiencias en campo
- b) Revisión de los instrumentos
- c) Muestreo para la encuesta a hogares

⁸ Se anexa Programa del Taller y lista de asistentes (ANEXO 4)

a) Avances y valoración del proyecto sobre “Monitoreo ciudadano del uso de programas sociales en contextos electorales, y de posibles prácticas de compra y coacción del voto por parte de actores políticos y estatales (partidos políticos, candidatos, operadores y miembros de partidos políticos, servidores públicos y gobiernos)”: **experiencias en campo.**

El taller fue convocado para socializar los primeros avances y para también hacer un balance sobre la pertinencia de la metodología empleada hasta ese momento. De igual forma, se pretendió definir una estrategia común de colaboración rumbo al 5 de julio. A continuación se describen los principales comentarios de cada uno de las organizaciones socias.

1. **Coahuila:** Nelly Herrera consideró poco pertinente las entrevistas a las autoridades electorales, dado que “dicen lo que les conviene”. Resaltó la falta de denuncias por parte de ciudadanos y comentó el abismo existente entre la percepción por parte de autoridades y aquella por parte de partidos políticos y ciudadanos ya que mientras los primeros hablaron bien de los efectos de la reforma electoral y el buen desarrollo de la elección, los segundos hablaron de las insuficiencias y de la falta de motivación ciudadana para emitir el voto.

2. **Distrito Federal:** Lisa Moncada, comentó que a nivel local hay un desconocimiento total de la reforma electoral. Comentó el transfuguismo político por parte de diversos candidatos y al tratarse de una elección coincidente, destacó la confusión que desató la falta de congruencia entre el marco normativo federal y el marco normativo del Distrito Federal (en particular el tema de las coaliciones y la doble tinta). Desde la primera fase del proyecto, se detectó inequidad en la contienda, y acciones por parte del Gobierno del Distrito Federal a favor de ciertos candidatos.

3. **Estado de México:** Daniel Granados, comentó el desinterés de otras Organizaciones de la Sociedad Civil. Al tratarse también de elecciones coincidentes, confirmó la falta de institucionalidad por parte del IEEM en su trato con los observadores electorales así como la operación de una maquinaria a favor del PRI local y sus coaliciones.

4. **Jalisco:** Rafael Lucero mencionó el descontento en Jalisco por temas como “el camionazo”⁹ o “el tortazo”¹⁰. Durante el segundo evento, el Gobernador invitó a los candidatos afines a su partido, lo cual generó dos denuncias, sin embargo, la sanción no pasó de una recomendación.

5. **Nuevo León:** Félix López mencionó que la elección para Gobernador acaparó la atención de los entrevistados. A diferencia de lo mencionado anteriormente, las entrevistas a los consejeros electorales resultaron de utilidad ya que brindó información relevante sobre la migración de los funcionarios de casilla capacitados a las filas partidistas. Varios de ellos se fueron con sueldos de \$2,000 pesos semanales para promoción del voto. Se identificó que en Nuevo León los topes de campaña estaban siendo rebasados. De igual forma, se detectó la intervención del gobierno con prácticas populistas como el hecho de que se subsidie el agua, el metro y el gas durante periodo electoral. Por otro lado, se habla del efecto mediático de la posible negociación entre Mauricio García, candidato del PAN a la alcaldía de San Pedro Garza García y miembros del cartel de Beltrán Leyva.¹¹

6. **Oaxaca:** Víctor Leonel y Gloria Zafra mencionaron que las prácticas de compra y coacción del voto se intensifican una semana antes de la elección, por lo que recomendaron agudizar la observación una semana antes de la jornada electoral. Este proceso de compra y coacción del voto no necesariamente está garantizando al partido el triunfo, las personas aceptan la ayuda, pero no asegura el voto de los ciudadanos. Se detectó que en Oaxaca está ausente la FEPADE, además de que la ciudadanía no conoce el procedimiento de denuncia. Otro tipo de irregularidades que se observó fue el rebase en el tope de gastos de campaña.

7. **Puebla:** José Luis Mendoza mencionó que existe una diferencia entre la percepción de la ciudadanía y la de los representantes políticos ya que pareciera que ambos caminan en

⁹ En enero del 2009 empresarios del transporte público decidieron subir de cinco a siete pesos el pasaje en la ciudad de Guadalajara lo cual se conoció como “el camionazo”. Dada la reacción de algunos actores políticos cercanos al PAN, quienes lograron que este aumento se detuviera, se percibió que más que una necesidad, esto era parte de una estrategia político-electoral.

¹⁰ Ante la influenza porcina, el Gobierno de Jalisco posicionó las tortas en el mercado al repartir 30 mil tortas ahogadas y 10 mil órdenes de tacos al pastor. El llamado “tortazo” fue definida como una actitud populista de corte político-electoral.

¹¹ A pesar de este escándalo mediático, el candidato ganó con un amplio margen de más del 48% de la votación.

sendas paralelas. Se observó la vulnerabilidad del voto secreto ya que ciudadanos mencionaron que en localidades pequeñas cuando no gana cierto candidato, se castiga a la comunidad quitándole programas sociales, obra pública o beneficios comunitarios.

8. Sonora: Francisco Santini mencionó que la coacción se detectó pero no se denunció en los grupos focales ya que existe temor en hacer una denuncia.

9. Veracruz: Laura Barruecos mencionó que en lo referente a la “Entrevista a Actores Clave”, se modificó el cuestionario para que no fuera tan directo y evidenciara el tema de fondo que es la compra y coacción del voto. En Veracruz, la compra y coacción se detectó vía los promotores de partido ya que éstos se encargan de aclarar que los programas provienen de determinada fuerza política. Destacó la intervención activa del Gobernador Fidel Herrera en la campaña de los candidatos del PRI a través de frases como “Afiélate al PRI” y “Fidelidad con el PRI”, además de “Gobierno fiel”, así como la falta de efectividad de las denuncias hechas por el PAN contra el Gobernador por la promoción de su imagen.

10. Yucatán, Paty Mc Carthy comentó que raíz de una denuncia periodística se han observado problemas que tienen que ver con coacción a sindicatos y personas que trabajan en el Gobierno. En el caso de Yucatán se mencionó que la ciudadanía si está consciente de que la compra y coacción es un delito y si está interesada en denunciar pero no se sabe dónde ni cómo hacerlo.

b) Revisión de la Encuesta a Ciudadanos

Se realizó una revisión a la encuesta a hogares, ya que se propuso esperar a los días cercanos a la elección para aplicarla en campo. Para la aplicación de éstas y para generar un ambiente de acercamiento, se propuso:

- Tener la sensibilidad de presentarse como una organización sin fines políticos, y mencionar que los datos obtenidos serán anónimos.
- El cuestionario tuvo una duración de 6 a 10 minutos y se propuso no hacerla tan larga.
- Insistir mucho en las últimas preguntas para tratar de detectar el uso de los programas sociales en las prácticas de compra y coacción del voto. Había que hacer un registro en tiempo real.
- Para no gastar tanto papel en las encuestas, se propuso hacer un formato con 4 espacios (1 por manzana) para el vaciado de los datos de las encuestas.

b) Muestreo distrital aleatorio en zonas rurales y urbanas

Se hizo una explicación sobre el diseño de la muestra y la forma en que se aplicaría la entrevista en los hogares según el tipo de distrito.

Para los distritos urbanos se acordó:

- Seleccionar 12 AGEBS y 3 manzanas. Lo que nos dio un total 144 entrevistas, para tener un margen de error para las encuestas incompletas o con errores.
- Cada uno de los mapas diseñados correspondió a una AGEB y en cada uno de los mapas se marcaron las manzanas seleccionadas de manera aleatoria.
- En cada manzana se escogieron 4 viviendas y en ellas aplicó la encuesta.
- Se propuso empezar siempre en la misma esquina de la manzana “la Nor-este”
- La estrategia fue tirar un dado y en el sentido de las manecillas del reloj, ir a la casa seleccionada al azar.

- Se visitarían de 6 viviendas en 6 viviendas hasta terminar 4 encuestas por manzana. Por ejemplo: si caía 3, tocaría en la casa 3; luego en la 9; luego en la 15 y en la 21 y así sucesivamente.
- En los casos en donde no abrieron o no había gente, se propuso pasar a la siguiente vivienda en el sentido de las manecillas del reloj (hacia la izquierda). Cabe mencionar que no se hizo una ponderación por género por lo cual existió una representatividad de 64% mujeres y 36% hombres.

En el caso de los distritos rurales se acordó:

- Seleccionar 12 secciones electorales para cada uno de los distritos. Se procedió a hacer los mapas, en los cuales aparecían las carreteras, el nombre de las localidades y el número de habitantes para cada uno.
- Dentro de cada sección, se seleccionó 1 localidad y luego 3 manzanas en las cuales se aplicarían 4 encuestas. Al final se pretendía lograr 12 encuestas por localidad.
- En la localidad rural se ubicó Escuela, Plaza, Iglesia, edificio o espacio que defina el centro del poblado y de ahí se ubicaron los puntos cardinales: Norte, Sur, Este y Oeste del poblado.

En aquellos casos especiales se acordó que:

- En caso de que la muestra arrojara un lote baldío, fábrica, parque o que no se encuentre nadie, se continúa con la siguiente manzana de acuerdo a la dirección de las manecillas del reloj, dependiendo de lo que aparezca en el mapa.

3. ENTREVISTAS A ACTORES CLAVE

Con el objetivo de conocer la percepción de personas clave del distrito en torno a diferentes temas del proceso electoral (partidos políticos, autoridades electorales, ciudadanía, prácticas de compra y coacción del voto) se realizaron del 29 de mayo al 15 de Junio, 115 entrevistas de fondo.

En cada uno de los distritos, se entrevistaron de 5 a 6 actores clave, de acuerdo a la siguiente lista:

Partido Político (3 personas)

Representantes de al menos los 3 principales partidos políticos: PRI, PAN, PRD:

- Presidente de partido estatal o distrital
- Representante de partido político ante el IFE
- Candidato a diputado
- Representante de candidato

IFE (2 personas).

- Vocal ejecutivo
- Vocal de capacitación contrastarlo con el consejero responsable de capacitación.
- Consejero distrital

Medios de comunicación Estatales (1 persona)

- Periodista
 - Articulista
 - Editor
- De prensa escrita, radio o televisión.

Opcionales (1 persona) En caso de no haber podido contactar alguna de las anteriores:

- **Autoridad municipal.** Responsable de desarrollo social o participación ciudadana
- **Responsable de algún Programa Social Federal o Estatal**
- **Líder de organización sindical, laboral o patronal**

Se sugirió grabar la entrevista sólo para efectos de complementar la información (no de transcripción) dada por el actor clave.

Entre los principales hallazgos se encontraron:

Autoridades Electorales

- Existe confianza entre los electores en lo referente a la operación de los organismos electorales, más no en el Consejo General del IFE, porque, argumentan que ya se perdió el carácter ciudadano. En algunos casos se lamentaron por la tibieza en la sanción a las televisoras.
- Aún así, las entrevistas evidenciaron que se tiene menos confianza en los órganos electorales estatales que en el federal.

Partidos Políticos

- Existe un cambio en relación a la forma de hacer campañas de los partidos políticos, pues ahora tienen más recursos para hacer campañas de casa por casa, así como para hacer promoción directa del voto.
- En relación al nuevo marco legal, lo que más se menciona es la regulación de los medios de comunicación y la disparidad entre la reglamentación estatal y federal.

Gobierno: Federal, Estatal y Municipal

- Otra percepción relevante es que los gobiernos en sus tres niveles continúan utilizando los programas o beneficios sociales en el ámbito de su competencia para la promoción del voto a favor de un partido o candidato, aún cuando se lleva a cabo de manera distinta en zonas rural y en zonas urbanas.

Ciudadanía y percepción sobre compra y coacción del voto:

- Las zonas pobres son consideradas las más vulnerables para este tipo de prácticas aunque no se demuestra con hechos esta hipótesis a través de las entrevistas.
- No se percibe a la compra y coacción del voto como un delito, sino como una interacción o intercambio. El voto tiene poco valor en cuanto a único instrumento ciudadano de rendición de cuentas vertical hacia los gobernantes.
- Es evidente y casi unánime la percepción del hartazgo social ante la pobreza de la oferta política y el previsible alto abstencionismo. La gran mayoría, señalan, no está dispuesta a participar como funcionarios de casilla ni ir a votar el día de los comicios.

- No se percibe contenido relevante en las campañas y es difícil distinguir entre una propuesta y otra por parte de los candidatos.

4. GRUPOS DE ENFOQUE

Los coordinadores en los estados tuvieron como objetivo:

1. Explorar la percepción de la cultura política y forma de relación entre la ciudadanía, los partidos políticos y las instituciones en el proceso electoral.
2. Sondear la percepción sobre razones del voto y preferencias electorales.
3. Precisar el conocimiento acerca del nuevo marco normativo, la percepción y la realidad en el uso de programas sociales para fines de proselitismo político y promoción de imagen y obra pública por parte de actores político-partidistas.

La composición recomendada para el grupo de enfoque fue: gente beneficiaria y no beneficiaria de programas sociales. Grupo mixto: hombres y mujeres y de diferentes edades: jóvenes, adultos y adultos mayores.¹²

Entre los principales resultados se encuentran los siguientes:

¹² Anexamos Guía para los grupos de enfoque y fotografías

GRUPOS DE ENFOQUE

Temática	Percepción de los procesos electorales	Conocimiento de los procesos electorales anteriores	Factores de influencia para decidir por quién votar	Prácticas de compra y coacción del voto	Utilización de programas sociales
Coahuila	Es el evento en el que se concretiza el pago por recibir beneficios de programas y apoyos de los gobiernos, lo cual se percibe como bastante normal, sin embargo algunas personas mostraron coraje e impotencia	Todos los tenían presentes, pero no se nota diferencia de uno a otro, pasan las lideresas levantando firmas, hará ofrecimientos, hay que votar por el partido	Compromiso con el partido de la lideresa, si no van las llevan	Es una realidad que se percibe en general como normal, salvo excepciones y la posibilidad de llegar a contar con influencia externa por ejemplo de una autoridad que realmente apoyara, pero que resulta utópico	Son necesarios, a la gente le benefician pero es hasta el presente es indisoluble el lazo de compromiso político.
Distrito Federal	Se trata de procesos poco cercanos a la gente, los candidatos y partidos políticos sin soluciones reales a los problemas que aquejan a la ciudadanía. Desconfianza en la persecución de delitos electorales, por lo que la denuncia no se realiza.	Percepción de insatisfacción por la falta de cumplimiento de promesas electorales.	Propuestas de campaña que vayan a resolver los problemas de la comunidad. Experiencia de gobierno por parte de los candidatos.	Son acciones que realizan los partidos, pero que no obligan a la ciudadanía a votar por ellos. No son percibidas como delitos y menos en tiempos de crisis como los que se viven actualmente.	Práctica común de los gobiernos para apoyar a sus candidatos. Medio para coaccionar el voto sobretodo en la ciudad se utilizó el remozamiento urbano como factor de coacción.
Iztapalapa	Lo de siempre sin mejoras, sin honestidad en las propuestas dadas por los candidatos, sin transparencia.	En su mayoría recuerdan que candidato y que propuestas les hizo en procesos electorales, porque nunca se cumplen los beneficios que les propusieron.	Aunque ahora los ciudadanos ya no se sienten amenazados si influye el hecho de que crean ciertos beneficios y programas sean proporcionados por un partido y no por el	Descaradas y disfrizas como ayudas	Totalmente y en el dto.19 con mucha frecuencia se utilizan los programas sociales para hacer campaña.

			gobierno.		
Estado de México	Los procesos electorales no resultan tan atractivos para los ciudadanos, están siendo cuestionados, sus resultados, el dinero que se destina, y la manera en que se comportan los partidos políticos, la carencia de propuestas y la implementación de políticas públicas.	La ciudadanía puede distinguir entre cada proceso electoral, observa pocos cambios y una falta de compromiso por parte de los políticos hacia la ciudadanía.	Existe una tendencia por parte de todos los partidos políticos en no construir una ciudadanía crítica y participativa, se apuesta a consolidar ciudadanos pasivos, apáticos, poco vinculados a asuntos públicos, tienden a creer que con regalos, y bajas promesas la gente votará por ellos, por lo común la gente elige bajo otros elementos y tiende aceptar estos regalos.	Estas prácticas continúan siendo parte de nuestra democracia, no se han erradicado y forman parte de las estrategias de los partidos políticos para obtener votos, ¿Qué tanto influyen en el resultado de una elección? Consideramos que una mínima parte pero si influyen. No se ha avanzado asimismo en una nueva ley o sistema más efectivo que penalice la compra y coacción del voto.	Aunque pudimos observar que se usan de forma mínima son parte del sistema en el poder que fomenta la compra de votos o condiciona su entrega a cambio de votos. Todos los partidos emplean estos programas, y son parte del sistema de compra de voluntades.

<p>Jalisco</p>	<p>Las elecciones de diputados federales no se ven, las que atraen en este proceso, son las de los presidentes municipales. La espotización de las campañas hartó e impidió un debate de propuestas y agendas. El voto nulo atractivo en la población urbana, ajeno a la población rural. Controvertido.</p>	<p>Impresionante el desconocimiento absoluto de diputados y senadores, se desconoce hasta a los vigentes. Mayor retención sobre los procesos electorales a presidentes municipales, gobernador y presidente de la República.</p>	<p>El perfil atractivo de los candidatos. Parcialmente el compromiso de lealtades por los beneficios ofrecidos. Preferencias partidistas.</p>	<p>Las novedosas: fiestas y verbenas; la intimidación, con la pérdida del trabajo a los empleados públicos, ante la posibilidad de perder; la pasarela: llevar a la gente que ha estado demandando algún bien o servicio a que vea un avance, en este caso, exhibición de tinacos, con el mensaje de que “aquí están, serán de ustedes si gana nuestro candidato”.</p>	<p>Se insiste en que los programas más grandes y de mayores recursos son los más utilizados, de manera escalonada por el gobierno federal, estatal y municipal. Que el discurso y el slogan oficial de blindaje lo contradice la práctica.</p>
<p>Nuevo León</p>	<p>Los procesos electorales han ido perdiendo interés por parte de la ciudadanía, las campañas sucias y groseras por parte de los partidos políticos han hartado de tal manera a los ciudadanos que, aunado al gran desinterés por parte de algunos sectores del país, se acentúa.</p>	<p>La memoria histórica de nuestros ciudadanos es bastante débil, ya por olvido inconsciente pero posiblemente más por acto consciente. No siempre es interesante recordar procesos electorales plagados de dudas, inconsistencias e irregularidades.</p>	<p>Se notó mucho el dato del voto duro, comentarios como “yo siempre he votado así” se dejaban escuchar con frecuencia. Aunado a ello, la escasa oferta de calidad en los procesos electorales reducía las opciones solo a los dos partidos hegemónicos de la región.</p>	<p>En este apartado casi siempre se hablo de terceras personas, de rumores pero nunca, o casi nunca, de datos concretos. Se tuvo la percepción de que el gobierno y los partidos estaban abusando de sus espacios pero no se obtuvo casi nada concreto.</p>	<p>En el estado de Nuevo León, por tratarse de elecciones concurrentes fue bastante obvia la intervención del gobierno estatal en la utilización de algunos programas públicos como el metro, el agua, etcétera, por parte del gobierno federal se distinguió menos.</p>

<p>Oaxaca. Tehuantepec</p>	<p>Escaso conocimiento e interés por el tema. Se enteraron y en ocasiones estuvieron atentos al desarrollo de las campañas, pero su rechazo a los partidos políticos derivado de promesas incumplidas en otras campañas y a una equivocada percepción sobre el papel de los legisladores, los convirtió en electores pasivos.</p>	<p>Solo hicieron mención ocasional de las elecciones municipales del 2007. Nada de la elección de gobernador del 2004 ni de la elección presidencial del 2006.</p>	<p>La capacidad de gestión social de los candidatos, la labor proselitista de los partidos y/o gobiernos estatal y federal y la identidad étnica de los candidatos.</p>	<p>Aunque no aportaron pruebas, tal vez porque la mayoría de los entrevistados no son beneficiarios de algún programa social, reconocieron que tanto el PRI como el PAN, pero con mas recurrencia el primero, se valen de la compra del voto, especialmente entre la gente pobre.</p>	<p>Escasa información sobre este punto porque en el grupo de enfoque no figuraron beneficiarios (as) de estos programas .Lo que opinaron fue lo que han escuchado de familiares y conocidos en su barrio o centro de trabajo.</p>
<p>Teotitlán de Juárez</p>	<p>Hay decepción de las elecciones y de la política en general. Señalan que cada proceso se renuevan promesas que no se cumplirán; hay un abuso en las necesidades de la población y la confianza de los ciudadanos. Pero también hay desconocimiento del para qué de las elecciones.</p>	<p>En su mayoría mostraron que recordaban al menos a dos candidatos de procesos anteriores, y la actuación de dos de los actuales que ya han sido diputados; recuerdan sobre todo las movilizaciones y las visitas de los candidatos en campaña, pues refieren que no regresaron.</p>	<p>El conocimiento de candidatos y partidos, dado que ha muchos no los conocen ni los han oído nombrar; la identificación que por experiencia tengan con los partidos; y la certeza de que son quienes toman decisiones respecto a servicios, apoyos, obra pública, gestión gubernamental.</p>	<p>Se aprecia que se han arraigado los mecanismos de compra y coacción del voto; existe indefensión de la ciudadanía para denunciar, pues nunca se sancionan y, en cambio, puede traer consecuencias para ellos, por el contexto de pobreza y de autoritarismo gubernamental.</p>	<p>Se perciben ya como una situación normal cada que se presenta un proceso electoral, y como una posibilidad de obtener “cuando menos algo” de los políticos y candidatos. Además, se relatan experiencias de condicionamiento para obtener programas sociales y servicios.</p>

<p>Puebla</p>	<p>Están alejados de lo que ellos necesitan sobre todo por que se sienten usados ya que el candidato los visita y promete, pero el legislador ni se acuerda de regresar, se considera que se trata de asuntos de camarillas los procesos electorales.</p>	<p>Por momentos se confunden las elecciones y en todo caso sus referencias en general son que se trata de lo mismo en donde hay una gran distancia entre la campaña y el ejercicio de representante, no se tienen muy claros los periodos de elecciones.</p>	<p>Se fijan en la trayectoria del candidato y después el partido, aunque hay gente que tiene prioridades inversas, pareciera que la idea de cambiar o castigar a la gente en el poder también influye y finalmente la situación general del país, en este caso la económica.</p>	<p>Se dan de manera constante en el medio rural, pero la gente lo recibe de manera diferente en donde la más vulnerable es la más pobre, la presión de sindicatos es especialmente fuerte para la coacción.</p>	<p>.Se utilizan mucho pero de manera cada vez más indirecta, en todo caso las mayores alteraciones se dan en el nivel municipal, en donde más que los partidos políticos pudieran estar influyendo las relaciones de corrupción y compadrazgo.</p>
<p>Sonora</p>	<p>Los ciudadanos ven los procesos electorales con cierta incertidumbre. Hay desconfianza de los candidatos (todos los partidos) de si van a poder cumplir sus promesas o va a pasar lo mismo de siempre que prometen y no cumple. Creen que es positivo que la mujer este participando en la política porque es más sensible que el hombre a los problemas sociales.</p>	<p>Al parecer recuerdan los procesos anteriores y los relacionan con promesas no cumplidas. Hay decepción de los políticos pasados y también de los actuales. Sin embargo existe la decisión de que hay que elegir e ir a votar por alguno de esos candidatos.</p>	<p>En algunos casos por el partido por el que siempre han votado. Porque les cae bien el candidato o por sus propuestas de campaña aun que nos les creen mucho tiene la esperanza de que ahora si les van a cumplir.</p>	<p>Consideran que todos los partidos utilizan este tipo de prácticas. Sin embargo en este municipio es más común que el PRI las lleve a cabo sin descarta al PAN y en última instancia el PRD. Todo depende de que tantos recursos tengan para destinar a la campaña.</p>	<p>Se tiene la percepción de que los programas se condicionan dependiendo de por quién vas a votar. Explican que en muchos casos los programas llegan a quien menos lo necesitan y otros no están enterados de su existencia o que conozcan casos irregulares al respecto. Ninguno de los ciudadanos que participaron son beneficiarios de algún programa social.</p>

<p style="text-align: center;">Veracruz</p>	<p>Se ha observado que existe más organización y que la gente se encuentra más tranquila.</p> <p>Se percibe que la gente no le da importancia al hecho de que tienen que elegir a un candidato.</p> <p>Las campañas han disminuido la participación de los ciudadanos.</p> <p>En algunas zonas sigue siendo fuerte el voto duro; sobre todo en las zonas rurales e indígenas, en las que hay mayor pobreza.</p> <p>La gente espera lo que les ofrecen los partidos políticos, pero ya saben por quien van votar. Si hay un mitin y saben que van a dar algo van.</p>	<p>Existía más impacto, también existía más competencia.</p> <p>En la elección pasada la gente tenía más expectativa, ahora no se ve tanto, no se les ve mucha motivación a los partidos. Ahora la personas se van o votan por un candidato o partido por tradición ya no tanto por el dinero o las cosas que les dan.</p> <p>Las elecciones pasadas fueron muy reñidas y competidas, con mucho ataques en los medios de comunicación en contra de AMLO y mucho derroche de dinero.</p> <p>También hubo campañas de miedo, a las personas les decían que si ganaba el PRD iban a perder todo lo que tenían.</p> <p>En el estado el gobierno le metió mucho dinero con la leyenda de FIDELIDAD.</p> <p>Los tiempos de campañas fueron muy largos y con</p>	<p>La pobreza y las carencias son la principal influencia en la decisión de por quien votar.</p> <p>Influye mucho en la decisión del voto el reparto de cosas, sobre todo a poco tiempo de las elecciones, como por ejemplo dar máquinas, y pues la gente vota por quien les da más.</p> <p>Las promesas de los candidatos también influyen, aunque sean puras mentiras. Al acercarse la elección se reparte más dinero y se ofrecen más programas.</p> <p>Otro factor de influencia es la filiación política y los compromisos que tenga el jefe de familia, y que abarca a toda la familia.</p> <p>La religión, el sacerdote influye en las personas que asisten a la iglesia.</p> <p>Por corporativismo.</p>	<p>Se ha notado reparto de despensas a cambio de las copias de las credenciales de elector</p> <p>Se otorgan concesiones a cambio de afiliaciones partidistas.</p> <p>A cambio de beneficios piden el voto. Prometen proporcionarles programas al igual que quitárselos como Oportunidades.</p> <p>En el caso de Piso Firme se utiliza para condicionar a la gente.</p> <p>Los funcionarios de SEDESOL están pidiendo votos por el PAN a cambio de apoyos. En el caso de Piso Firme y Oportunidades le dijeron a la gente que era el PAN quien estaba apoyando y que tenían que votar por el.</p> <p>Los presidentes municipales están</p>	<p>Se ha observado que les dan capacitación en forma grupal a personas que reciben apoyos del gobierno federal. Les dan a saber a las personas que los programas no son con fines políticos.</p> <p>En algunos municipios las casas de los presidentes municipales estuvieron llenas de despensas. Los presidentes municipales promueven la imagen del gobernador y algunos dicen que son las obras sociales son obras suyas y que las despensas que entregan salen de su dinero.</p>
--	--	---	---	--	---

		<p>mucha propaganda electoral</p> <p>La gente quedó descontenta con el resultado y le echó la culpa al IFE.</p>		<p>apoyando las giras de los candidatos, prometiendo apoyos.</p> <p>Funcionarios de SEDESOL, están pidiendo votos a favor del PAN prometiendo láminas, etc.</p> <p>Se ofrecen obras a través de los Comisariados Ejidales y/o del Agente Municipal, para poder obtener sus votos.</p>	
--	--	---	--	---	--

<p>Yucatán</p>	<p>Hay una cultura de participación en Yucatán, que hace que en la reunión opinaran que sería un desperdicio anular el voto. Sin embargo, ven con poco interés esta elección al considerar a los Diputados como algo lejano, a quien sólo ven en épocas electorales.</p>	<p>Los recuerdan y participaron en la elección pasada. No se aportó nada relevante.</p>	<p>El voto se da por costumbre por el mismo partido, se vota por tradición.</p>	<p>Identifican los regalos, las prácticas ya descritas de las redes juveniles del PRI, los promotores que pasan identificando simpatizantes. Este pase de lista, sienten que es la razón por la cual los partidos saben por quién se vota. A pesar de que reconocen que el voto es secreto. Dicen que aunque acepten los regalos, votan por quien quieran. Hay que recordar que nos tocó entrevistar en zona urbana en el Distrito 03.</p>	<p>No identifican el condicionamiento de programas sociales a cambio del voto.</p>
-----------------------	--	---	---	--	--

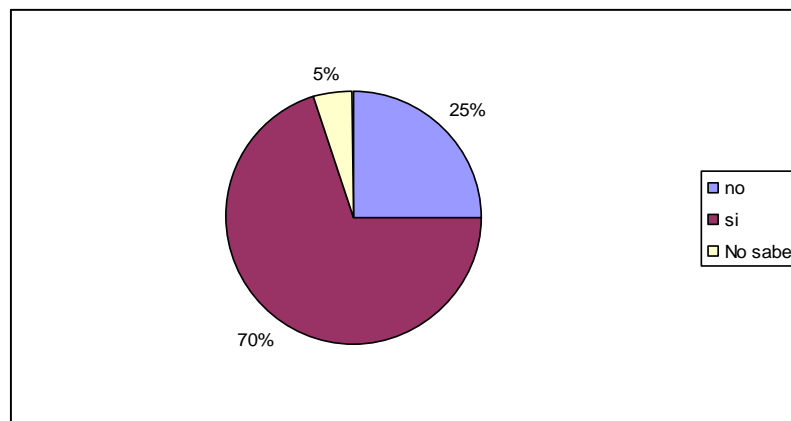
5. ENCUESTA HOGARES.

Con base en la muestra diseñada tanto para los distritos rurales como los urbanos se bajó a campo del 27 de junio al 4 de julio del 2009 para aplicar la “encuesta a ciudadanos” en cada uno de los 23 distritos federales electorales en los que Alianza Cívica trabaja desde marzo de este año. Esta encuesta no pretendió conocer la tendencia del voto ciudadano, sino detectar situaciones concretas de compra y coacción del voto en la operación de actores políticos. Para la realización del monitoreo se puso en marcha la metodología diseñada previamente, resultando un total de 3,000 encuestas aplicadas.

Con el objetivo de contar con información en tiempo real, se diseñó una base de datos para capturar las encuestas en Internet sobre el trabajo en campo de los 10 socios en los estados y fue posible presentar en **Conferencia de Prensa** el sábado 4 de julio en el Hotel Imperial los resultados preliminares¹³. La finalidad fue tener una incidencia sobre posibles prácticas de compra y coacción.

En esta presentación Alianza Cívica dio a conocer “Los resultados preliminares del monitoreo ciudadano sobre clientelismo, compra y coacción del voto”, los cuales arrojaron que¹⁴:

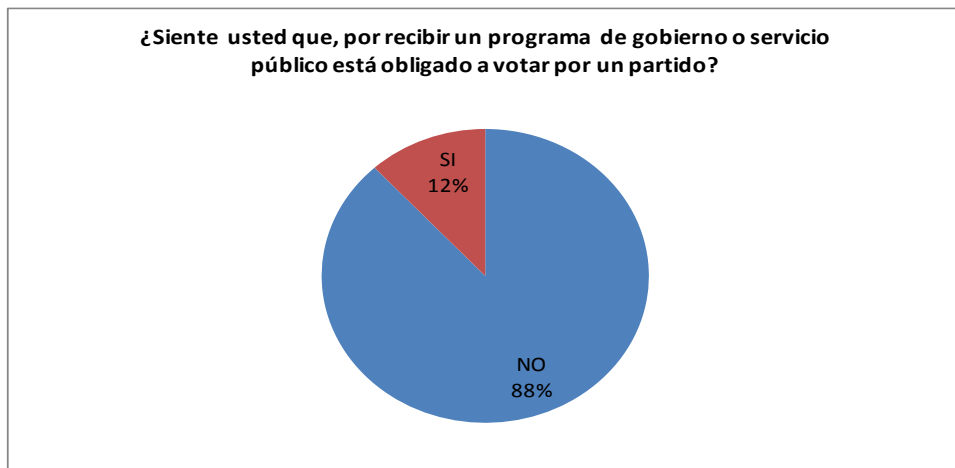
- El 25% por ciento de la población manifiesta que el voto no es secreto.



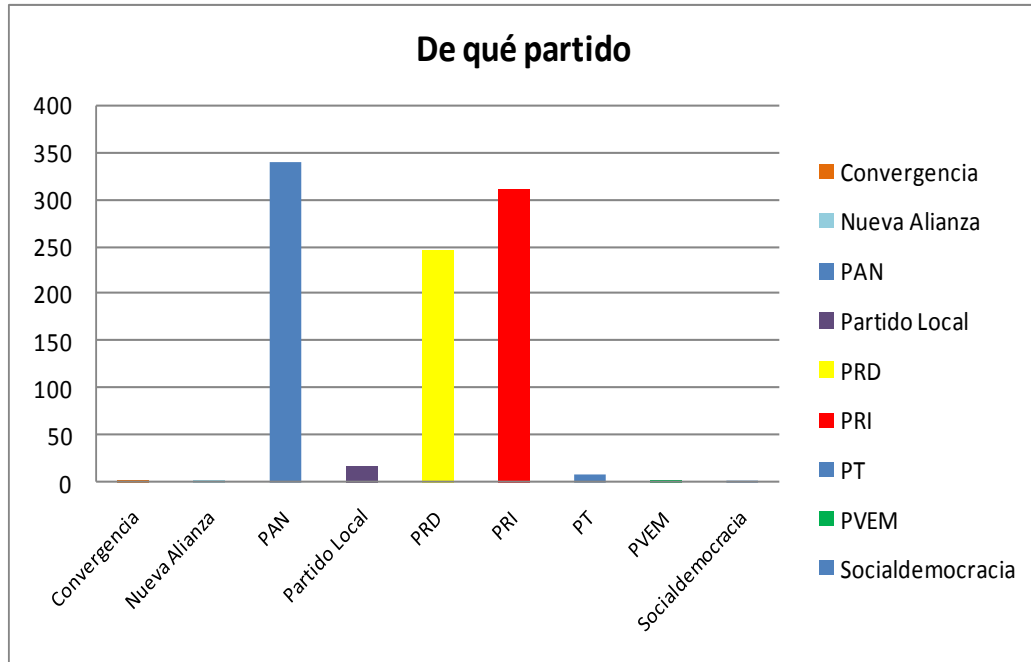
¹³ Se anexa boletín de prensa (ANEXO 5)

¹⁴ Se anexa presentación para la conferencia (ANEXO 6)

- Al 18% de la población encuestada le han pedido su credencial de elector para condicionarlo a votar por un partido.
- El 12% considera que por recibir algún programa o ayuda está obligado a votar por un partido en especial.



- El 39% piensa que los programas sociales se dan principalmente a simpatizantes de los partidos políticos.



- Los partidos políticos dedicaban la mayor parte del financiamiento (70%) a la propaganda electoral en medios electrónicos. Con la reforma electoral 2007-2008 se redujeron los recursos destinados para este rubro, al prohibir a los partidos políticos contratar directamente espacios en radio y televisión. Esto hizo que **aumentara de tres a cuatro veces más** el monto destinado a campañas electorales de promoción del voto y acciones directas con los ciudadanos. Brigadas de proselitismo directo y todo tipo de acciones de compra y coacción.
- Lejos de hacer campañas electorales con propuestas, se deteriora la relación partidos-ciudadanía.
- El exceso de recursos públicos con los que cuentan los partidos políticos, para promoción del voto aumentó el uso para acciones de compra y coacción del voto.
- La forma en la que los partidos políticos utilizan los recursos públicos para vincularse a la ciudadanía es perjudicial para el país: genera una cultura política

clientelar, que no favorece la participación libre e informada en los asuntos públicos ni la rendición de cuentas.

En esta conferencia se contó con la participación de medios de comunicación impresa como lo son: Radio Trece, el Reforma, El Universal, Milenio, Notimex (ver anexos). En vísperas de tener los resultados definitivos de la investigación en campo se espera realizar una siguiente conferencia de prensa.

6. OBSERVACIÓN DE LA JORNADA ELECTORAL.

Alianza Cívica, AC acreditó el siguiente número de observadores

Entidad	Observadores
Coahuila	17
DF	31
Estado de México	16
Jalisco	14
Nuevo León	14
Oaxaca	15
Puebla	16
Sonora	9
Veracruz	29
Yucatán	13
Total	164

Considerando el número de observadores electorales se propuso hacer la observación de la Jornada Electoral a través de brigadas móviles¹⁵ para observar de 6 a 8 casillas el día 5 de julio. Preferentemente en las secciones y AGEBS donde se aplicaron las encuestas a los ciudadanos. El formato de guía fue el mismo que utilizó Alianza Cívica, Grupo Ambientalista y Deca Equipo Pueblo.

¹⁵ Se anexa Guía de observación y fotografías

Las secciones electorales estuvieron muy cercanas entre sí, lo que permitió hacer una observación itinerante en un mayor número de casillas. Para identificar posibles actos irregulares se sugirió primero observar los alrededores de la sección, y después se presentaron con los funcionarios de casilla y/o los representantes para hacer las preguntas de la guía de observación, como: hora de inicio de instalación, irregularidades, etc.

En los Estados muestra en los que hubo elecciones coincidentes, se recomendó incluir solamente la elección para diputados federales que es la base de nuestro estudio. Para una mayor coordinación de los estados se propuso:

- a) Nombrar a un responsable por estado: Su actividad fue realizar la captura de las preguntas de la guía de observación, para cada uno de los cortes (apertura, desarrollo y cierre y cómputo).
- b) Tener una lista de medios de comunicación para reportar los casos de emergencia.
- c) Realizar directorio de todos sus observadores e intercámbienlo entre ellos,
- d) Asignar a un responsable por brigada.
- e) En caso de irregularidades graves, Ej. Acarreos, casas amigas, etc. Les recomendamos tomar fotos en las casillas, siempre y cuando esto no represente algún tipo de problema o peligro para los observadores.

La guía se dividió en tres secciones en los cuales el observador electoral tenía que hacer tres reportes a los centros de información, la estrategia fue, la brigada de observadores electorales reportaba a su estado, y el responsable por estado a su vez reportaba a Alianza Cívica AC. El primer reporte fue a las 11:00 de la mañana con información referente a la apertura de la casilla, específicamente en temas como:

- Horario de apertura de casilla
- Material de casilla
- Propaganda a favor de algún partido y si se retiró dicha propaganda
- Numero de cobertura de representantes de cada partido
- Incidentes de casilla, reportarlo de inmediato
- Observadores de otras organizaciones, si es independiente, especificar de ninguna

- Percepción de la votación, compromiso de voto, presión de partidos políticos

El segundo reporte fue sobre el desarrollo de la votación y éste se dio a las 6:00 PM:

- Registro de incidentes
- Acarreo de votantes. Credenciales de elector de los votantes retenida por los partidos. Presencia de las mareas. Boletas cruzadas previamente. Suspensión de votación.
- Se prohibió el trabajo de los observadores electorales
- Papel de los representantes de los partidos políticos

Por último, en aquellos casos en los que fue posible se sugirió observar el cierre, escrutinio y Cómputo:

- Cierre de la votación de los observadores electorales durante el conteo de votos, si se contaron bien, quién ayudo al conteo de los votos
- Hora de terminó el conteo de votos, si había desacuerdo y de qué forma concluyó.

Debido a que se trató de brigadas móviles no fue posible reportar por cada casilla durante los tres reportes, sobretodo, en estados como Oaxaca y Veracruz en donde las distancia entre casilla y casilla hacía imposible la movilidad de las brigadas móviles observador electoral.

- **Entre resultados destacan:**

Se observaron 375 casillas electorales (168 básicas, 200 contiguas, 5 especiales y 2 extraordinarias), y se observó que la apertura de casillas, continúa siendo una de las fortalezas de la institución¹⁶.

Instalación y apertura de mesa directiva de casilla

¹⁶ El número de casillas no instaladas en esta elección federal fue de 41 de un total de las 139 mil 181 que fueron aprobadas por el IFE.

- En todas las casillas observadas se permitió realizar la observación, y estas comenzaron sus actividades antes de las 9:00 AM
 - Se contó con el material necesario para el desarrollo de la jornada electoral.
 - Se reportó la presencia de propaganda política. Los partidos reportados en las guías fueron el PRD, PSD, Convergencia, PVEM y Nueva Alianza.
 - En relación a la sustitución de los **presidentes de casillas** solo en 8 casos fue sustituido por el secretario, 6 del suplente y en 4 casos no aparecía el nombre en el encarte.
 - Sobre el Secretario de la casilla en 35 casillas fue sustituido por el escrutador, 16 por el suplente en 12 casos no aparece el nombre en el encarte.
 - El primer escrutador: 39 estaban como segundo escrutador, 1 como secretario, 32 como suplentes y 19 no aparecen.
 - Sobre el segundo escrutador en 64 casos aparece en el encarte como suplente y 54 no aparecen.
 - Sobre la representación de los partidos políticos. Tenemos la presencia de entre 1 y 2 representantes.
- El **PAN** no tuvo representante en 49 casillas de 284;
 - El PRI en 22 casillas de 294;
 - El **PRD** no tuvo representantes en 122 de 256;
 - El PT no tuvo representación en 163 casillas de 262;
 - El PVEM no tuvo en 186 de 257;
 - Convergencia en 187 de 243 casillas visitadas;
 - Nueva Alianza en 135 de 254 casillas visitadas;
 - El PSD no tuvo presencia en 211 de 239 casillas visitadas por nuestras brigadas móviles.
- Sólo en 5 casos se detectó presión a los votantes para dar su voto a algún partido y en 9 casos se notó que la tinta se borraba.
 - Se detectó la presencia de mareas del PRI en estados como Veracruz, el Estado de México y Yucatán.

Algunos incidentes reportados durante la Jornada

- No se detectó presión en la jornada electoral a los ciudadanos para ejercer su voto, sin embargo se dio el caso de personas que acudían a la casilla a votar y no aparecían en la lista nominal.
- Gente con credencial de elector que terminaba en 03 no se le permitió votar;
- Se detectó que la tinta indeleble se borraba.
- No se detecta que existan personas con varias credenciales de elector;
- No se detecta ninguna presión por parte de los partidos políticos.
- Se detectaron casos en donde la gente comentaba que se estaba dando dinero o despensa a cambio del voto y en la gente mencionaba que partido iba a ganar (Veracruz y Oaxaca)
- Se permite el trabajo de los observadores electorales, salvo en el caso de Sonora en donde hubo un incidente.

7. MESA DE ANALISIS. CIESAS 13 de julio del 2009

Foro “Participación Electoral, Partidos Políticos, Voto Nulo y su distribución en el espacio electoral” Observando el proceso electoral y conociendo sus resultados

El evento fue convocado por Alianza Cívica, el CIESAS, El Colegio Mexiquense con Fondos del PNUD, entre los panelistas se encontró:

- Lourdes Morales – directora de Alianza Cívica
- Hugo Concha Cantú- Director de capacitación y educación cívica del IFE
- Edgar Hernández, presidente del Colegio Mexiquense
- Alberto Aziz Nassif, profesor investigador del CIESAS
- Lorenzo Gómez Morin, ex Subsecretario de Educación Pública
- Mtra. Rosa Albina Garavito, académica de la UAM
- Marco Rascón, columnista de La Jornada
- Mtro. Francois Lartigue Menard, Seminario de Antropología Política del CIESAS.

Entre las conclusiones más importantes se encontraron las siguientes:

- Con la reforma electoral del 2007 se trató de propiciar mayor equidad y de reducir los costos de las elecciones. En comparación con el financiamiento proporcionado en 2003 (elección federales para la renovación de la Cámara de Diputados) existe una disminución del 20% con respecto a la elección federal del 2006, en donde además se renueva el Congreso y el Poder Ejecutivo. Considerando que los partidos destinaban el 70% del financiamiento a la compra de espacios en radio y televisión, y en el entendido de que la reforma lo regula, concluimos que una buena parte de los recursos se destinaron para las campañas en tierra, además de no representar un gran ahorro en el presupuesto en términos reales.
- En relación a la capacitación y educación cívica de los ciudadanos, la DECEYEC hará una evaluación exhaustiva con las memorias del proceso electoral. Con ello *se procesará una nueva estrategia de capacitación electoral*, ya se ha enviado un cuestionario a los capacitadores, y a las juntas distritales sobre sus impresiones y experiencias del proceso electoral; finalmente, y como se ha hecho anteriormente, se realizará una evaluación externa sobre la capacitación a través de un centro de estudios.
- Uno de los focos rojos que señala la propia DECEyEC es la falta de actualización del padrón electoral, lo cual corresponde a un porcentaje de entre el 15% y el 20%. El IFE trató en un primer momento de paliar esta situación a través de la campaña “Si es 03 renueva” la cual surtió cierto efecto aún y cuando el propio IFE dio marcha atrás y permitió que los electores votaran en esta elección con su credencial 03. La reforma electoral trata de solucionar esta situación, sin embargo será hasta el 2010 que se podrán ver los mayores avances. Esta situación ha sido analizada por Silvia Gómez Tagle del Colegio de México, la cual sacará un estudio al respecto. En esta evaluación se detecta que con todo y el desfase en el padrón, las tendencias se repiten pero el porcentaje de votantes en términos reales es mucho mayor que lo que se reporta.
- Para el IFE, existen cinco temas que influyeron en la participación ciudadana: a) Campaña de renovación de credenciales (terminación 03) y vigencia de la credencial; b) Campaña por el “voto nulo”: las estadísticas confirman que fue un fenómeno principalmente urbano y metropolitano; c) Elecciones coincidentes: 11

estados tuvieron elecciones locales, de los cuales se renovaban a seis gobernadores. d) Administración del tiempo en radio y televisión por parte del IFE y e) Los programas a nivel distrital, el IFE sugiere que los trabajos y talleres de educación cívica impactaron en la participación electoral aunque en realidad no se toma en consideración la elección coincidente de Estado de México, entidad que concentra el mayor padrón electoral de México y que, a diferencia del 2003, tuvo elección coincidente el mismo día que las federales.

- Mucho gasto y pocos resultados. Entre el 2003 y 2009 se hizo una reforma electoral y se puso en jaque la legitimidad de las instituciones electorales con las protestas post-electorales del 2006. A pesar del gasto público destinado a partidos políticos (3,360 millones de pesos) solo se logró aumentar en un 3% la participación ciudadana.
- Sin duda la elección intermedia del 2009, estuvo marcada por el fenómeno del voto nulo el cual alcanzó el 5.39% de la votación total¹⁷. El debate ciudadano giró en torno al: a) malestar o hartazgo ciudadano por los abusos partidistas, b) la falta de representación de intereses ciudadanos; c) la necesidad de cuantificar los votos nulos como una “novena opción” teniendo así algún tipo de efecto jurídico.
- Multipartidismo: la elección 2009 muestra que existe una mayor competitividad entre el PRI y PAN y en algunas zonas del país también con el PRD. El PRI logra ganar 5 de las 6 gubernaturas en disputa, mientras que el resultado final de Sonora sigue en litigio. Todas las fuerzas políticas muestran acciones de compra y coacción del voto.
- La violencia es un factor determinante para el abstencionismo ciudadano, así como también lo es la migración. Sobresalen los casos de: Chihuahua, Sinaloa, Guerrero, Michoacán y Baja California (aunque este Estado es clásicamente abstencionista).

¹⁷ El partido Verde Ecologista obtuvo sólo el .9% más que los resultados del voto nulo, incluso lo suficiente para que un partido político contemple su registro. Por ejemplo el PSD no alcanzó el 2% de votos requeridos para conservar el registro.

- La nueva integración de la Cámara es entonces: PRI (247); PAN (143); PRD (71); PVEM (22); PT (13); Convergencia (6) y Nueva Alianza(8). La composición de la Cámara de diputados se distingue por los grupos de partidos, lo cual
- A pesar de la alternancia y el pluripartidismo no se detecta un cambio significativo en la agenda política. Las viejas prácticas políticas permean en el ciudadano y su comportamiento político. Aún así, se registran reacomodos partidistas: el PRD pareciera una reedición del viejo PRI, el PAN reacciona de manera cupular y el PRI trata de recuperar el terreno perdido.
- Hay una crisis en el sistema de representación ciudadana.
- ¿El regreso del PRI?. Hay un aumento de votos para el PRI, (3 millones 20 mil más en relación al 2003). El PRI que regresa es el que logró derrotar al viejo PRI nacionalista que ahora está en el PRD. Le da mayor posibilidad de regresar en el 2012 aunque el mismo escenario se presentó en el 2003..

8. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Alianza Cívica realizó tres conferencias de prensa, en la que se dieron a conocer el proyecto, los avances y los resultados de la investigación:

- 18 de Marzo
- 15 de Junio
- 4 de Julio

Entre los medios que asistieron se encuentran: Notimex, Reforma, Milenio, Financiero, radio 13, etc. Además, en los estados, destacó la difusión en medios de Coahuila, Yucatán y Veracruz.¹⁸

Relación de entrevistas en radio y prensa Proceso de Observación Electoral 2009 Alianza Cívica

	Medio	Tema	fecha
--	-------	------	-------

¹⁸ Se anexan boletines y notas de prensa

Thomas Legler y Lourdes Morales	Reforma “Vigilan prácticas clientelares”	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009	19 de marzo 2009
Thomas Legler, Lourdes Morales	Reforma, El Universal: “Analizarán en la UIA los retos de la ciudadanía en contextos electorales”	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009	
Lourdes Morales y Jesús Cantú	TV UNAM /Canal del Congreso Programa IFE: Programa de análisis político social “Voces de la democracia”. Tema: “Clientelismo político”	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009	11 de Mayo del 2009
Boletín de Prensa	“Alianza Cívica se deslinda de campaña del voto en blanco”. El Universal, Reforma, Unomasuno, El Economista.	Proyecto de Observación Electoral 2009	5 de junio 2009
Lourdes Morales	“Acusa Alianza Cívica clientelismo”, Reforma	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009	15 de junio 2009
Lourdes Morales	CNN-TV “Clientelismo y elecciones”	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009	15 de junio 2009
Lourdes Morales	Serie “Entre Argumentos” TEPJF/IFE/Canal del Congreso	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009	19 de junio 2009

Lourdes Morales	RADIO GRUPO BI Frecuencia 790 am, Noticiero: Programa de análisis político social “Más allá de la noticia” Aguascalientes	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009	2 de julio del 2009
Lourdes Morales	RADIO GRUPO BI Frecuencia 790 am, Noticiero: Programa de análisis político social “Más allá de la noticia” Aguascalientes	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009	2 de julio del 2009
Lourdes Morales	Radio Fórmula 104.1 FM Noticiero Detrás de la Noticia con Ricardo Rocha	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009	3 de julio del 2009
Lourdes Morales	W radio Cobertura especial Elecciones 2009 Locutor Héctor Jiménez Landín	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009	5 de julio del 2009
Lourdes Morales	Enfoque, Reforma Los focos rojos de la elección. Entrevista a varios académicos y organizaciones	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009	5 de julio del 2009
Beatriz Camacho Lourdes Morales	Radio Bemba Radio comunitaria por internet	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009	5, 6 de julio del 2009
Lourdes Morales	Canal 11 Programa especial cobertura elecciones 2009	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009	5 de julio

Lourdes Morales	Radio Educación 1060 AM Programa Relieves	Balance de Campañas políticas	6 de julio
Lourdes Morales	Revista Buzos	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009	7 de julio
Lourdes Morales	Radio Ibero Programa especial de análisis de la jornada electoral del 5 de julio.	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009	8 de julio del 2009
Lourdes Morales	Milenio Diario	Observación Electoral de Alianza Cívica 2009.	6 y 13 de julio 2009

9. CONCLUSIONES GENERALES

Con base en el reporte de las diez coordinaciones con las que Alianza Cívica AC desarrolló trabajo de campo para el proyecto de observación electoral sobre se concluyó lo siguiente:

- Reforzar la capacitación e información a la ciudadanía sobre los procesos electorales: Si bien el IFE reporta como uno de sus éxitos en la organización de la jornada el gran número de casillas electorales instaladas en el país, Alianza Cívica (AC) concluye que no es suficiente centrarse en este aspecto operativo, sino en la calidad de la capacitación que se brinda a los ciudadanos que participan como funcionarios de casilla.
- Disminuir el costo de las elecciones: A pesar de la reducción en el financiamiento de los partidos políticos, éstos siguen recibiendo un alto porcentaje de recursos que no son utilizados para campañas electorales de contenido ni para fortalecer la cultura de la democracia. Más debate, más propuestas y menos compra del voto.

- Sobrecarga del IFE: AC detectó que la nueva reforma electoral, sobrecarga al IFE de funciones. Esto es visible en los consejos distritales en donde los funcionarios, que no cuentan con la formación suficiente en materia de derecho electoral, tuvieron que resolver quejas principalmente interpuestas por partidos. Se sugiere una capacitación a estos funcionarios y más apoyo institucional.
- Ampliar proyectos con organizaciones civiles y centros de educación superior: En la misma lógica, AC detectó que las prácticas de “compra y coacción del voto” no sólo tienen efecto en el proceso electoral. Por ello proponemos incentivar al desarrollo de proyectos con organizaciones de la sociedad civil y con centros de estudios superiores que den seguimiento a la asignación de los recursos públicos destinados a programas sociales; a observar, analizar y difundir las reglas de operación de éstos así como hacer evaluaciones ciudadanas. Este tipo de prácticas fueron detectadas en el monitoreo realizado a ciudadanos por lo que habría que sentar un precedente en la agenda de la sociedad civil que permita monitorear el uso electoral de estos programas y el conocimiento de las reglas de operación.
- Fomentar la Cultura de la Legalidad: AC detectó que la ciudadanía no identifica con claridad los delitos electorales ni usa los mecanismos de denuncia existentes en el marco jurídico actual. Si bien los delitos electorales están tipificados en el Código Penal y en ellos se reconoce a la “compra y coacción del voto”, estas prácticas siguen siendo palpables. La forma en la que los partidos políticos utilizan los recursos públicos para vincularse a la ciudadanía es perjudicial para el país: genera una cultura política clientelar, que no favorece la rendición de cuentas ni la participación informada en los asuntos públicos.
- La agenda del voto nulo: A pesar de que AC no hizo campaña a favor de la anulación del voto, comprendió el hastío ciudadano y colaboró con la construcción de una agenda que surgió del movimiento del voto nulo. Esta se centra en tres aspectos: a) reducción en el financiamiento de los partidos políticos, b) creación de mecanismos de participación ciudadana directa, c) creación de candidaturas ciudadanas.

- Rendición de cuentas: AC luchará por que los partidos sean sujetos obligados de transparencia para que rindan cuentas con mayor precisión de sus actividades y den cuenta sobre la forma en la que gastan los recursos del erario.
- Campañas de educación cívica a la ciudadanía: La compra y coacción del voto se percibe como una tradición normal que se encuentra muy arraigada en la sociedad mexicana, así como existen personas que “compran el voto” existe quienes está dispuesto a “vender su voto” al partido que cuente con más recursos. El poco valor que se le da al voto requiere de una atención urgente. Por ello, AC propone crear campañas de educación cívica de manera permanente para arraigar en las nuevas generaciones una verdadera “cultura política mexicana” que permita entender al sufragio como un acto cívico y no como un negocio de partidos políticos.