

¿Cuánto cuesta una diputación?: gastos de campaña y elecciones en México

How much does a legislative seat cost?: campaign expenditures and elections in Mexico

Edwin Atilano Robles

Facultad de Estudios Superiores Acatlán
Universidad Nacional Autónoma de México
Naucalpan de Juárez, Estado de México
<https://orcid.org/0000-0001-6178-680X>
edwin_atilano@politicass.unam.mx

Sergio Arturo Bárcena Juárez

Escuela de Humanidades y Educación
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores
de Monterrey
Ciudad de México, México
<https://orcid.org/0000-0002-4860-6699>
sergio.barcena@tec.mx

Julio Téllez del Río

Escuela de Ciencias Sociales y Gobierno
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores
de Monterrey
Ciudad de México, México
<https://orcid.org/0009-0007-2487-6559>
julio.tellez@tec.mx

Resumen: En este artículo se analiza cómo distribuyen su presupuesto los partidos políticos entre sus candidaturas cuando hay diversas elecciones en juego y escasez de recursos. Y, una vez ejercidos los gastos de campaña, el efecto que tienen en el triunfo o fracaso de una elección. Se utiliza una base de datos original de las elecciones de diputados federales en México de 2021 y se aplican diferentes modelos de regresión logística. Los resultados sugieren que hay un efecto positivo del gasto en la probabilidad de ganar una elección. Esto resulta relevante para el entendimiento de estrate-

gias electorales y posibles condiciones que afectan la equidad democrática.

Palabras clave: gastos de campaña; dinero en elecciones; financiamiento de partidos políticos; candidaturas legislativas; reelección

Abstract: *With several elections at stake and limited resources, how do political parties allocate their expenses among their candidacies? And once the expenditure has been made, what is the effect of campaign spending on winning an election?*

This article examines these questions by utilizing an original database from the federal deputy elections in Mexico in 2021 and employing logistic regression models. The findings suggest a positive effect of expenditure on the probability of winning an election. This is relevant for understanding elec-

toral strategies and potential conditions that affect democratic equity.

Keywords: *Campaign expenditures; money in elections; political party funding; legislative candidates; reelection*

Introducción

La influencia del dinero en los procesos electorales ha sido ampliamente estudiada desde la ciencia política. Muchos de estos análisis se han concentrado en las estrategias de donación de particulares y de gasto de los políticos, en cómo hay un *trade-off* en los modelos de financiamiento: el público implica costos para el Estado; el privado, riesgos para la representación popular. Sin embargo, aún no hay certeza respecto a qué tanto ayuda gastar en una campaña para obtener el cargo público que se disputa. El tema amerita ser indagado para entender, en particular, el rol de los recursos monetarios en las elecciones y, en general, la posible distorsión que el dinero ejerce en la equidad de los procesos democráticos.

La utilización del dinero (lícito) para ganar (legalmente) más votos tiene implicaciones electorales, partidistas y legislativas que lo convierten en asunto fundamental de las democracias modernas. A partir de esto, empleamos una base de datos original para probar los efectos del gasto en las campañas políticas en los resultados electorales. Esta evidencia empírica hace referencia a lo sucedido en el proceso electoral federal de 2020-2021 en México, cuando se renovó la Cámara de Diputados. En particular se analiza lo gastado por los partidos políticos en cada uno de los 300 distritos en su afán por ocupar una diputación federal por el principio de mayoría.

Para examinar los efectos de lo anterior en la variable que se intenta explicar, los votos obtenidos por cada candidato —específicamente la probabilidad

de ganar una elección— se consideran factores que pueden llegar a incidir en los resultados electorales, por ejemplo: el partido político o coalición que postula la candidatura, los votos recibidos por la fuerza partidista en las elecciones inmediatas anteriores, la competitividad del distrito y características del candidato (género, edad y experiencia político-legislativa). Adicionalmente, se toma en cuenta una condición que, por primera vez en épocas recientes del país, se presentó en los comicios de este año: la reelección consecutiva.

Los resultados indican que el gasto en las candidaturas tiene un efecto estadísticamente significativo en la probabilidad de ganar una elección legislativa, además de que los candidatos que buscan reelegirse también aumentan sus probabilidades de ganar. No obstante, cuando se aplican modelos que incluyen la fuerza electoral de los partidos políticos en la elección inmediata anterior, el resultado ya no es significativo. Al recurrir a diversos modelos de regresión logística binomial, se ofrecen diferentes efectos marginales promedio. Cada uno se describe de manera individual para explicar los casos en los que el dinero influye más en las probabilidades de ganar una elección para un puesto legislativo.

Primero se ofrece una revisión de la literatura sobre el tema, se profundiza en las aproximaciones teóricas que explican por qué y cómo el dinero es útil para ganar una campaña política para obtener un asiento en una cámara legislativa, además de la relevancia del estatus del candidato en términos de si busca reelegirse o llegar al cargo por primera vez. Después se expone el caso mexicano, se delinea el

modelo de financiamiento, así como algunos aspectos electorales y legislativos. En un tercer apartado se resumen los principales estadísticos descriptivos de la base de datos analizada y se presentan los resultados de los modelos de regresión estimados, siguiendo una revisión de los hallazgos encontrados. Finalmente, se arriba a las conclusiones de la investigación, así como a sus implicaciones y futuras líneas de estudio.

Consideraciones teóricas

La lógica más fundamental detrás de las campañas electorales es que los esfuerzos para obtener votos influyen en el comportamiento de los votantes y, por ende, en el resultado de una contienda, sobre todo si es cerrada (Simon, 2002; Langston, & Benton, 2009). A partir de esa premisa, partidos y candidatos organizan actividades para persuadir a los ciudadanos de que voten por ellos. Estas estrategias implican la inversión de recursos humanos, tecnológicos y materiales. Por eso la literatura sobre el tema, cuyas comprobaciones empíricas se realizan principalmente con evidencia de Estados Unidos, no deja lugar a dudas: en las campañas sí importa cuánto se gasta (Jacobson, 2015, p. 36).

La investigación del financiamiento de partidos y sus efectos en distintos ámbitos de la democracia se ha abordado desde varias perspectivas teóricas, tanto meso como macroeconómicas, y explora su impacto en aspectos cruciales, como la calidad de la democracia, la dinámica de la competencia partidista, el éxito de los partidos en elecciones y el comportamiento político general. Teorías relevantes en este campo sostienen que el financiamiento de los partidos, al ser una herramienta esencial para la campaña y la movilización, tiene efectos significativos en la competencia electoral y en la representación democrática. Se han considerado varios factores que influyen en el grado de participación ciudadana en los comicios. Estudios tanto a nivel agregado como individual han vinculado

algunas variables —condiciones legales, cultura política, características y actitudes de los votantes— a las diferencias observadas en la participación electoral (Conway, 1999; Wolfinger, & Rosenstone, 1980). Se ha encontrado frecuentemente que el gasto de los candidatos en publicidad y esfuerzos para movilizar votantes resulta en un aumento en la tasa de participación ciudadana (Cox, & Munger, 1989; Jackson, 1997).

Asimismo, en análisis de elecciones legislativas estatales se han hallado patrones de participación muy similares a los observados en elecciones presidenciales. Por ejemplo, un mayor gasto en campañas aumenta la participación de los votantes, aunque a menudo otras condiciones demográficas y legales influyen más (Hogan, 1999; Tucker, & Weber, 1987). También se ha notado que el influjo del gasto en la participación tiene rendimientos decrecientes (Tucker, 1986). Estos hallazgos sugieren que el proceso causal que afecta la participación en el legislativo estatal es similar al de otras jurisdicciones políticas.

Jackson (1997, 2002) considera que una elección presidencial de alto estímulo altera la influencia movilizadora de las campañas estatales, pero que el gasto en campañas para el Senado de EE. UU. y las gubernaturas afecta mucho menos en años de elecciones presidenciales debido a que muchos votantes ya están movilizados por la campaña presidencial de alto perfil. Francia y Herrnsen (2004) identificaron un efecto sinérgico en el que la influencia movilizadora del gasto en campañas se potencia en aquellos estados que permiten el registro el mismo día de las elecciones.

En el caso mexicano, la literatura en la materia, aunque no extensa, ofrece perspectivas valiosas. Un trabajo destacado en este campo es el de Casar y Ugalde (2018). Este estudio aporta un análisis profundo del financiamiento de campañas en México y se enfoca en las prácticas ilegales y su repercusión en la integridad electoral. Dichos autores argumentan

que el financiamiento ilegal y opaco no solo socava la equidad en la competencia electoral, sino que erosiona la confianza en las instituciones democráticas y fomenta la corrupción.

En uno de los primeros estudios en la materia, Jacobson (1978), con datos de la elección de representantes en Estados Unidos durante 1972 y 1974, planteó que los gastos de campaña tenían mayor eficacia para los candidatos que no ocupaban la posición política por la que competían; esto se explica porque, para el autor, el gasto electoral es en particular útil para un propósito: que los electores sepan el nombre del candidato. Más adelante, en otro trabajo, Jacobson (1985) examinó las elecciones legislativas estadounidenses del periodo 1972-1982, y trazó un modelo que, después de probarlo empíricamente, proponía que cada gasto adicional a 100 000 dólares aumentaba el porcentaje de votos hasta 2.2%.

Con evidencia empírica de las elecciones del Senado de Estados Unidos entre 1974 y 1992, Gerber (1998) encontró que el efecto marginal de las actividades de los candidatos que compiten por el puesto (*challengers*) es, además de positivo, similar al de los que buscan retener el asiento legislativo (*incumbents*), resultado semejante al de otros estudios sobre la Cámara Alta de ese país (Goldstein, & Freedman, 2000). Asimismo, al analizar lo ocurrido en el ámbito estatal de Estados Unidos, Stratmann (2006) descubrió que, cuando se limitan las contribuciones de quienes aportan recursos, el monto de lo gastado en una campaña tiene mayor efecto en el aumento de votos recibidos por los candidatos, independientemente de si buscan reelegirse o no. En este sentido —la relación positiva entre dinero-votos para puestos legislativos—, apuntan también otros analistas en el caso de Estados Unidos (Abramowitz, 1988; Grier, 1989; Jacobson, 1990; Ansolabehere, & Gerber 1994; Kenney, & McBurnett 1994; Moon, 2006).

Aunque menos, hay autores que han indagado acerca de la relación entre ambas variables con datos de otros países. Carty y Eagles (1999), al examinar lo ocurrido en las elecciones federales de Canadá de 1988, hallaron que en los procesos locales el gasto de campaña es sumamente importante para ganar comicios. Otros autores (Benoit, & Marsh, 2008) encontraron que, en las elecciones generales de Irlanda en 2022, la relación entre el gasto durante una campaña y los resultados electorales es positiva y significativa: más dinero implica más posibilidades de obtener un asiento legislativo. Para el caso irlandés también se encontró que hay un efecto diferenciado del dinero gastado en una campaña sobre los resultados electorales alcanzados a partir del género del candidato o candidata (Buckley, & Mariani, 2023).

Para el caso chileno, en las elecciones de diputados de 2005 (Morales Quiroga, & Rodríguez Piñeiro, 2010), *incumbentes* y *desafiantes* extrajeron rendimientos electorales de su gasto y, como lo señalan, muestran “cómo los candidatos que *a priori* tienen más ‘ventajas’, extraen un mayor rendimiento” (pp. 663-664). Por su parte, al revisar lo ocurrido en las elecciones legislativas en Japón, Cox y Thies (2000) hallaron que, controlado por otros factores, el gasto de los candidatos influye positivamente en la cantidad de votos que consiguen. De hecho, ambos autores concluyeron que, en promedio, el efecto marginal del gasto de campaña era mayor en el caso japonés que en el estadounidense. Además de los anteriores, hay investigaciones que han probado la relación de gasto con mejores resultados electorales en otros países, como en las elecciones legislativas en Francia en 1993 (Palda, & Palda, 1998), los procesos electorales de Reino Unido entre 1983 y 1992 (Pattie *et al.*, 1995), los comicios para integrar la Cámara de Diputados de Brasil en 1994 (Samuels, 2001a), así como un análisis de Johnson (2012) de seis elecciones legislativas en tres países: Brasil (2002 y 2006), Finlandia (2003 y 2007) e Irlanda (2002 y 2007). De

ahí que, independiente de si el candidato busca reelegirse o no, se propone:

Hipótesis 1: Los candidatos a puestos legislativos que más dinero gastan en su campaña electoral tienen mayor probabilidad de ganar la elección.

Aunque difieran en el mecanismo causal y en su magnitud, pocos postulados politológicos tienen más estudios y consenso en la literatura congresional-electoral de Estados Unidos que la *incumbency advantage* o ventaja de quien busca reelegirse en su cargo legislativo (Erikson, 1971; Mayhew, 1974; Tufte, 1975; Fiorina, 1977; Gelman, & King, 1990; Cox, & Morgenstern, 1993; Levitt, & Wolfram, 1997). El argumento, probado empíricamente por diversos autores, es claro: ocupar el cargo otorga mejores condiciones de competencia por factores como los recursos que el legislador en turno tiene (financieros, mediáticos y de *staff*, entre otros), el reconocimiento (y aprobación) de los votantes, el retirarse antes o no postularse a la reelección por parte del *incumbent* si prevé que no ganará y el efecto disuasorio de posibles *challengers* que adelantan una contienda asimétrica (Squire 1991; Cox, & Katz 1996; Ansola-behere, & Snyder 2000).

El tema está, además, estrechamente ligado a la cantidad de recursos que se usan en las campañas. Hay estudios que apuntan a que hay ventajas para los candidatos que ocupan el puesto sobre los desafiantes en términos de acceso a recursos (Abramowitz, 1991; Krasno, Green, & Cowden, 1994; Fourniaies, & Hall, 2014). Sin embargo, cuando la contienda electoral se lleva a cabo y se estima que podría ser competida, los *incumbents* buscan asegurar su victoria y destinan altas sumas de dinero para ello (Magee, 2012). En el caso de Colombia, se encontró incluso que los líderes partidistas suelen transferir más recursos a los ocupantes que a los retadores (Put, Maddens, & Muyters, 2023). De ahí que se propone que:

Hipótesis 2: Los candidatos a puestos legislativos que intentan reelegirse tienen mayor probabilidad de ganar la elección.

El caso mexicano

Marco legal

Desde la reforma de 1996,¹ y derivado de la intención de promover la competencia y la equidad electoral, México tiene un sistema de financiamiento de campañas políticas en el que, por mandato constitucional, los recursos públicos deben prevalecer sobre los de origen privado (art. 41, fracción segunda, primer párrafo, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, CPEUM). Siguiendo este precepto, la ley en la materia señala que un derecho de los partidos políticos es acceder a las prerrogativas y recibir el financiamiento público (art. 23.1.d, de la Ley General de Partidos Políticos, LGPP). Estos recursos se destinarán a los gastos de procesos electorales (art. 50. 2, LGPP).

La ley señala que en el año de la elección en que se renueve solamente la Cámara de Diputados federal, como en 2021, se le otorgará para gastos de campaña un monto equivalente a 30% del financiamiento público que para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes le corresponda en ese año (art. 51.b, frac. II, LGPP). Asimismo, en la Constitución se señala que

el financiamiento público para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes se fijará anualmente, multiplicando el número total de ciudadanos inscritos en el padrón electoral por el 65% del valor diario de la Unidad de Medida y

¹ Hay estudios sobre la evolución y detalles del sistema de financiamiento electoral en México (Carrillo, Lujambio, Navarro, & Zovatto, 2003), y de cómo se han vulnerado las leyes en la materia (Córdova, & Murayama, 2006).

Actualización. El 30% de la cantidad que resulte de acuerdo a lo señalado anteriormente, se distribuirá entre los partidos políticos en forma igualitaria y el 70% restante de acuerdo con el porcentaje de votos que hubieren obtenido en la elección de diputados inmediata anterior (art. 41, frac. II.a, CPEUM).

Es decir, en la repartición de los recursos públicos para los comicios de diputados federales, 30% se otorgan de forma igualitaria y 70% según el porcentaje de votos obtenidos en la elección previa.

Después se define el monto que se puede emplear en campañas. Durante elecciones concurrentes, los partidos reciben el equivalente a 50% del monto que les corresponda ese año para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes. Cuando solo se renueva la Cámara Baja federal, el monto desciende a 30%. En ambos casos, el financiamiento de campaña lo administran en su totalidad los partidos políticos, establecen el prorrateo conforme lo marca la ley y deben rendir cuentas ante los entes fiscalizadores del Instituto Nacional Electoral (INE). Por último, se fija el límite de lo que se puede gastar durante la campaña. En el caso de las candidaturas a la Cámara de Diputados, hay dos escenarios: 1) si son comicios concurrentes con la elección presidencial, se divide el tope de gasto de campaña establecido para la elección del Ejecutivo Federal entre 300 (este último monto equivale, a su vez, a 20% del financiamiento público para gastos de campaña para todos los partidos durante la elección presidencial inmediata anterior). 2) Si son intermedias, se actualiza con el valor de la Unidad de Medida y Actualización (UMA).

Además de determinar el monto por asignar a cada partido, se establece la obligación legal de que el financiamiento de campaña sea administrado en su totalidad por los partidos políticos, que deben informar a la Comisión de Fiscalización del INE la

manera en que prorratean los recursos (art. 51.b, frac. III, LGPP), así como ofrecer una posterior comprobación de gastos que son fiscalizables por esa autoridad, en particular por medio de su Unidad Técnica de Fiscalización, órgano encargado de la fiscalización y vigilancia durante la campaña.

En otras palabras, y como lo señala la ley en la materia, el INE es el encargado de fiscalizar los ingresos y egresos de los partidos y candidatos para los procesos electorales federales (art. 32.1.a, frac. VI, Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, LGIPE). Esto genera que, por obligación legal, se tenga un estricto control de los gastos de campaña en México. Esta revisión del origen, monto, destino y aplicación de los recursos permite tener certeza de que la información pública disponible sobre este rubro es confiable. Al respecto, hay un debate sobre las consecuencias de cada tipo de financiamiento político (Falguera *et al.*, 2015). Las instituciones electorales-legales mencionadas confluyen en las reglas electorales-procedimentales. Para la elección de la Cámara de Diputados de México se tienen dos principios: mayoría relativa (MR) y representación proporcional.

De los 500 legisladores que integran la Cámara Baja, 300 son electos bajo el primer principio, y el resto, 200, bajo el segundo. Los 300 diputados de mayoría relativa son seleccionados en el mismo número de divisiones geográficas a lo largo del país. Las candidaturas de MR pueden ser postuladas por partidos políticos o coaliciones de estos; asimismo, puede haber candidaturas independientes. Durante las campañas se da un conjunto de actividades reguladas por la ley, en las que los partidos, las coaliciones, los candidatos y los candidatos independientes registrados buscan obtener el voto de los electores.

Los partidos y candidatos deben utilizar los recursos disponibles para sus campañas. Además de lo que decidan pagar y luego reportar, el INE destina a la propaganda de cada partido 41 minutos

diarios en estaciones de radio y canales de televisión. El tiempo para cada agrupación partidista se distribuye según dos criterios: 30% del total en forma igualitaria y 70% en proporción al porcentaje de votos obtenido por cada partido en la elección para diputados federales inmediata anterior (art. 167, LGIPE). Asimismo, para las campañas electorales la ley contempla los siguientes conceptos que son susceptibles de ser fiscalizados para el tope de gastos de campaña:² *a*) gastos de propaganda (incluyen los realizados en bardas, mantas, volantes, pancartas, equipos de sonido, actos políticos en lugares alquilados, propaganda utilitaria y similares); *b*) gastos operativos de campaña (sueldos y salarios del personal eventual, arrendamiento eventual de bienes muebles e inmuebles, gastos de transporte de material y personal, viáticos y similares); *c*) gastos de propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos; y *d*) gastos de producción de los mensajes para radio y televisión (art. 243. 2, LGIPE).

Literatura

Las campañas electorales en México se profesionalizaron paulatinamente durante el proceso de democratización del país (Langston, 2006; Díaz Jiménez, 2015). La pérdida de la hegemonía unipartidista afectó la manera de hacer campaña, así como también otras características del sistema político mexicano moderno, en el que los líde-

res partidistas y los gobernadores ejercen control sobre las carreras políticas de los legisladores en términos de acceso a las candidaturas (Poiré, 2002; Wuhs, 2008; Langston, 2010; Magar, 2012; Kerevel 2015; Ascencio, & Kerevel, 2021) e incluso de su comportamiento legislativo (Weldon, 2001; Nacif, 2002; Kerevel, 2010; Rosas, & Langston, 2011; Cantú, & Desposato, 2012). A pesar de la orientación partidista (nacional y estatal), en México, “la trayectoria personal de los candidatos puede tener un impacto en el tipo de campaña que llevarán a cabo” (Langston, 2018, p. 712). De ahí la importancia de considerar el perfil de cada candidato y las características del distrito en el que compite para conocer de mejor manera el posible efecto de la campaña realizada con los recursos otorgados en los resultados electorales.

El contexto político del país en que se celebran las elecciones, en particular en cuanto a sus instituciones democráticas, influye en la relevancia que el gasto ejercido durante las campañas puede tener en los resultados (Coleman, & Manna, 2000; Samuels, 2001b). Con datos de la elección de 2006 se encontró que hay una “rentabilidad electoral” diferenciada en México, por la que la ventaja electoral que implica el gasto en campañas varía según la candidatura (Fonseca, 2022). Algo similar arrojó otro estudio (Gerhard Tuma 2006), en el que, a partir de los resultados electorales de diputados federales de 2003, los rendimientos electorales del gasto de campaña en México tienen un efecto diferenciado dependiendo del partido político. En este caso, el partido que mejor rendimiento de gasto tuvo generó que “por cada 100 000 pesos gastados se pudo ganar hasta 3.9% del voto en el distrito” (Gerhard Tuma, 2006, p. 35). Hay análisis que dan cuenta de la efectividad del tipo de campañas políticas en México (Valdivia, & Beltrán, 2009).

Es importante considerar que la elección de diputados federales en México de 2021 fue la primera en la que, desde el siglo pasado, los legisladores

² El tope máximo de gastos de campaña para la elección de diputados por el principio de MR es la cantidad que resulte de dividir el tope de gasto de campaña establecido para la elección presidencial entre 300. Para el año en que solo se renueve la Cámara de Diputados, la cantidad a que se refiere esta fracción se modificará al valor que indique la UMA, acorde con el artículo 243.4.b, frac. I, de la LGIPE. Según el “Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral por el que se determinan los topes máximos de gastos de precampaña y campaña, para la elección de Diputaciones Federales por el Principio de Mayoría Relativa para el Proceso Electoral Federal 2020-2021”, el monto máximo de campaña fue de 1 648 189.00 pesos.

podieron ser reelectos de manera consecutiva. En la época en que estuvo permitido, 1916 a 1934, la tasa de reelección promedio fue de 26.34 (Godoy, 2014); en el estudio se concluye que eran “bajas en contraste con Estados Unidos y Brasil, mismos países que tienen una composición federal semejante” (Godoy, 2014, p. 66). El cambio vino luego de que, en 2014, se aprobara una reforma constitucional en materia político-electoral mediante la cual los integrantes de la Cámara pueden permanecer en el cargo hasta por cuatro periodos consecutivos de tres años cada uno, siempre y cuando sean postulados por el mismo partido, a menos que hayan renunciado a su militancia antes de la mitad de su mandato (art. 59, CPEUM).

Como este cambio institucional es reciente, aún no se han analizado con profundidad sus efectos. Sin embargo, Langston (2022) han observado, con datos del proceso electoral 2020-2021, que algunas características de la trayectoria de los legisladores –como contar con experiencia en puestos de representación– aumentan su probabilidad de ser apoyados por los líderes del partido para buscar la reelección; es decir, el filtro partidista continúa para efectos de las postulaciones a cargos legislativos y se modula según características individuales de los diputados.

Estrategia empírica

Base de datos

Para analizar el efecto de los gastos de campaña en los resultados electorales, se elaboró una base de datos original que unificó información proveniente de distintas fuentes directas. En primera instancia, de los cómputos distritales del INE se obtuvo la cantidad y porcentaje de votación de 2 189 candidaturas que compitieron por una diputación federal de MR en el proceso electoral de 2020-2021 (<https://computos2021.ine.mx/>). Asimismo, se contrastaron los nombres de las candidaturas con los perfiles de los legisladores de la LXIV Legislatura de la Cámara de Diputados (2018-2021), obte-

nidos del Sistema de Información Legislativa (SIL) (<http://sil.gobernacion.gob.mx/portal>) Con esto se identificaron las 175 candidaturas propuestas por los partidos políticos para reelegirse de manera inmediata. Para considerar la candidatura como intento de reelección inmediata, tuvo que haber sido una diputación propietaria. La variable generada, derivada de este proceso, fue de tipo categórico-dicotómico y distingue entre dos valores: 0, cuando las candidaturas no fueron postuladas para la reelección inmediata, y 1 para las candidaturas postuladas para reelección inmediata.

Ahora bien, la primera variable generada a partir de los resultados de los cómputos fue el porcentaje de votos de cada partido, coalición o candidatura independiente que competía en sus respectivos distritos electorales uninominales. Dicha variable se obtuvo de dividir la cifra de votos de cada partido entre la votación válida emitida en el distrito. Esto se codificó como un dato escalar de orden continuo que podía adquirir valores entre 0 y 1, dependiendo del porcentaje de votación efectiva obtenida por cada opción electoral en cada distrito. De los cómputos del INE también se recuperó el porcentaje de votos por cada una de las candidaturas que contendieron en el proceso electoral 2017-2018 (<https://computos2018.ine.mx/#/diputaciones/nacional/1/3/1/1>).

Puesto que en estos dos procesos (2017-2018 y 2020-2021) las coaliciones partidistas no fueron exactamente las mismas en todos los distritos, se siguieron distintas estrategias de conteo de votos dependiendo de las características de cada distrito en ambos procesos. Por ejemplo, hubo distritos donde un partido contendió de manera independiente en 2018, pero que en 2021 formó parte de una coalición. En esos casos, el valor asignado al partido en 2018 fue la suma de los votos de ese partido más los ganados por aquellos con los que compitió coaligado en 2021. Otro tipo de casos fueron los distritos donde se dio una coalición en 2018 pero

no en 2021. En dichos distritos se desagregaron los votos que el partido proveyó a la coalición en 2018 y, para 2021, se tomaron en cuenta únicamente los votos obtenidos por ese partido en el distrito.

Importa precisar que, para definir el porcentaje de votación de cada candidatura en los comicios de 2021, primero se consultaron los convenios de las dos coaliciones vigentes para esa elección: Juntos Hacemos Historia, integrado por Movimiento Regeneración Nacional (Morena), Partido del Trabajo (PT) y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) (<https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/118544/CGor202103-21-rp-27-.Anexo.pdf>); y Va por México, conformado por el Partido Acción Nacional (PAN), el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido de la Revolución Democrática (PRD) (<https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/117345/CGex202115-02-rp-4-Anexo.pdf>). Al no ser coaliciones totales, hubo distritos donde no se presentaron. De estos cómputos se obtuvo el dato de la pertenencia partidista de las candidaturas, que adquirió tantos valores como opciones electorales disponibles. En aquellos distritos donde las partes acordaron competir de manera conjunta (183 en el caso de Juntos Hacemos Historia y 219 en el caso de Va por México) se sumaron los porcentajes de los partidos que representaban a la coalición. En caso de no haber una u otra coalición en algún distrito, los votos por partido o candidatura independiente se registraron sin sumar los de otros partidos. Tras calcular los porcentajes de votación en 2018 y 2021, fue necesario concatenar la información de manera que se pudieran establecer comparaciones en cada distrito y saber, respecto de la elección anterior, si el porcentaje de votos de un partido o coalición aumentó o se redujo.

A partir de la variable anterior (porcentaje de votos por candidatura) se generó un segundo valor que indicaría si una candidatura obtuvo (o no) la mayor cantidad de votos en su distrito. Esta

variable se codificó como un dato categórico de carácter dicotómico indicando con 0 si la candidatura no obtuvo el mayor porcentaje de votos en su distrito y con 1 si lo logró. Este dato de triunfo electoral –importa decirlo– es previo a cualquier resolución o sentencia emitida por las instancias jurisdiccionales en materia electoral tras la revisión de recursos de impugnación.

Además del porcentaje de votos obtenidos y de la condición de triunfo de cada candidatura o coalición que compitió en 2021, la información proveniente de los cómputos distritales permitió generar otros indicadores secundarios, como la participación electoral. Esta se midió como la cantidad de votos totales en un distrito considerando el listado nominal. La otra variable generada a partir de los cómputos 2021 fue la competitividad. Se calculó mediante un índice cuyos valores oscilaron entre 0, distrito con competitividad nula, y .99, distrito perfectamente competitivo. La variable de competitividad se computó como el inverso de la diferencia porcentual de votos entre partido o coalición ganadora y segundo lugar.

El portal de fiscalización de gastos de campaña del INE fue otra de las fuentes de información cuantitativa. En el portal se consultaron los datos del reporte de Operaciones de Ingresos y Gastos de las candidaturas en las campañas del proceso electoral 2020-2021 (<https://fiscalizacion.ine.mx/web/portalsif/descarga-de-reportes>). De ahí se recopiló el total de gastos emitidos por la candidatura durante la campaña. Si bien el dato está originalmente codificado en pesos por el INE, para facilitar su interpretación se convirtió la información a millones de pesos. En tal sentido, la variable sobre gasto pudo adquirir valores entre 0 y 1.65 mdp (que fue el tope de gastos de campaña en 2021 para una candidatura a diputación federal).

La última fuente de recuperación de datos fue el portal Candidatas y Candidatos, Conóceles, del INE

(<https://candidaturas2021.ine.mx/>). Originalmente, esta base de datos fue completada por las candidaturas propietarias y suplentes a ocupar el cargo de diputación federal en 2021. Entre otros campos, la base del INE contenía información sobre el nombre de la candidatura, edad, género, partido o coalición, datos de contacto, escolaridad, historia profesional, trayectoria política y propuestas de campaña.

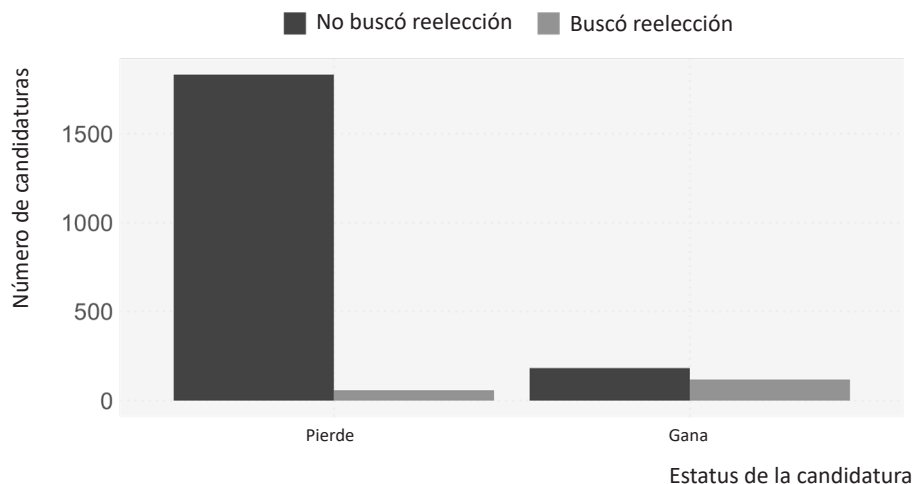
Estadísticos descriptivos

En total, de las 2 189 candidaturas para una diputación federal uninominal, 1 889 resultaron perdedores y 300 obtuvieron un escaño en la Cámara de Diputados. Asimismo, como se mencionó en la sección previa, 175 diputados federales fueron postulados para ser reelectos consecutivamente, lo que implicó que 2 014 candidatos no ostentaban el cargo. De los 175 diputados que buscaron la reelección, 118 la obtuvieron y 57 perdieron su distrito. En lo que se refiere a los candidatos que no eran diputados en ese momento, 182 resultaron ganadores y 1 832 perdieron la contienda. Esta información se encuentra resumida en el gráfico 1.

En lo referente al gasto reportado, en promedio los candidatos erogaron 533 451.50 pesos. No obstante, se detectó una variación en términos de los gastos en los que incurrieron los candidatos a partir de la coalición en la que participaron. Resulta interesante notar que fueron los candidatos independientes los que tuvieron las campañas más costosas, ya que su gasto promedio fue de 1 631 334 pesos, lo cual contrasta, por ejemplo, con el partido Redes Sociales Progresistas (RSP), ya que sus candidatos tuvieron un gasto promedio en sus campañas de 75 286 pesos, lo que representa el gasto más pequeño en esta elección. Por su parte, los candidatos de la coalición Juntos Hacemos Historia erogaron en promedio 681 136 pesos, mientras que los de la coalición Va por México tuvieron un gasto promedio de 1 013 124 pesos. Esta información se sintetiza en la tabla 1 y en el gráfico 2.

Los candidatos ganadores tuvieron un gasto promedio de 823 393.20 pesos, mientras que los candidatos que perdieron gastaron, en promedio, 487 404.60 pesos. Esto implica una diferencia de 335 988.60 pesos respecto al gasto entre ganadores y perdedores. Este hallazgo es relevante y podría

Gráfico 1. Candidatos ganadores y perdedores de diputaciones federales en proceso electoral 2020-2021 si buscaron o no la reelección



Fuente: Elaboración propia con base en datos del INE y el SIL.

interpretarse de dos formas: 1) que los candidatos que más gastan son aquellos que tienen mayores posibilidades de ganar, o 2) que las coaliciones electorales saben cuáles son los distritos donde

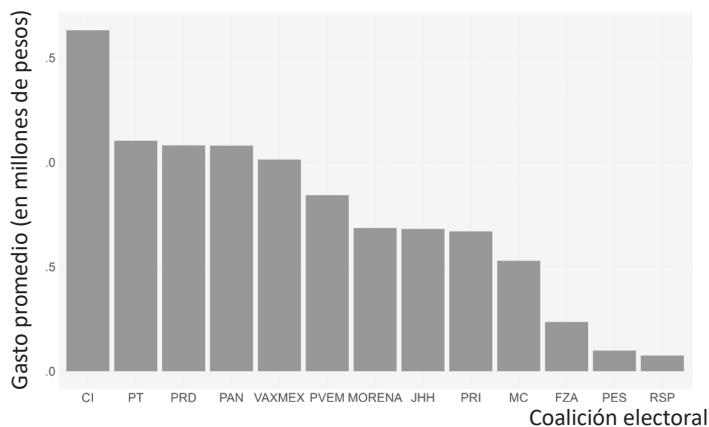
tienen una probabilidad más alta de ganar y es ahí donde invierten más recursos. En el gráfico 3 se ven las diferencias en el gasto entre ganadores y perdedores por coalición electoral.

Tabla 1. Gasto de campaña para el proceso electoral 2020-2021 de candidaturas para diputación federal por coalición electoral

<i>Coalición electoral (o partido político)</i>	<i>Gasto promedio (pesos)</i>
Candidatos independientes	1 631 334
Partido del Trabajo (PT)	1 102 809
Partido de la Revolución Democrática (PRD)	1 080 952
Partido Acción Nacional (PAN)	1 079 228
Va por México	1 013 124
Partido Verde Ecologista (PVEM)	842 391
Movimiento Regeneración Nacional (Morena)	685 269
Juntos Hacemos Historia	681 136
Partido Revolucionario Institucional (PRI)	669 271
Movimiento Ciudadano (MC)	528 565
Fuerza por México	235 828
Partido Encuentro Social (PES)	98 803
Redes Sociales Progresistas (RSP)	75 286

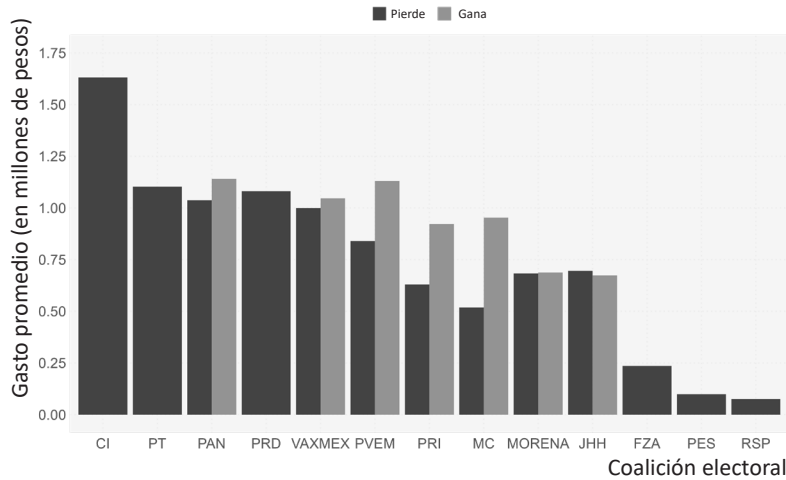
Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

Gráfico 2. Gasto de campaña para el proceso electoral 2020-2021 de candidaturas para diputación federal por coalición electoral



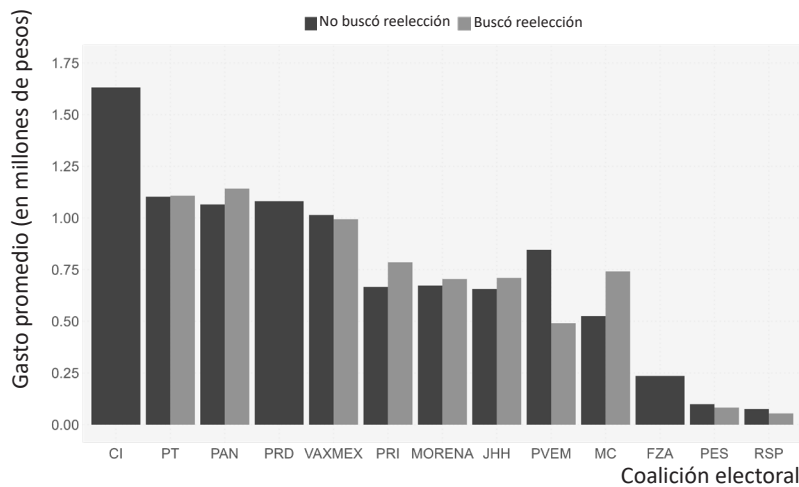
Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

Gráfico 3. Gasto de campaña para el proceso electoral 2020-2021 de candidaturas para diputación federal por coalición electoral y estatus de ganador o perdedor de la candidatura



Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

Gráfico 4. Gasto promedio de campaña para el proceso electoral 2020-2021 de candidaturas para diputación federal por coalición electoral y estatus de reelección de la candidatura

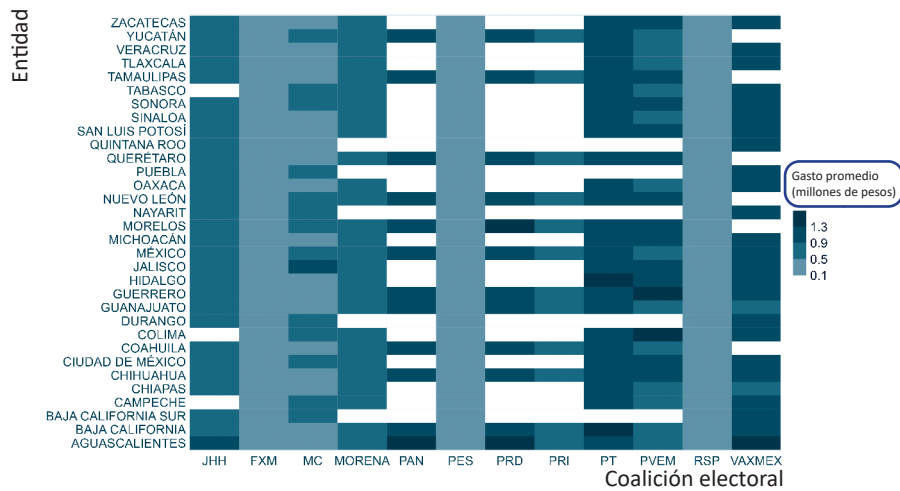


Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

También hay diferencias relevantes en el gasto de los candidatos que buscaron reelegirse respecto a los que no estaban en esa posibilidad. En promedio, los candidatos que buscaron mantener su escaño en la Cámara de Diputados gastaron 764 479.30 pesos, mientras que los que no eran diputados federales tuvieron un gasto promedio de 513 377.10 pesos.

Esta información implica una diferencia de gasto de 251 102.3 pesos entre candidatos que al mismo tiempo eran diputados respecto a los que no lo eran, la cual es estadísticamente significativa en 1%. En el gráfico 4 se presentan las diferencias, por coalición electoral, entre candidatos que buscaron reelegirse en relación con los que no lo hicieron.

Gráfico 5. Gasto de campaña (mdp) para el proceso electoral 2020-2021 de candidaturas para diputación federal por coalición electoral y entidad federativa



Nota: Los espacios faltantes señalan que no hubo coalición en esa entidad o que un partido respaldó la coalición sin registrar al candidato

Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

Ahora bien, el gasto promedio de los candidatos por coalición electoral tampoco fue constante a lo largo de las entidades federativas. En el gráfico 5 se presenta un mapa de calor en el que se observa la variación en términos del gasto promedio de los candidatos para las 32 entidades federativas. Los espacios en blanco significan que no hubo un candidato de coalición en esa entidad, o bien que un partido político participó en la coalición, pero no registró al candidato. En este sentido, se advierte que la coalición Juntos Hacemos Historia no presentó un candidato común en Campeche, Colima y Tabasco. Por su parte, Va por México no fue unida en Coahuila, Morelos, Nuevo León, Querétaro, Tamaulipas ni Yucatán. En cuanto a los colores, mientras mayor intensidad tiene el azul del mapa, los candidatos de una coalición o partido gastaron más recursos. Por ejemplo, los candidatos de Juntos Hacemos Historia gastaron más en Aguascalientes en promedio (908 710.10 pesos), en comparación con el resto de las entidades, situación similar a la de Va por México, ya que sus candidatos tuvieron mayor gasto prome-

dio (1 315 537.60 pesos) en la misma entidad. En contraste, los candidatos de la coalición Juntos Hacemos Historia gastaron menos en promedio en Veracruz (514 196.00 pesos), mientras que los de Va por México tuvieron su menor gasto promedio en Guanajuato (865 235.50 pesos).

Estructura de los modelos

Para la evaluación empírica de las hipótesis propuestas, se utilizó una variable de resultado que indica si un candidato a una diputación federal de mayoría relativa en el proceso electoral de 2020-2021 en México resultó ganador o perdedor. En consecuencia, la variable dependiente usada toma valor de 0 cuando un candidato perdió la elección, y de 1 cuando la ganó. Esta variable presenta la ventaja de generar estimaciones de probabilidad de éxito o fracaso de los candidatos a través de un conjunto de modelos logísticos binomiales. La variable explicativa principal, por su parte, se refiere al gasto total erogado por los candidatos a

una diputación federal. En segundo lugar, se incorpora una variable independiente dicotómica que indica si un candidato buscaba ser reelecto o no. Esto quiere decir que la categoría de referencia de esta variable implica que los candidatos no ostentaban el cargo de diputado en la legislatura inmediata anterior.

Para evaluar nuestras hipótesis, es necesario especificar un conjunto de modelos estadísticos congruente con nuestra variable de resultado, la cual es dicotómica, por lo que tiene una distribución binomial. Por lo tanto, seguimos una estrategia empírica que incluye la estimación de diferentes modelos logísticos binomiales. El modelo general se describe en la siguiente ecuación:

$$\ln \left(\frac{p_i}{1-p_i} \right) = \alpha + \beta X + \gamma Z + \eta_s \dots (1)$$

Al ser un modelo logístico, la ecuación 1 implica que, del lado izquierdo de la igualdad se obtiene el logaritmo natural de la probabilidad de ganar la elección a diputado federal (p_i) sobre la probabilidad de perderla ($1-p_i$). Esto permite calcular probabilidades a partir de las variables especificadas en el lado derecho de la ecuación. Por lo tanto, el valor α representa un valor constante en el modelo, mientras que el término βX implica un vector de coeficientes β_i multiplicados por el vector de las variables explicativas. Esto quiere decir que se obtendrá un coeficiente β_i para el gasto de los candidatos y otro coeficiente β_i para la variable dicotómica de reelección. Por su parte, el término γZ implica un vector de coeficientes γ_i que multiplica el vector de las variables de control Z.

Para obtener la mejor estimación posible de los efectos del gasto de los candidatos, y de si se trataba de un diputado en el cargo que buscaba ser reelecto, los modelos controlan diferentes conjuntos de variables que afectan tanto a la variable de resultado como a las variables explicativas.

En primer lugar están las variables electorales, entre las que se encuentra el porcentaje de votos que obtuvo el partido político o coalición en el distrito electoral donde compitió un candidato en la elección inmediata anterior. Es relevante porque muestra la fuerza electoral de los partidos políticos en los diferentes distritos, lo cual puede impactar en la probabilidad de que un candidato gane y también en la cantidad de recursos o si un candidato busca la reelección. Asimismo, se controla por la competitividad observada en el mismo distrito para la elección inmediata anterior. Esta variable se mide como la diferencia en términos porcentuales de la votación obtenida por el primer y segundo lugar. De la misma forma, se controló por el nivel de participación electoral en la elección inmediata anterior y se mide como el porcentaje de personas facultadas para votar que efectivamente realizaron un sufragio. Igualmente se controla por la coalición que postuló al candidato, ya que los partidos que obtuvieron un porcentaje de votación mayor en las elecciones previas recibieron un presupuesto más alto, lo cual puede impactar tanto la variable de resultado como las explicativas.

Un segundo conjunto de variables explicativas es el de la experiencia de los candidatos. Por lo tanto, se controla mediante diferentes variables dicotómicas que indican si un candidato contaba con experiencia como funcionario en el gobierno federal, en los gobiernos estatales, en gobiernos municipales, si fue diputado federal, si fue senador, si fue diputado local, si ocupó cargos en algún partido político, si fue miembro de una organización de la sociedad civil o si era empresario. Se controló por estas variables debido a que la experiencia previa podría afectar la probabilidad de ganar una elección y, al mismo tiempo, influir en el monto de recursos con los que cuente un candidato, así como en sus posibilidades de reelección.

El último conjunto de variables de control corresponde a características sociales de los candidatos: edad, género y escolaridad. La primera variable se mide como años cumplidos, la segunda es dicotómica

e indica si un candidato es hombre o mujer, y la tercera se mide como variable categórica que señala si un candidato contaba con educación básica, media superior, especialidad, maestría, o bien, si concluyó sus estudios doctorales. La categoría de referencia de esta variable es que un candidato no tuviera escolaridad alguna.

Por su parte, el término η_s indica al conjunto de efectos fijos que se establecieron a nivel estatal. Se

incluyen efectos fijos en este nivel y no en el de candidato o distrital porque los contextos regionales en cada estado de la República sí afectan la forma en que son percibidos los candidatos y, por lo tanto, tienen un efecto en la probabilidad de triunfo. De la misma forma, los diferentes contextos en el ámbito estatal podrían influir en que ciertos candidatos obtengan mayor cantidad de recursos y de posibilidad de buscar la reelección.

Tabla 2. Resultados de los modelos logísticos

<i>Variables</i>	<i>Modelo 1</i>	<i>Modelo 2</i>	<i>Modelo 3</i>	<i>Modelo 4</i>
Gasto (millones de pesos)	2 666*** (0.732)	3 658*** (0.708)	3 028*** (0.784)	4 161*** (0.757)
Reelección	0.087 (0.397)	0.768** (0.372)	0.036 (0.414)	0.788** (0.380)
Porcentaje de votos del partido 2018	8.050*** (0.952)		8.339*** (1.009)	
Competitividad 2018	0.419 (1.094)	-0.250 (0.951)	0.164 (1.302)	-0.340 (1.145)
Participación electoral 2018	1.073 (1.120)	1.205 (1.047)	0.765 (1.537)	0.889 (1.446)
Juntos Hacemos Historia	Omitida	Omitida	Omitida	Omitida
Candidato independiente		-24.345 (10 194.740)		-25.134 (10 208.890)
Movimiento Ciudadano	-3.639*** (0.476)	-3.843*** (0.444)	-3.744*** (0.505)	-3.931*** (0.462)
Morena	-2.271*** (0.387)	-0.553** (0.275)	-2.420*** (0.428)	-0.515* (0.298)
PAN	-2.978*** (0.488)	-2.280*** (0.435)	-2.916*** (0.541)	-2.035*** (0.474)
PES	-17.417 (614 894)	-18.632 (1 014 968)	-17.273 (609 436)	-18.374 (1 005 001)
PRD	-20.172 (1 215 328)	-22.350 (1 999 573)	-20.275 (1 190 429)	-22.249 (1 959 003)

PRI	-3.069*** (0.435)	-2.413*** (0.404)	-2.884*** (0.486)	-1.998*** (0.446)
PT	-20.249 (974 765)	-22.458 (1 597 784)	-20.523 (964 183)	-22.747 (1 571 093)
PVEM	-5.088*** (1.065)	-5.983*** (1.070)	-5.331*** (1.088)	-6.150*** (1.091)
RSP		-18.569 (1 082612)		-18.295 (1 074 775)
Va por México	-2.642*** (0.387)	-2.603*** (0.365)	-2.917*** (0.420)	-2.923*** (0.392)
Gobierno federal	-0.002 (0.309)	-0.033 (0.290)	0.013 (0.319)	-0.019 (0.301)
Gobierno estatal	-0.088 (0.232)	-0.002 (0.218)	-0.056 (0.240)	0.027 (0.225)
Gobierno municipal	0.365* (0.196)	0.339* (0.184)	0.378* (0.203)	0.354* (0.191)
Diputado federal	0.463 (0.348)	0.353 (0.332)	0.486 (0.357)	0.380 (0.338)
Senador	-0.833 (0.616)	-0.962* (0.584)	-0.918 (0.644)	-1.037* (0.595)
Diputado local	0.264 (0.218)	0.341* (0.207)	0.198 (0.236)	0.302 (0.222)
Cargos en el partido	0.139 (0.209)	0.113 (0.197)	0.132 (0.221)	0.116 (0.205)
Sociedad civil	0.256 (0.491)	0.285 (0.433)	0.158 (0.516)	0.209 (0.451)
Empresario	0.475 (0.563)	0.144 (0.546)	0.587 (0.578)	0.136 (0.564)
Edad	-0.014 (0.009)	-0.009 (0.009)	-0.012 (0.010)	-0.009 (0.009)
Mujer	-0.138 (0.194)	-0.140 (0.181)	-0.142 (0.199)	-0.168 (0.185)
Sin escolaridad	Omitida	Omitida	Omitida	Omitida
Educación básica	1.065 (0.846)	0.213 (0.836)	1.315 (0.852)	0.381 (0.847)
Educación media superior	0.088 (0.603)	-0.050 (0.543)	0.163 (0.615)	-0.145 (0.552)

Especialidad	-0.169 (0.763)	-0.360 (0.715)	0.021 (0.776)	-0.195 (0.722)
Licenciatura	0.365 (0.471)	0.137 (0.437)	0.458 (0.483)	0.164 (0.442)
Maestría	0.728 (0.502)	0.600 (0.463)	0.818 (0.513)	0.646 (0.466)
Efectos fijos por entidad	No	No	Sí	Sí
Constante	-3.395** (1.462)	-2.573* (1.315)	-4.050** (1.900)	-3.706*** (1.766)
Observaciones	1 566	2 125	1 566	2 125
<i>Log Likelihood</i>	-360.163	-406.367	-355.190	-399.776
<i>Akaine Inf. Crit.</i>	782.372	878.734	834.379	927.553

Nota: * $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$.

Errores estándar entre paréntesis.

Fuente: Elaboración propia.

Resultados

Los hallazgos principales se observan en la tabla 2. Al tratarse de modelos logísticos, en un primer momento no se puede establecer el efecto marginal, por lo que, en este punto, la importancia se fijó en el signo y la significancia de los coeficientes y, posteriormente, se calcularon los efectos marginales promedio. Asimismo, es importante destacar que se especificaron modelos con y sin el porcentaje de votación que obtuvieron los partidos o coaliciones en el distrito en la elección previa. Esto fue porque la variable tiene gran cantidad de valores perdidos (559). Como sabemos que los valores faltantes se explican porque algunas agrupaciones políticas no existían en la elección de 2018, se consideró oportuno presentar los modelos en ambos contextos.

Resalta que el coeficiente de la variable del gasto de los candidatos tiene un efecto positivo y estadísticamente significativo en la probabilidad de ganar

una elección en los cuatro modelos principales. Este efecto es sumamente consistente en las cuatro especificaciones. En todos los casos el coeficiente resultó estadísticamente significativo al 1%. Esto implica que la cantidad de dinero erogada en las campañas de 2021 sí tuvo un efecto relevante en la probabilidad de que un candidato resultara ganador al buscar un escaño en la Cámara de Diputados.

Los resultados que conciernen a la reelección son mixtos. En los modelos en los que se controla por el porcentaje de votos que obtuvieron los partidos en la elección anterior en ese distrito, el coeficiente de reelección no es estadísticamente significativo. No obstante, al quitar este control, tal como se observa en los modelos 2 y 4, el coeficiente alcanza significancia estadística de 5%. Estos resultados, aparentemente contradictorios, invitan a reflexionar sobre la relación entre los diputados que buscaron ser reelectos y el porcentaje de votos de los partidos en la elección previa.

Tabla 3. Resultados de los modelos logísticos

<i>Variable</i>	<i>Efecto marginal promedio</i>	<i>Error estándar</i>	<i>P-valor</i>	<i>Intervalo de confianza a 95%</i>	
Gasto (modelo 1)	0.1974	0.053	0.0002	0.0929	0.3018
Gasto (modelo 2)	0.2293	0.0423	0.0000	0.1464	0.3123
Gasto (modelo 3)	0.2207	0.0560	0.0001	0.1110	0.3304
Gasto (modelo 4)	0.2565	0.0443	0.0000	0.1697	0.3433
Reelección (modelo 1)	0.0064	0.0294	0.8270	-0.0512	0.0641
Reelección (modelo 2)	0.0481	0.0231	0.0368	0.0030	0.0933
Reelección (modelo 3)	0.0026	0.0302	0.9310	-0.0565	0.0617
Reelección (modelo 4)	0.0486	0.0232	0.0362	0.0031	0.0941

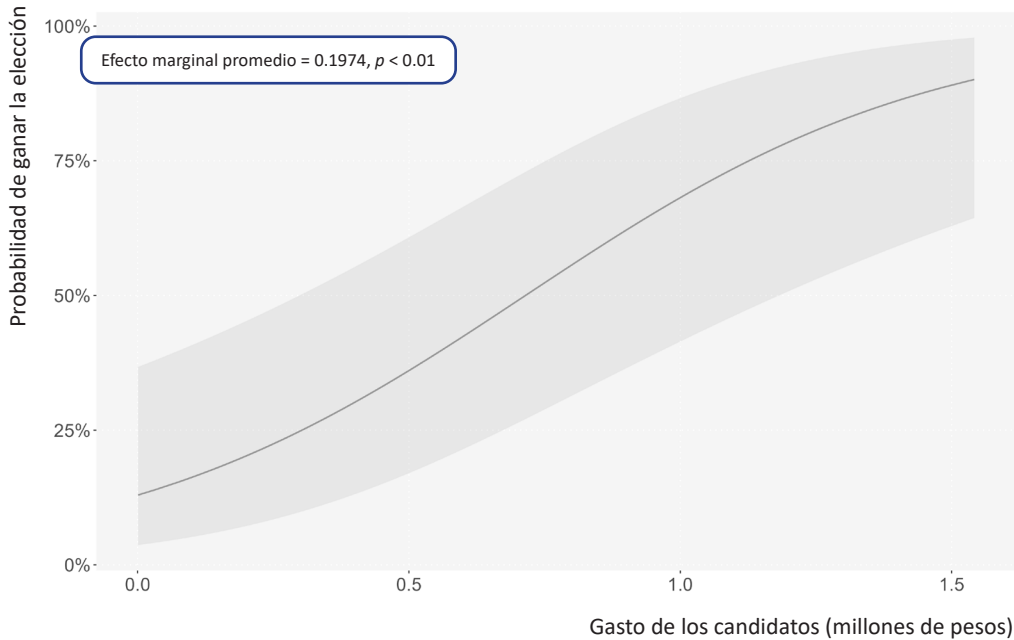
Fuente: Elaboración propia.

Si se asume que, efectivamente, el porcentaje de votos de los partidos en la elección previa afecta tanto la probabilidad de ganar como a los diputados que buscaron reelegirse, eso implica que los esfuerzos de los partidos políticos se concentran en los distritos donde tienen mayor fuerza electoral y no donde los diputados buscaron reelegirse. En otras palabras, hay de reelecciones a reelecciones, y lo que importa en realidad es el peso electoral de los partidos en los distritos. Ahora bien, para medir el efecto marginal de las dos variables explicativas, se obtuvo el promedio de ambos efectos. Es importante recordar que los modelos logísticos no son lineales, por lo que los efectos marginales son diferentes para el rango de valores de las variables explicativas.

La tabla 3 reporta los efectos marginales promedio para las variables de interés. Se observa

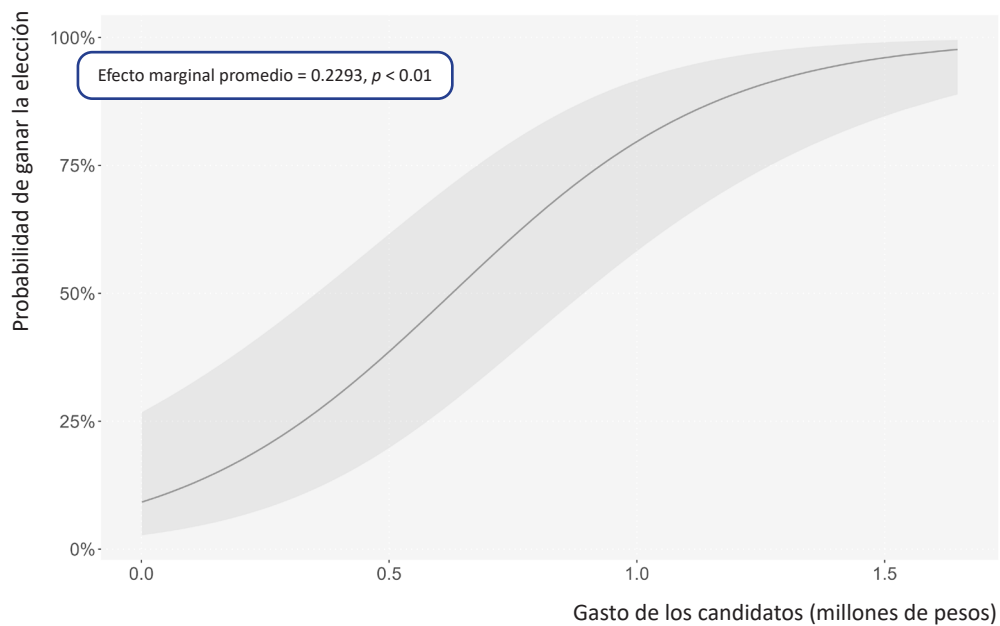
que el gasto tiene un efecto marginal promedio muy estable a lo largo de los modelos y ronda alrededor de 0.20. Esto implica que, en promedio, se espera que la probabilidad de victoria de un candidato aumente en 20% por cada millón de pesos adicional que gaste en su campaña. En lo que se refiere al efecto marginal promedio de la reelección, se observan nuevamente resultados mixtos. En los modelos en los que resulta un efecto estadísticamente significativo, se encuentra en alrededor de 0.04, por lo que, en estos modelos se espera que, en promedio, un candidato aumente su probabilidad de victoria en 4% si se trata de un diputado que busca reelegirse. Sin embargo, este efecto no es robusto y depende de controlar por el porcentaje de votos obtenidos por los partidos políticos en la elección previa.

Gráfico 6a. Efecto marginal del gasto de los candidatos en la probabilidad de ganar la elección de diputado federal para el proceso electoral 2020-2021 (modelo sin efectos fijos y con el control del porcentaje de votos obtenido en la elección anterior inmediata)



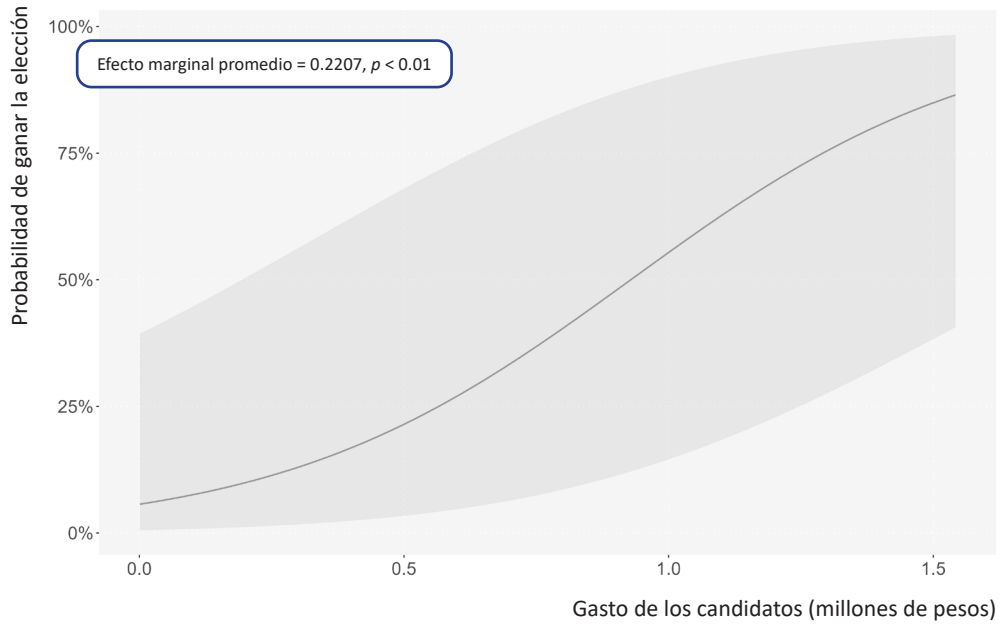
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 6b. Efecto marginal del gasto de los candidatos en la probabilidad de ganar la elección de diputado federal para el proceso electoral 2020-2021 (modelo sin efectos fijos y sin el control del porcentaje de votos obtenido en la elección anterior inmediata)



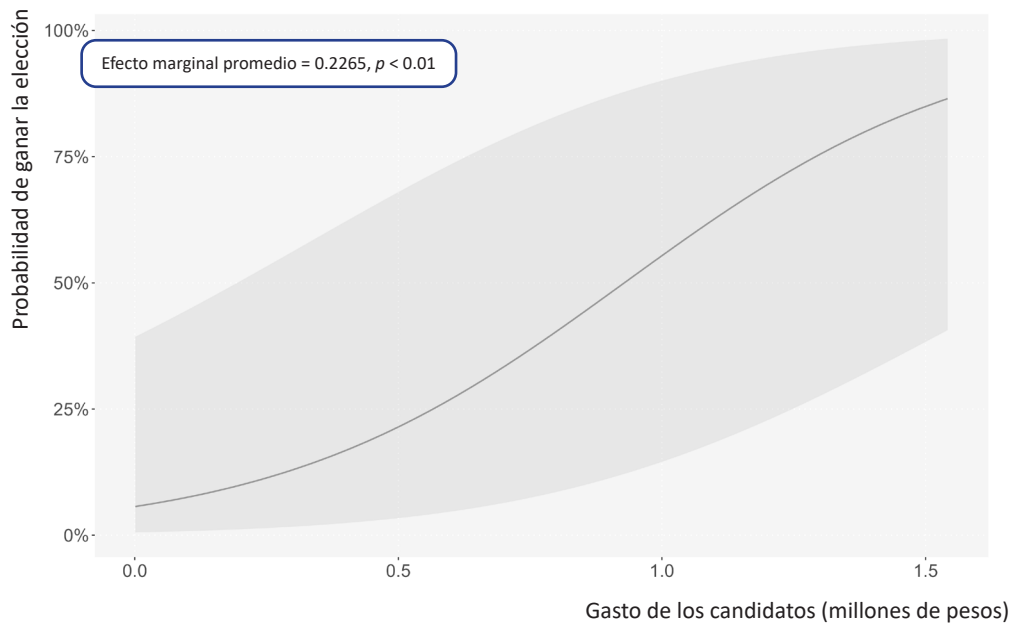
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 6c. Efecto marginal del gasto de los candidatos en la probabilidad de ganar la elección de diputado federal para el proceso electoral 2020-2021 (modelo con efectos fijos y con el control del porcentaje de votos obtenido en la elección anterior inmediata)



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 6d. Efecto marginal del gasto de los candidatos en la probabilidad de ganar la elección de diputado federal para el proceso electoral 2020-2021 (modelo con efectos fijos y sin el control del porcentaje de votos obtenido en la elección anterior inmediata)



Fuente: Elaboración propia.

En los gráficos 6a, 6b, 6c y 6d se observa la relación entre la probabilidad de ganar un escaño y las variables explicativas en los cuatro modelos. En las cuatro representaciones visuales se muestra el efecto positivo del gasto y la forma en la que cambia el efecto y los diferentes intervalos de confianza. No obstante, en las cuatro especificaciones se encontraron valores similares y estadísticamente significativos. Es importante mencionar que no se puede crear este tipo de gráficos para el efecto de la reelección, ya que es una variable dicotómica.

El análisis de las elecciones federales de 2021 en México subraya un aspecto crucial de la competencia en sistemas con partidos políticos fuertes: la relevancia de las estructuras y liderazgos partidistas en el éxito electoral. A pesar de la significativa inversión en campañas por parte de los candidatos independientes, la falta de una estructura partidista establecida limitó su visibilidad y alcance, en contraste con los candidatos afiliados a partidos. Los partidos políticos proporcionaron no solo financiamiento, sino también una red de apoyo, recursos logísticos y reconocimiento de marca, fundamentales para la promoción efectiva de los candidatos. Este soporte institucional se traduce en ventajas en términos de movilización de votantes, estrategias de mercadotecnia y acceso a medios de comunicación.

En este sentido, Langston y Castro (2022) argumentan que los intermediarios territoriales tienen fuertes incentivos para construir relaciones dependientes y a largo plazo con sus patrocinadores, lo que disminuye la probabilidad de traición. Los políticos prefieren intermediarios con buena reputación en asegurar votos, aunque a veces estos actúan de manera independiente y traicionan a sus jefes. Este estudio, basado en más de cincuenta entrevistas en profundidad con políticos e intermediarios en la Ciudad de México, examina las condiciones en las cuales los intermediarios permanecen leales y aquellas que fomentan la traición, e identifica como factores clave

la competitividad electoral y el grado de autonomía de recursos entre intermediarios y políticos.

Otro referente explicativo es el trabajo de Ascencio (2020), que avanza un argumento teórico que vincula los resultados de las primarias presidenciales con el comportamiento estratégico de las élites partidistas subnacionales, en particular de aquellos con recursos para movilizar votantes en sus regiones. Con datos del proceso de primarias presidenciales del PAN en 2012, el autor demuestra que los niveles de apoyo para un candidato estrechamente vinculado con el liderazgo del PAN fueron más altos en lugares con funcionarios de este partido. Esto sugiere que el patrón es impulsado por la inversión de los funcionarios del PAN en la movilización electoral y la manipulación de las listas de votantes registrados.

Conclusiones

Las conclusiones de esta pieza de investigación permiten establecer líneas de discusión y diálogo con la literatura sobre el tema y, a la vez, sugieren implicaciones tanto teóricas como en el contexto específico de los procesos electorales en el México contemporáneo. El más evidente de los hallazgos del artículo fue la relación positiva y estadísticamente significativa entre el gasto de campaña y la probabilidad de triunfo electoral. Este resultado respalda la teoría de la competencia electoral, la cual sostiene que los recursos financieros desempeñan un papel fundamental en el éxito de los candidatos. Aquellos que tienen acceso a mayores fondos tienen la capacidad de implementar estrategias de movilización, publicidad y contacto directo con los votantes, lo que aumenta su visibilidad y posibilidades de ganar.

Este hallazgo en el caso mexicano confirma la importancia del financiamiento como factor determinante en los resultados electorales, más allá de otras consideraciones de mayor impacto programático

(como las propuestas de campaña, la profesionalización de los candidatos, las plataformas partidistas, etc.), y que contribuirían en mayor medida a fortalecer la representación política. Asimismo, se identificaron diferencias significativas en el gasto de campaña entre coaliciones electorales y partidos. Los candidatos independientes fueron los que tuvieron las campañas más costosas, seguidos por los de las coaliciones Juntos Hacemos Historia y Va por México. Estas disparidades reflejan, sin duda, las estrategias y los recursos asignados por cada coalición, así como la distribución del financiamiento entre los candidatos. El resultado obtenido es coherente con un cuerpo de literatura que destaca la importancia del apoyo financiero y logístico de las coaliciones en el desempeño electoral de sus candidatos.

Para el contexto mexicano, estos hallazgos tienen implicaciones relevantes. Analizar las elecciones a diputados federales de 2020-2021 en México nos proporcionó una visión específica del sistema político y electoral contemporáneo en el país, en un momento en que las estructuras representativas se reconfiguraron ante el surgimiento de un movimiento-partido (Morena) que cambió la competencia electoral al convertirse en el instituto político de mayor relevancia a partir de 2018. Los resultados subrayan la importancia del financiamiento de campañas en el contexto mexicano, donde el monto de los recursos invertidos por los candidatos influye determinantemente en sus posibilidades de éxito. Además, las diferencias en el gasto entre las coaliciones electorales reflejan las estrategias y dinámicas políticas específicas de México. Es decir, quien tiene más dinero, tiene más probabilidades de acceder a un cargo de representación popular.

Lo anterior destaca la necesidad de promover la transparencia y la regulación en el financiamiento de campañas políticas en México. Un control y supervisión efectivos del uso de recursos contribuiría a tener procesos electorales más equitativos y garantizar una

competencia justa entre los candidatos. Además, sería conveniente explorar la implementación de mecanismos que reduzcan la dependencia del financiamiento privado y fomenten la participación ciudadana en el financiamiento de las campañas políticas. También habría que reflexionar sobre el actual diseño constitucional de repartición de recursos públicos, en el que 70% ocurre de manera proporcional y el 30% restante, igualitaria. Esto, en particular, por la desigualdad que se está perpetuando al observar la relevancia del dinero (lícito) en los triunfos electorales. A partir de la premisa normativa de que los partidos políticos “más grandes”, en términos de votos obtenidos, tienen mayor apoyo popular y, ergo, deben recibir más recursos, el planteamiento de si esta regla genera una ventaja difícilmente remontable para los partidos mejor posicionados en la elección anterior amerita un análisis a la luz de los resultados que aquí se presentan.

En cuanto a las posibles líneas de estudio futuras, se propone investigar a mayor profundidad el impacto del financiamiento de campañas en otros niveles de gobierno y en diferentes sistemas electorales con distintos esquemas de subsidio. Sería también de utilidad para la disciplina analizar cómo otros factores —reputación del candidato, características demográficas de los electores y contexto socioeconómico— interactúan con el gasto de campaña y la reelección en la determinación de los resultados. También se pueden explorar las implicaciones políticas y sociales de la dependencia del financiamiento en la representatividad y la calidad de la democracia en México. Estas líneas de investigación contribuirían a un mayor entendimiento de los mecanismos que influyen en los resultados electorales y en la dinámica política del país.

Referencias

Abramowitz, Alan (1991). Incumbency, Campaign Spending, and the Decline of Competition in

- U.S. House Elections. *Journal of Politics*, 53(1), 34-56.
- Abramowitz, Alan (1988). Explaining Senate Election Outcomes. *American Political Science Review*, 82(2), 385-403.
- Ansolabehere, Stephen, & Gerber, Alan (1994). The Mismeasure of Campaign Spending: Evidence from the 1990 U.S. House Elections. *The Journal of Politics*, 56(4), 1106-1118.
- Ansolabehere, Stephen, & Snyder Jr., James M. (2000). Money and Office: The Sources of the Incumbency Advantage in Congressional Campaign Finance. En David W. Brady, John F. Cogan, & Fiorina Morris P. (eds.), *Continuity and Change in House Elections* (pp. 65-86). California: Stanford University Press.
- Ascencio, Sergio J. (2020). Party Influence in Presidential Primaries: Evidence from Mexico. *Party Politics*, 27(6), 1229-1242.
- Ascencio, Sergio J., & Yann P. Kerevel (2021). Party Strategy, Candidate Selection, and Legislative Behavior in Mexico. *Legislative Studies Quarterly*, 46(3), 713-743.
- Benoit, Kenneth, & Marsh, Michael (2008). The Campaign Value of Incumbency: A New Solution to the Puzzle of Less Effective Incumbent Spending. *American Journal of Political Science*, 52(4), 874-890.
- Buckley, Fiona, & Mariani, Mack (2023). Money Matters: The Impact of Gender Quotas on Campaign Spending for Women Candidates. *International Political Science Review*, 44(1), 59-76.
- Cantú, Francisco, & Desposato, Scott (2012). The New Federalism of Mexico's Party System. *Journal of Politics in Latin America*, 4(2), 3-38.
- Carrillo, Manuel, Lujambio, Alonso, Navarro, Carlos, & Zovatto, Daniel (coords.) (2003). *Dinero y contienda político electoral, el reto de la democracia*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Carty, R. Kenneth, & Eagles, Munroe (1999). Do Local Campaigns Matter? Campaign Spending, the Local Canvass and Party Support in Canada. *Electoral Studies*, 18(1), 69-87.
- Casar, María Amparo, & Ugalde, Luis Carlos (2018). *Dinero bajo la mesa: financiamiento y gasto ilegal de campañas políticas en México*. Ciudad de México: Integralia Consultores/Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad.
- Coleman, John J., & Manna, Paul F. (2000). Congressional Campaign Spending and the Quality of Democracy. *Journal of Politics*, 62(3), 757-789.
- Conway, Margaret M. (1999). *Political Participation in the United States*. Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press.
- Córdova Vianello, Lorenzo, & Murayama Rendón, Ciro (2006). *Elecciones, dinero y corrupción: Pemexgate y Amigos de Fox*. Ciudad de México: Cal y Arena.
- Cox, Gary W., & Katz, Jonathan N. (1996). Why Did the Incumbency Advantage Grow. *American Journal of Political Science*, 40(2), 478-497.
- Cox, Gary W., & Morgenstern, Scott (1993). The Increasing Advantage of Incumbency in U.S. States. *Legislative Studies Quarterly*, 18(4), 495-514.
- Cox, Gary W., & Munger, Michael C. (1989). Closeness, Expenditures, and Turnout in the 1982 U.S. House Elections. *American Political Science Review*, 83(1), 217-230.

- Cox, Gary W., & Thies, Michael F. (2000). How Much Does Money Matter?: "Buying" Votes in Japan, 1967-1990. *Comparative Political Studies*, 33(1), 33-57.
- Díaz Jiménez, Oniel Francisco (2015). Marketing político y profesionalización de las campañas electorales presidenciales del Partido Acción Nacional y del Partido de la Revolución Democrática, 1994-2006. *Polis*, 11(1), 119-168.
- Erikson, Robert S. (1971). The Advantage of Incumbency in Congressional Elections. *Polity*, 3(3), 395-405.
- Falguera, Elin, Jones, Samuel, & Ohman, Magnus (2015). El financiamiento de los partidos políticos y las campañas electorales. Manual sobre financiamiento político. Estocolmo/Ciudad de México: Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral (IDEA Internacional) y Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/el-financiamiento-de-los-partidos-politicos-y-las-campanas-electorales.pdf>.
- Fiorina, Morris P. (1977). The Case of the Vanishing Marginals: The Bureaucracy Did It. *American Political Science Review*, 71(1), 177-181.
- Fonseca, Felipe J. (2022). El impacto de los gastos de campaña en la elección presidencial de 2006 en México: una aproximación. *Estudios Económicos*, 37(2), 199-232.
- Fournaies, Alexander, & Hall, Andrew B. (2014). The Financial Incumbency Advantage: Causes and Consequences. *The Journal of Politics*, 76(3), 711-724.
- Francia, Peter L., & Herrnson, Paul S. (2004). The Synergistic Effect of Campaign Effort and Election Reform on Voter Turnout in State Legislative Elections. *State Politics and Policy Quarterly*, 4(1), 74-93.
- Gelman, Andrew, & King, Gary (1990). Estimating the Incumbency Advantage without Bias. *American Journal of Political Science*, 34(4), 1142-1164.
- Gerber, Alan (1998). Estimating the Effect of Campaign Spending on Senate Election Outcomes Using Instrumental Variables. *American Political Science Review*, 92(2), 401-411.
- Gerhard Tuma, Roberto Francisco (2006). ¿Cuál es el impacto de los gastos de campaña sobre los resultados electorales? El caso de las elecciones para diputados por mayoría relativa a nivel federal en México 2003. (Tesis de licenciatura). México: Centro de Investigación y Docencia Económicas.
- Godoy, Luis (2014). Reelección en la Cámara de Diputados, 1917-1933: federalismo y ambición política. (Tesis de licenciatura). México: Instituto Tecnológico Autónomo de México.
- Goldstein, Ken, & Freedman, Paul (2000). New Evidence for New Arguments: Money and Advertising in the 1996 Senate Elections. *The Journal of Politics*, 62(4), 1087-1108.
- Grier, Kevin (1989). Campaign Spending and Senate Elections, 1978-1984. *Public Choice*, 63(3), 201-219.
- Hogan, Robert E. (1999). Campaign and Contextual Influences on Voter Participation in State Legislative Elections. *American Politics Quarterly*, 27(4), 403-433.
- Jackson, Robert A. (2002). Gubernatorial and Senatorial Campaign Mobilization of Voters. *Political Research Quarterly*, 55(4), 825-844.

- Jackson, Robert A. (1997). The Mobilization of U.S. Senate Electorates in the 1988 and 1990 Elections. *Journal of Politics*, 59(3), 520-537.
- Jacobson, Gary C. (2015). How Do Campaigns Matter? *Annual Review of Political Science*, 18(1), 31-47.
- Jacobson, Gary C. (1990). The Effects of Campaign Spending in House Elections: New Evidence for Old Arguments. *American Journal of Political Science*, 34(2), 334-362.
- Jacobson, Gary C. (1985). Money and Votes Reconsidered: Congressional Elections, 1972-1982. *Public Choice*, 47(1), 7-62.
- Jacobson, Gary C. (1978). The Effects of Campaign Spending in Congressional Elections. *American Political Science Review*, 72(2), 469-491.
- Johnson, Joel W. (2012). Campaign Spending in Proportional Electoral Systems. *Comparative Political Studies*, 46(8), 968-993.
- Kenny, Christopher, & McBurnett, Michael (1994). An Individual Level Multiequation Model of Expenditure Effects in Contested House Elections. *American Political Science Review* 88(3), 699-710.
- Kerevel, Yann P. (2015). (Sub)national Principals, Legislative Agents: Patronage and Political Careers in Mexico. *Comparative Political Studies*, 48(8), 1020-1050.
- Kerevel, Yann P. (2010). The Legislative Consequences of Mexico's Mixed-Member Electoral System, 2000-2009. *Electoral Studies*, 29(4), 691-703.
- Krasno, Jonathan S., Green, Donald Philip, & Cowden, Jonathan A. (1994). The Dynamics of Campaign Fundraising in House Elections. *The Journal of Politics*, 56(2), 459-474.
- Langston, Joy K. (2022). Legislative Candidate Selection and Incumbent Renomination in Mexico. *Revista de Ciencia Política*, 24(3), 565-590.
- Langston, Joy K. (2018). Las campañas políticas de los diputados federales en México. Esfuerzos basados en los candidatos y en los partidos. *Foro Internacional*, 58(4), 671-718.
- Langston, Joy K. (2010). Governors and 'Their Deputies': New Legislative Principals in Mexico. *Legislative Studies Quarterly*, 35(2), 235-258.
- Langston, Joy K. (2006). *Congressional Campaigning in Mexico*. Documento de Trabajo del CIDE, 184. México: Centro de Investigación y Docencia Económicas.
- Langston, Joy K., & Benton, Allyson Lucinda (2009). 'A ras de suelo?: apariciones de candidatos y eventos en la campaña presidencial de México. *Política y Gobierno*, vol. temático (2), 135-176.
- Langston, Joy, & Castro Cornejo, Rodrigo (2022). Why Do Clientelist Brokers Go Rogue? Parties, Politicians, and Intermediaries in Mexico. *Perspectives on Politics*, 21(1), 43-58.
- Levitt, Steven D., & Wolfram, Catherine D. (1997). Decomposing the Sources of Incumbency Advantage in the U.S. House. *Legislative Studies Quarterly*, 22(1), 45-60.
- Magar, Eric (2012). Gubernatorial Coattails in Mexican Congressional Elections. *The Journal of Politics*, 74(2), 383-399.
- Magee, Christopher S. P. (2012). The Incumbent Spending Puzzle. *Social Science Quarterly*, 93(4), 932-949.

- Mayhew, David R. (1974). *Congress: The Electoral Connection*. New Haven: Yale University Press.
- Moon, Woojin (2006). The Paradox of Less Effective Incumbent Spending: Theory and Tests. *British Journal of Political Science*, 36(4), 705-721.
- Morales Quiroga, Mauricio, & Rodríguez Piñeiro, Rafael (2010). Gasto en campaña y éxito electoral de los candidatos a diputados en Chile 2005. *Revista de Ciencia Política*, 30(3), 645-667.
- Nacif, Benito (2002). Understanding Party Discipline in the Mexican Chamber of Deputies: The Centralized Party Mode. En Scott Morgenstern, & Benito Nacif (eds.), *Legislative Politics in Latin America* (pp. 254-284). Nueva York: Cambridge University Press.
- Palda, Filip, & Palda, Kristian (1998). The Impact of Campaign Expenditures on Political Competition in the French Legislative Elections of 1993. *Public Choice*, 94(1), 157-174.
- Pattie, Charles J., Johnston, Ronald J., & Fieldhouse, Edward A. (1995). Winning the Local Vote: The Effectiveness of Constituency Campaign Spending in Great Britain, 1983-1992. *American Political Science Review* 89(4), 969-983.
- Poiré, Alejandro (2002). *Bounded Ambitions. Party Nominations, Discipline, and Defection: Mexico's PRI in Comparative Perspective*. (Tesis de doctorado). Cambridge: Universidad de Harvard.
- Put, Gert-Jan, Maddens, Bart, & Muyters, Gertjan (2023). Sources of Campaign Funding for Incumbents versus Challengers in List Proportional Representation Systems: The Case of Colombia. *International Political Science Review*, 44(3), 370-386.
- Rosas, Guillermo, & Langston, Joy K. (2011). Gubernatorial Effects on the Voting Behavior of National Legislators. *Journal of Politics*, 73(2), 477-493.
- Samuels, David (2001a). Incumbents and Challengers on a Level Playing Field: Assessing the Impact of Campaign Finance in Brazil. *The Journal of Politics*, 63(2), 569-584.
- Samuels, David (2001b). Does Money Matter? Credible Commitments and Campaign Finance in New Democracies: Theory and Evidence from Brazil. *Comparative Politics*, 34(1), 23-42.
- Simon, Adam F. (2002). *The Winning Message. Candidate Behavior, Campaign Discourse, and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Squire, Peverill (1991). Preemptive Fundraising and Challenger Profile in Senate Elections. *Journal of Politics*, 53(4), 1150-1164.
- Stratmann, Thomas (2006). Contribution Limits and the Effectiveness of Campaign Spending. *Public Choice*, 129(3): 461-474.
- Tucker, Harvey J. (1986). *Contextual Models of Participation in U.S. State Legislative Elections*. *The Western Political Quarterly*, 39(1), 67-78.
- Tucker, Harvey J., & Weber, Ronald E. (1987). State Legislative Election Outcomes: Contextual Effects and Legislative Performance Effects. *Legislative Studies Quarterly*, 12(4), 537-553.
- Tufte, Edward R. (1975). Determinants of the Outcomes of Midterm Congressional Elections. *American Political Science Review*, 69(3), 812-826.
- Valdivia, Marcos, & Beltrán, Ulises (2009). Dilemas de estrategia: ¿tierra o aire? Redes sociales y decisión electoral. *Política y Gobierno*, vol. temático (1), 177-198.

Weldon, Jeffrey A. (2001). The Consequences of Mexico's Mixed-Member Electoral System, 1988-1997. En Matthew Sørensen Shugart, & Martin P. Wattenberg (eds.), *Mixed-Member Electoral Systems: The Best of Both Worlds?* (pp. 447-476). Oxford: Oxford University Press

Wolfinger, Raymond E., & Rosenstone, Steven J. (1980). *Who Votes?* New Haven: Yale University Press.

Wuhs, Steven (2008). *Savage Democracy: Institutional Change and Party Development in Mexico*. Pennsylvania: Penn State Press.

Acerca de los autores

Edwin Atilano Robles es doctor en Ciencia Política por el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE). Profesor de tiempo completo en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán y tutor del Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales, ambos de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Candidato a investigador nacional en el Sistema Nacional de Investigadores. Sus principales líneas de investigación son los regímenes autoritarios, el poder legislativo y la metodología en ciencia política.

Publicaciones más recientes:

1. Atilano Robles, E. (2023). ¿Explicar las peras a través del comportamiento de las manzanas? Estacionariedad y procesos generadores de datos en series de tiempo. *Estudios Políticos*, 59(1).
2. Atilano Robles, E. (2022). ¿Amigos por siempre? Rupturas en el PRI y su efecto en el gasto social durante el autoritarismo electoral en México (1988-2000). *Foro Internacional*, 62(3).

Sergio A. Bárcena Juárez es doctor en Ciencia Política por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Profesor-investigador titular del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), campus Ciudad de México, y profesor asociado de la Universidad de Guanajuato. Sus principales líneas de investigación son el Poder Legislativo, la representación política, el desempeño legislativo y los estudios electorales.

Publicaciones más recientes:

1. Bárcena Juárez, S. (2022). Más allá del género. ¿Por qué las diputadas mexicanas representan sustantivamente a las mujeres? *Colombia Internacional*, 112(1).
2. Bárcena Juárez, S., & Yann P. Kerevel (2022). Legislative Effectiveness in Multi-party Presidential Systems: Evidence from Mexico's Chamber of Deputies. *The Journal of Politics*, 84(4).
3. Bárcena Juárez, S., & Gustavo Adolfo Urbina (2022). Presidencias de comisión e institucionalización de la Cámara de Diputados en México (1997-2018). *Política y sociedad*, 59(2).

Julio Téllez del Río es maestro en Ciencia Política por el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE). Profesor de asignatura del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), campus Ciudad de México. Sus principales líneas de investigación son el Poder Legislativo, el comportamiento de los legisladores y los estudios electorales.

Publicaciones más recientes:

1. Téllez del Río, J., & Sergio A. Bárcena Juárez (2021). Sistema electoral y frag-

mentación partidista de los congresos locales en México (2000-2018). En Khemvirg Puente Martínez, & Erika García Méndez (coords.), *Los congresos locales en México. Un estudio comparado sobre la representación política*. Ciudad de México: UNAM/ Instituto Nacional Electoral.

2. Téllez del Río, J., & Sergio A. Bárcena Juárez (2020). Las presiones desde el *lobby*: el cabildeo legislativo en la aprobación del impuesto al refresco en México en 2013. En Luisa Béjar Algazi, *El proceso legislativo en México: la participación de la sociedad civil organizada en el Congreso de la Unión*. Ciudad de México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, La Biblioteca.