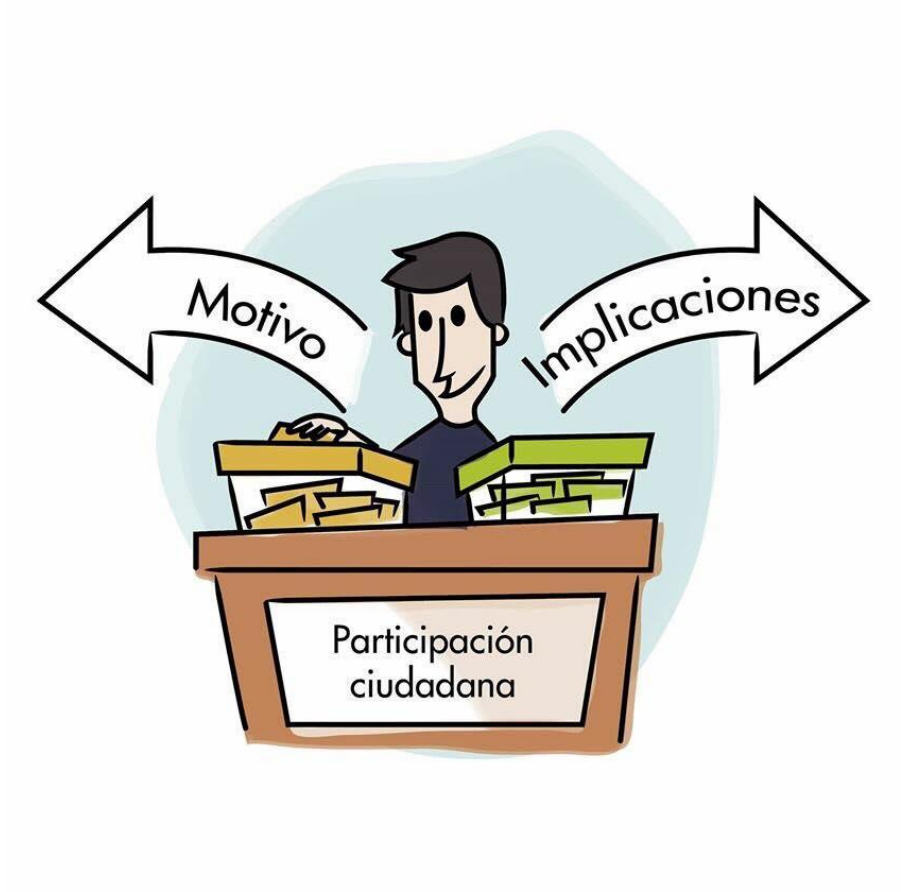
# Efecto del capital social en la participación electoral, alternancia electoral y empoderamiento ciudadano.




Director: Dr. Andrés Valdez Zepeda

Coordinadora: Dr. Irma Janet Sepúlveda Ríos

Elaboro: Lic. Francisco Javier Armenta Araiza

Maestría: Dirección en mercadotecnia

## Contenido


..... 1

Agradecimientos ..... 5

Abstracto ..... 6

Resumen ..... 7

Introducción. ..... 8

Planteamiento del problema de investigación ..... 10

Opinión actual de algunos mexicanos sobre la democracia. ..... 10

¿Por qué es tan importante el voto? ..... 11

Problema de investigación. ..... 11

**Objeto de estudio:** ..... 11

**Fenómeno de investigación:** ..... 11

Preguntas de investigación ..... 12

Objetivos de investigación. ..... 12

**Objetivo general** ..... 12

Objetivos específicos: ..... 12

Hipótesis ..... 12

**Hipótesis Primera:** ..... 12

**Hipótesis Segunda:** ..... 12

**Hipótesis tercera:** ..... 13

Características de la investigación: ..... 13

Justificación ..... 13

Primera perspectiva: hipótesis primera. legitimidad política. ..... 14

Segunda perspectiva: Un ciudadano con mayor capital social tiende a la alternancia electoral. ..... 14

Tercera perspectiva: Empoderamiento ciudadano para la participación. ..... 16

Marco teórico ..... 20

El capital social y su contexto ..... 20

Origen del capital social ..... 20

**Resignificación del capital social desde la perspectiva del marketing político**. ..... 21

Desarrollo de cada variable de capital social ..... 24

Modelos de investigación con variables de contraste ..... 31

Modelo 1 logit: Capital social y participación electoral ..... 32

Modelo 2 logit: Capital Social y la alternancia electoral. 34
Modelo de regresión: Capital social y empoderamiento ciudadano. 48
Variables dependientes y su respectivo modelo cuantitativo 53
Modelo logit: antecedentes, particularidades y herramienta stepwise. 53
Variable dependiente participación electoral. 55
Variable dependiente alternancia electoral. 56
Regresión lineal: 56
Variable de empoderamiento ciudadano. 57
Vitrina metodológica de investigación. 58
Estudio de caso y sus características. 58
Población. 58
Cálculo de Muestra: 58
Cartografía electoral. 59
Tipo de investigación Cuantitativa. 60
Alcances de la investigación 60
Metodología de levantamiento 62
Instrumento de investigación (cuestionario) y sus características 63
Resultados de la investigación. 66
Distribución el capital social 66
Edad y variables dependientes (voto 2018, alternancia y empoderamiento) 66
Descripción por nivel educativo. 68
Descripción por ocupación 69
Capital social y variables dependientes. 70
Distribución del capital social en los diferentes tipos de ciudadanos. 71
**Respuesta a las hipótesis de investigación**. 75
Respuesta a primera hipótesis de investigación. 75
Respuesta a la segunda hipótesis. 78
Respuesta a la tercera hipótesis: 82
Conclusiones. 85
Hechos. 85
Conjeturas. 85
Futuras investigaciones. 86
Apéndices 87

Cuestionario. ..... 87
Tabla de consistencia. ..... 90
Tabla de referencias instrumento ..... 91
Referencias artículos y revistas académicas ..... 93
Referencias libros ..... 94
Referencias páginas de internet ..... 95

## Agradecimientos

A mi madre por siempre ser mi motor para persistir, no rendirme y descubrir lo mejor de mí.

A mi amigo y padrino el Mtro. Alberto Castellanos por apoyarme en mi carrera académica y enseñarme el amor y pasión por la universidad de Guadalajara.

A la doctora Irma Janet Sepúlveda por apoyarme y por creer en el éxito de esta investigación.

A mi amigo Raúl Vladimir por apoyarme en el desarrollo cuantitativo de esta tesis.

A mi amigo Juan Ornelas por acompañarme con su creatividad y entusiasmo en esta investigación tan ardua.

Por último, a la universidad de Guadalajara por haberme brindado la oportunidad de cambiar mi pensamiento y por ende mi vida.

**Abstracto**

La presente investigación retoma el concepto del "capital social" propuesto por el doctor Robert Putnam en su libro *Bowiling alone* (2000) resignificándolo desde la perspectiva del marketing político. Posteriormente, se estudia el efecto de este nuevo concepto sobre tres fenómenos sociales: la participación electoral, la alternancia electoral y la percepción del empoderamiento ciudadano.

Los resultados de la investigación sugieren que el capital social incrementa la probabilidad para que un ciudadano vote y a su vez tiene un efecto significativo sobre la percepción que tiene el ciudadano de sí mismo, en relación de su capacidad de hacer algo por su país (empoderamiento ciudadano). Sin embargo, el capital social no tiene ningún efecto sobre la preferencia (alternancia) electoral del ciudadano.

De manera inesperada, se descubrió que el nivel educativo de los ciudadanos tiene un impacto significativo en dos fenómenos: primero, en su intención de votar por la alternancia electoral. Segundo, sobre la percepción del empoderamiento ciudadano. Sin embargo, el nivel educativo no tiene efecto alguno en el incremento de las probabilidades de voto (participación electoral).

Estudio de caso: Elección presidencial México 2018.

Muestra: distrito 9 local del estado de Jalisco.

**Abstract**

This research takes up the social capital concept that was proposed by Robert Putnam in the book *Bowling alone* (2000). The Autor defines the social capital concept from the political marketing perspective.

This research studies the effect of social capital over three social phenomenon: electoral participation, political alternation and citizen empowerment perception.

The results suggest that social capital increases the odds of citizens to vote and affects positively the citizen empowerment perception. However social capital does not have any effect over citizen´s voting intension for political alternation.

Moreover, it was unexpected that citizen´s education level increases significantly the odds of citizens to vote for political alternation. Furthermore, it had a significant impact over the citizen empowerment perception. However, it did not have any kind of impact over citizen´s odd for electoral participation.

Study case: Presidential election of México 2018.

Selection: 9$^{th}$ electoral district of Jalisco.

## Resumen

La presente investigación retoma el concepto del "capital social" propuesto por el doctor Robert Putnam en su libro *Bowiling alone* (2000) y lo resignifica desde la perspectiva del marketing político. Posteriormente, se estudia el efecto de este nuevo concepto sobre tres fenómenos sociales: la participación electoral, la alternancia electoral y la percepción del empoderamiento

La participación y la alternancia electorales, forman parte de los fenómenos de las ciencias sociales, estos dos particularmente, considerados como colectivos. Para estudiarlos se utilizó un modelo de probabilidad logit con la intensión de estimar el peso estadístico principalmente de la variable "capital social" y otras también sugeridas por la literatura como relevantes para este tipo de fenómenos.

Los estudios realizados sobre el efecto del capital social en la participación electoral no habían abordado el posible efecto del C.S. sobre la alternancia electoral. Debido a que los cuerpos académicos que realizaron los estudios previos pertenecen a instituciones públicas de gobierno, se puede mencionar el caso particular del INE. Instituciones que no tiene el estudio de la alternancia electoral dentro de sus objetivos prioritarios.

Por otro lado, la mayoría de los estudios académicos independientes habían abordado el efecto del capital social sobre fenómenos colectivos como son el desarrollo económico y la alternancia electoral de países o regiones en específico. Hasta hoy en día, se ha tratado poco el efecto del capital social sobre fenómenos individuales, como es el caso del empoderamiento ciudadano.

Con base en los antecedentes anteriores, resulta más que pertinente investigar el efecto de la variable "capital social" sobre los fenómenos de la alternancia electoral y el empoderamiento ciudadano.

Dada la naturaleza social de estos dos fenómenos, se utilizó un modelo de regresión lineal para investigar el efecto de múltiples variables de manera simultánea, pero destacaron las variables de "capital social" y "nivel educativo" por ser las más significativas.

Entre los hallazgos de la investigación se resalta que los electores del distrito 9 de Jalisco se distinguen por ser personas que no pertenecen ni cooperan con los miembros de su comunidad, pero sí se mantienen informados y mantienen un alto interés en ejercer su derecho al voto. En futuras investigaciones es conveniente abordar el origen de esta conducta, debido a que de manera importante, este grupo de personas se integran por un público joven (18 a 36 años). Incluso si estas características sociales tienen algún efecto sobre la preferencia electoral.

Los resultados de la investigación sugieren que el capital social incrementa la probabilidad para que un ciudadano vote y también tiene un efecto significativo sobre la percepción que tiene el ciudadano de sí mismo en relación de su capacidad de hacer

algo por su país (empoderamiento ciudadano). Sin embargo, el capital social no tiene ningún efecto sobre la variable de preferencia (alternancia) electoral del ciudadano.

De manera inesperada, se descubrió que el nivel educativo de los ciudadanos tiene un impacto significativo en dos fenómenos: primero, en su intensión para votar por la alternancia electoral. Segundo, sobre la percepción positiva del propio empoderamiento ciudadano. Sin embargo, el nivel educativo no tiene efecto alguno en incrementar las probabilidades de que el ciudadano acuda a las urnas para ejercer el voto (participación electoral).

Estudio de caso: Elección presidencial México 2018.

Población: distrito 9 local del estado de Jalisco.

## Introducción.

"El ser humano es un ser social por naturaleza" (Aristóteles, 1988, p.75)

Ya lo decía Aristóteles desde tiempos remotos, ser parte de una comunidad, es una necesidad de todos los seres humanos.

El capital social es un concepto propuesto por Robert Putnam que busca describir y estudiar el fenómeno de las relaciones que establece el individuo con sus compares y con la sociedad a la que pertenece.

Aunque no existe un consenso sobre todos sus posibles efectos del capital social en la vida de los ciudadanos, de lo que si hay consenso entre los investigadores en el campo de las ciencias sociales, es que efectivamente, el capital social influye en la manera de relacionarse del ser humano con su sociedad y sus integrantes. Si ser un ser social es parte de la naturaleza de los hombres parafraseando a Aristóteles, entonces podremos aseverar que el capital social afecta la naturaleza social del individuo parcialmente.

La naturaleza social de los humanos es un área de estudio con un número de variantes bastante amplio, muchas ya abordadas por el campo de las ciencias sociales. El doctor Robert Putnam ha tratado algunos de estos temas como el desarrollo económico de Italia (*Making democracy work*, 1993) y otros aún no estudiados lo suficiente, como lo son las relaciones de poder entre los individuos.

Para objeto de estudio de este trabajo, se entenderá por *relaciones de poder*, la manera en que el individuo establece conexiones con otros individuos y la sociedad en su conjunto para administrar el poder:

> La palabra poder tiene doble sentido. El primero de ellos se refiere a la posesión del poder *sobre* alguien, a la capacidad de dominarlo; el otro significado se refiere al

> poder de hacer algo, de ser potente (…) así el termino poder puede significar dos cosas *dominación* o *potencia*. (Fromm, 1947, pag.174).

Se propone investigar el posible efecto del capital social en las relaciones de poder del individuo con la sociedad y consigo mismo. Se tiene certeza del efecto del capital social en al menos una de las relaciones de poder entre el individuo y la sociedad, tal es el caso del fenómeno del voto, en lo particular en México, gracias a las investigaciones de Fernanda Somuano (2013). El voto es el principal testigo de la relación entre el capital social de los individuos y las relaciones de poder. Debido a que es el instrumento a través del cual el ciudadano confiere poder a otro individuo o también a una decisión de gobierno, al menos en las democracias.

Por lo anterior se asevera que, si el capital social afecta la intención del voto de los ciudadanos, y el voto es una herramienta de administración de poder de los ciudadanos en México (debido a que el voto otorga o despoja de poder político al individuo), por lo tanto, el capital social incide en las relaciones de poder.

Por ejemplo, el INE (Instituto Nacional Electoral) en su estudio *La calidad de la ciudadanía en México* (2015) ha investigado el efecto del capital social sobre la intención del ciudadano mexicano por ejercer el voto. Sin embargo, el INE no ha investigado aún sobre el posible efecto del capital social sobre la preferencia electoral del ciudadano, esto debido a que la naturaleza de este instituto público es estudiar y promover la participación electoral, no la preferencia electoral.

Desde el punto de vista de la mercadotecnia política es importante analizar el efecto del capital social sobre las relaciones de poder del individuo, como lo son la participación electoral, ya estudiada por el INE en México, pero no con datos de Jalisco, la alternancia electoral (preferencia electoral), ambas con el mismo objeto de estudio: el ejercicio del voto.

Es tema de la mercadotecnia política estudiar los fenómenos que afectan el voto, pues como dice Andrés Valdez (2004): “La mercadotecnia política en su dimensión electoral (…) busca, a través de la persuasión y movilización de los ciudadanos, conformar mayorías electorales estables tratando de ocupar el mayor número de espacios de poder” (p.66). Esto se logra a través de obtener mayoría de votos en las elecciones. El voto es el instrumento de estudio que comparten la mercadotecnia política y el capital social.

Con base en lo anterior se afirma que en primer término, es pertinente comprobar el efecto del capital social en la intención de voto de los ciudadanos en Jalisco, en segundo es innovador investigar el efecto del capital social en la preferencia electoral, ambos son considerados fenómenos colectivos pues son actividades que involucran a gran parte de la sociedad en su conjunto.

No obstante, dado que el campo de las relaciones de poder es tan amplio se propone también investigar el efecto del capital social sobre un fenómeno individual (perspectiva

aún no abordada). El fenómeno propuesto es: la percepción que tiene el individuo sobre su poder  o el concepto de capacidad de Fromm, de hacer algo por su país.

En el campo de la mercadotecnia, para que un individuo tome una acción, es necesario que se reconozca la necesidad de actuar, creyendo que se cuenta con la capacidad de hacerlo. Consecuentemente se puede suponer que, los individuos que se perciban con mayor poder, tienen una mayor tendencia a ejercer la participación electoral (voto) y la no electoral tambien, como consecuencia de tener un capital social mayor.

Por tales razones, es indispensable que el área de la mercadotecnia política investigue el efecto del capital social sobre fenómenos electorales y de percepción del individuo.

## Planteamiento del problema de investigación

El capital social ha sido utilizado para analizar y explicar problemáticas de fenómenos colectivos, la participación electoral es uno de estos fenómenos. Se ha demostrado en otros países, y particularmente en México, mas no en Jalisco, que el capital social influye de manera significativa para incrementar la participación electoral. Por lo cual se cree, puede apoyar en resolver problemas del tipo democráticos, particularmente la abstinencia electoral.

### *Opinión actual de algunos mexicanos sobre la democracia.*

Este trabajo parte del supuesto de que vivir en democracia favorece el desarrollo y bienestar de las personas y por lo tanto debe de procurarse su permanencia. Empero, ¿Qué opinan los mexicanos sobre la democracia? ¿La democracia en México debe ser fortalecida? ¿O los mexicanos ya la aceptan y procuran?

Existen varios estudios de la opinión de los mexicanos sobre la democracia. En un reciente estudio titulado  *La calidad de la ciudadanía en México* elaborado por el INE en 2015, menciona que el 53 % de los mexicanos opinaron que la democracia es preferible a otro sistema de gobierno.

Por otro lado, otro estudio elaborado algunos años antes por Reyes Heroles (2004), menciona que el "54.7 % de la población de México estaría dispuesta a sacrificar la democracia en aras de un progreso socioeconómico real" (Reyes, 2004, pág. 41). Es decir, se puede inferir que este grupo de personas consideraría sacrificar algunas de sus libertades o derechos propios de los sistemas democráticos, con la promesa de obtener mayores beneficios económicos.

Sin embargo, en términos de proporción, las personas que aprueban la democracia en los estudios de opinión y las personas que votan (participación electoral) mantienen porcentajes similares. Por ejemplo: en la elección de 2015 en Jalisco tuvimos en promedio una participación electoral del 52%, datos oficiales del INE, tomados de un estudio a nivel nacional. Como es posible contrastar, el porcentaje de participación

electoral del INE (52%) y de preferencia a la democracia 53 % (Reyes Heroles, 2004), son altamente similares.

### *¿Por qué es tan importante el voto?*

El voto es sustancial para la democracia, así lo define el doctor Andrés Valdez: "**La base de todo sistema político de estirpe democrático**(…) Es el derecho o facultad que tiene todo ciudadano de un determinado país para intervenir en los asuntos de interés público, por medio de su voto." (Valdez, 2010, p.59)

El voto refleja la voluntad general de los ciudadanos, tal vez sea porque es relativamente fácil tener acceso a él o por su trascendencia. Entre todas las opciones de participación política, el voto se ha convertido en la más concurrida entre los ciudadanos, por lo cual es el principal indicador de vida democrática en nuestro país.

Así lo reafirma el INE en *Democracia verdadera* (2015): "La participación de la ciudadanía es la mejor señal de buen funcionamiento y la no participación es un claro signo de su fracaso" (INE, 2015, p 54) En caso de propagarse la no participación, esto representa un riesgo político principalmente en términos de legitimidad.[1]

Si bien, en la participación electoral intervienen muchas variables, investigaciones recientes apuntan a que el capital social afecta de manera significativa en la probabilidad de que un individuo acuda a las urnas.

La baja participación electoral (abstencionismo) es un síntoma de mala salud del sistema democrático, el 52 % de participación en jalisco sugiere que es necesario aumentar el porcentaje de participación en términos de legitimidad política. La presente investigación busca atender este problema a través de generar información que contribuya a coadyuvar a que más ciudadanos voten.

### *Problema de investigación.*

**Objeto de estudio:** La baja participación electoral en el distrito 9 de Jalisco.

Para fines de este trabajo se entenderá por participación electoral como la acción de los ciudadanos de ejercer el voto en elecciones constitucionales de presidente de México 2018.

**Fenómeno de investigación:** Cómo afecta el capital social en la participación electoral de los ciudadanos en el distrito 9 de Jalisco.

[1] El concepto de legitimidad política se aborda en la justificación de este trabajo, en la primera perspectiva.

Se parte del supuesto de que existe una mayor probabilidad para que un ciudadano vote en la medida que posee e incrementa su capital social.

## *Preguntas de investigación*

A continuación, las preguntas que dan origen a esta investigación.

1) ¿El capital social tiene algún efecto positivo sobre la intención del ciudadano para ejercer su derecho al voto?
2) Si es cierto que el capital social es un indicador del nivel de interés del ciudadano en asuntos políticos y públicos, entonces entre mayor capital social, mayor interés. ¿Este interés del individuo tiene algún efecto sobre la preferencia electoral?
3) El capital social es un indicador del interés del individuo en asuntos políticos y públicos ¿El capital social tiene algún efecto sobre la percepción del individuo sobre sí mismo, en relación con su capacidad de hacer algo por su país (empoderamiento ciudadano)?

## *Objetivos de investigación.*

### ***Objetivo general***

Determinar de qué manera y en qué medida del capital social afecta la participación electoral de los ciudadanos en el distrito 9 de Jalisco en la elección presidencial del 2018

### Objetivos específicos:

1) Así como en Estados Unidos e Italia se comprobó por Robert Putman (1993), determinar en qué medida el capital social afecta las probabilidades de un ciudadano de Jalisco para ejercer su derecho al voto en las elecciones de 2018.
2) Investigar en qué manera y en qué medida el capital social afecta la intención del ciudadano para votar por la alternancia electoral en las elecciones de 2018.
3) Determinar en qué manera y en qué medida el capital social de un individuo afecta su percepción sobre su capacidad de hacer algo por su país (empoderamiento ciudadano).

## *Hipótesis*

**Hipótesis Primera:** La construcción de capital social es un requisito indispensable para generar una mayor probabilidad de participación de los ciudadanos en los procesos electorales constitucionales.

**Hipótesis Segunda:** El capital social impacta en la percepción del individuo que tiene la intención de votar, de tal manera que tiende a tener expectativas más altas del

desempeño del gobierno en turno. Por consecuencia, existe una tendencia a una mayor probabilidad de votar por la alternancia electoral en las elecciones constitucionales.

**Hipótesis tercera:** El capital social de un ciudadano y la percepción de sí mismo sobre su capacidad para poder hacer algo por su país (empoderamiento ciudadano), tienen una relación significativa. De tal manera que entre mayor sea su capital social, mayor será la percepción positiva del ciudadano sobre sí mismo en relación a el poder que tiene de hacer algo por su país.

### *Características de la investigación:*

Es de tipo cuantitativa. Dada la naturaleza de los instrumentos de investigación que son de tipo cuantitativo, particularmente el modelo logit y un modelo de regresión lineal. A través de ellos se podría identificar, descartar y estimar las correlaciones entre las variables independientes y las dependientes de manera cuantitativa.

Es de tipo cuantitativo descriptivo porque se investigará de qué manera está distribuido el capital social en una muestra de los habitantes del distrito nueve del estado de Jalisco. Además de analizar el efecto de las variables demográficas y psicográficas en las variables dependientes.

Con base en lo anterior se puede aseverar que esta investigación es de corte cuantitativo.

El principal instrumento de investigación es la encuesta. La cual evalúa la percepción y apreciación del individuo. Por lo cual no se basa en datos mesurables directamente, sino parte del supuesto de que los encuestados nos dicen la verdad de su realidad por medio de su opinión.

## Justificación

Es importante para México seguir fortaleciendo su democracia. La participación electoral es el indicador más fehaciente de la salud del sistema democrático, debido a que refleja la confianza de los ciudadanos en el proceso electoral y su disposición a ser parte de las decisiones que le dan rumbo al país.

Entre mayor sea el número de ciudadanos que voten en las elecciones constitucionales (participación electoral) se verá fortalecida la democracia de nuestro país, debido a que los candidatos que resulten ganadores adquieren mayor legitimidad.

Legitimidad es relativo a legítimo, que se define como “Cierto, genuino y verdadero en cualquier línea.” (RAE,2018).

## Primera perspectiva: hipótesis primera. legitimidad política.

*Premisa 1: La legitimidad política de los gobernantes es proporcional al porcentaje de ciudadanos que votan, con relación al padrón electoral.*

Así lo afirma Ortiz Palafox, mientras que "un mayor número de ciudadanos mexicanos participe en los procesos electorales (voto) a su vez, generará, una mayor legitimidad de origen de las autoridades electas bajos los principios democráticos". (Ortiz P. & Valdez Z., 2014 p.114)

Por el contrario, si los ciudadanos se abstuvieran de votar pondrían en duda la legitimidad y gobernabilidad de los candidatos ganadores. Esto lo afirma el informe de calidad ciudadana del INE pues menciona que "El alto abstencionismo puede tener consecuencias indeseables para las democracias, particularmente en las que están en proceso de consolidación. Debido a que reduce la capacidad de las elecciones para legitimar al gobierno y facilitar el ejercicio de la responsabilidad cívica" (Mateo Díaz y Zovatto, 2005, p. 6)

Esto es debido a que el voto es el principal instrumento legitimador del origen político de todo gobernante. El voto es "El acto por medio del cual el ciudadano manifiesta una simpatía o antipatía, hacia un determinado individuo, un partido o coalición de partidos, su programa electoral y sus candidatos." (Valdez Z. p. 10) es decir, manifiesta su voluntad.

¿Cómo se relaciona el capital social con la participación electoral?

*Premisa 2: En la medida que un individuo incrementa su capital social, a su vez incrementa la probabilidad de que participe en los procesos electorales, es decir, votar.*

Esto con base en los resultados de las investigaciones del doctor Roberto Putnam realizadas en Italia (Making Democracy Work, 1993) y en Estados Unidos (Blowing alone,2000) donde se afirma que el capital social tiene una relación positiva con los fenómenos colectivos, en lo particular con la participación electoral. Entre más capital social posea un individuo, mayor es su probabilidad de votar.

En México ya existen algunos artículos sobre el efecto del capital social sobre la participación política en general. Cabe señalar que en esos artículos se trabajó con porcentajes obtenidos de bases de datos públicas. Este trabajo de investigación indaga si la premisa 2 se cumple para el distrito 9 local de Jalisco con información de elaboración propia a través de encuestas.

## Segunda perspectiva: Un ciudadano con mayor capital social tiende a la alternancia electoral.

Algunos investigadores y el INE han realizado investigaciones que prueban el efecto del capital social en la participación electoral. Sin embargo, dada la naturaleza de estos cuerpos académicos, solo se enfocan en contribuir a incrementar la alternancia electoral.

Dentro del campo de estudio del marketing político se encuentra la preferencia electoral y hasta el momento en México no hay estudios que aborden de manera formal el posible efecto del capital social sobre la preferencia electoral. En este caso estudiaremos la intención del ciudadano por votar por alternancia electoral.

Se entenderá por alternancia electoral todo el voto que no es a favor del partido político en el poder, en este caso del PRI, para elegir al próximo presidente de México.

Por lo anterior resulta, no solo innovador sino también pertinente, analizar esta posible relación entre el capital social y la alternancia electoral. Debido a esta posible relación, podría verse mermado el interés de los gobiernos en turno por promover políticas públicas que fortalezcan el capital social.

Roberto Putnam, al sugerir la gestión de políticas públicas (Putnam, 1993, p. 41) que favorezcan la creación de capital social, reconoce la importancia del gobierno como actor para detonar la creación de capital social entre los ciudadanos.

*Premisa 3: Los gobiernos en turno desean conseguir la relección de su partido o grupo político, porque desean permanecen en el poder.*

Una pregunta con fines políticos sería la siguiente: ¿El capital social de un individuo tiene alguna relación sobre la preferencia electoral? Esta idea no está fuera de lugar debido a que es bien sabido que el entorno, los grupos de pertenencia del individuo y medios de comunicación, por citar algunos ejemplos, influyen en la percepción y por lo tanto en la preferencia electoral. (Kuschick, 2004 p.13)

Por ejemplo, la educación básica y universitaria es una herramienta a través de la cual se busca la reafirmación del estado: “Adecuar la conciencia y la manera de pensar de los individuos al interés de los dominadores, es la base del funcionamiento del estado” (Martínez de la roca, 2010 p. 44) para lograr un consenso y preferencia electoral a largo plazo. En algunos países del mundo así se utilizó.

Con base en lo anterior, resulta evidente en el curso de la historia que la educación formal es un instrumento de dominación a largo plazo para las masas debido a que determina en gran medida la manera que el individuo percibe el mundo.

Es posible equiparar el efecto del nivel educativo y el del capital social en términos de que ambos influyen de manera similar sobre la preferencia electoral. ¿Qué indicios existen para equiparar el nivel educativo a el capital social en términos de afectación preferencia electoral?

La educación y el capital social comparten muchos agentes de influencia (Kuschick) equiparables en términos de la preferencia electoral, como que el individuo pertenece a una comunidad definida, están al pendiente de lo que acontece en su sociedad (medios comunicación) entre otros. Por lo cual es posible que se considere que el C.S. influya en la preferencia electoral, al igual que la educación.

Además, a mayor nivel educativo, mayor conocimiento del individuo sobre las formas de vivir además de cultura general, por concecuencia las expectativas que puede plantearse. Algo similar se sugiere en materia del capital social. El individuo que posee mayor capital social tiene mayor probabilidad de mantenerse informado de los aconteceres del mundo, que el resto de la población. Situación que determina sus expectativas en muchos temas, pero principalmente, en el desempeño del gobierno en turno. Se reitera que debido a que, como marca la definición, tiene mayor interés en asuntos públicos.

Situación que da pie a la siguiente premisa del individuo con mayor capital social

*Premisa 4: Los consumidores (electores) que le asignan más importancia a una decisión de compra (voto) se comportan diferente.*

Si se hace una analogía con esta premisa en el plano electoral, el consumidor sería el elector, los artículos de compra son las diferentes opciones electorales, o sea, en este caso los candidatos y partidos. La decisión de comprar sería equiparable a la decisión de acudir a votar.

Un ciudadano con un mayor capital social contiene una percepción política distinta al resto de la población, debido a que de origen presenta un mayor interés en asuntos públicos y políticos[2]. Situación que lo hace vulnerable a agentes de influencia como: medios de comunicación, grupos de interés que determinan la preferencia electoral según Kuschick ya citado anteriormente.

Por lo cual, es pertinente investigar el posible efecto de las variables del capital social sobre la preferencia electoral. Para efecto de que, en caso de no tener relación alguna, los gobiernos no vacilen en promover políticas públicas que fomenten la creación de este. Dado que ya se ha demostrado que independientemente de su relación con la participación electoral, el capital social afecta positivamente otros fenómenos sociales como lo es el desarrollo económico o el combate a la violencia.

Tercera perspectiva: Empoderamiento ciudadano para la participación.

El experto en el tema Urtega afirma lo siguiente: “Con respecto a las perspectivas de Coleman, Bourdieu, o Granovetter, la teoría de Putnam se distingue por su punto de partida: su actor es un ciudadano y su unidad de observación es la sociedad.” (Urteaga, 2013, p.45)

[2] Presenta mayor interés en asuntos públicos, en concordancia a la definición de capital social desde la perspectiva del marketing político.

En la mayoría de las investigaciones previas, pero particularmente en la de Putnam, el cual es al autor principal de referencia para esta investigación, se había tratado la relación del capital social con objetos de estudio colectivos, como fue el desarrollo económico en Italia (Making democracy work, 1993) y democráticos como la participación electoral en Estados Unidos (Bowling alone,2000).

Los resultados de esas y otras investigaciones sustentan que el capital social afecta el comportamiento de los individuos en esas regiones. Es pertinente analizar si el capital social también afecta fenómenos particulares del individuo, en este caso, el de su percepción sobre sí mismo. Por las limitaciones de esta investigación no se podría comprobar si el capital social afecta su comportamiento, empero, sí es posible medir y analizar su percepción.

Para fines de esta investigación se entenderá por percepción como el proceso de construcción de la "Imagen sensorial de las características estructurales exteriores de los objetos y procesos del mundo material, que influyen directamente sobre los órganos de los sentidos." (diccionario filosofico,1965 p.215) es decir, el proceso en el que el individuo crea una imagen general y particular de los objetos y procesos que integran el mundo que lo rodea.

Por lo tanto, la percepción es el proceso de construcción de una imagen. Se entenderá por imagen como "la representación mental de esa realidad en su complejidad y diversidad. Es la modelización que hace el sujeto de esa realidad basada en su cultura, su idiosincrasia, las mediaciones sociales y su experiencia" (Valdez Z., 2010, p.11)

En este caso la percepción a analizar es la imagen (concepto) que tiene el individuo sobre sí mismo con relación a su poder[3] de hacer algo. Que a su opinión fortalezca a su país. Es decir, se analizará en qué medida el individuo considera que puede actuar en favor de su país.

Cabe destacar tratándose de objetos abstractos, como es el caso del *poder* a partir de la percepción, el objeto existe y se mantiene. Así lo reafirma el diccionario filosófico (1965) señala que la percepción constituye la base de la formación de *representaciones* complejas.

En otras palabras, si la gente considera que existe el poder, entonces existe, de lo contrario no. Precisamente ahí radica la importancia del tercer modelo.

Es necesario que la gente crea que tiene poder de actuar por su país, en caso de no pensarse, serán muy pocas las probabilidades de que efectivamente los ciudadanos actúen. En este caso, se someterá a análisis la siguiente premisa:

[3] En este caso hablamos de la definición de poder de Erich Fromm citada en la introducción de este texto. En dicha definición habla de la capacidad, en este caso es la capacidad que tiene el individuo de hacer algo por su país.

*Premisa 5: El capital social de un ciudadano tiene un efecto positivo sobre la percepción del ciudadano sobre sí mismo con relación a su poder de hacer algo por su país.*

La percepción que tenga el individuo sobre su poder (capacidad) de hacer algo por su país, se relaciona proporcionalmente con la probabilidad de que participe política y electoralmente.

Para lograr que los ciudadanos participen política y electoralmente, la percepción que tengan de su propio poder (capacidad), juega un papel trascendental. Investigaciones señalan "que los individuos que sienten que su comportamiento puede hacer una diferencia tienen mayor probabilidades de participar que quienes sienten lo contrario" (Somuano,2013,pag. 89) la palabra "diferencia" está relacionada a que sea trascendental o significativo, en el texto de Somuano.

Esto debido a que el espíritu de la participación política y electoral tiene el objetivo de lograr algo, es decir trascender. Así lo reitera Somuano pues la percepción que tenga el individuo respecto a que sus actos pueden influir en el comportamiento del gobierno determina en gran medida la decisión de participar o no.

Comprobar si el capital social afecta positivamente la percepción que tiene el ciudadano sobre su capacidad de poder hacer algo por su país, es una aportación que para futuras investigaciones sobre la participación política y electoral de nuestro país podría resultar relevante. Incentivar la participación del ciudadano significa empoderarlo.

La participación política y electoral del ciudadano tiene grandes beneficios. Por un lado, colectivos. Se menciona anteriormente en la introducción: "Democracia verdadera en la participación de la ciudadanía es la mejor señal de buen funcionamiento y la no participación es un claro signo de su fracaso" (INE, 2015, pag.54)

Por otro lado, la participación ciudadana tiene beneficios individuales. Johan Stuart (1861) "Sostenía que la participación en los asuntos públicos no solo permitía a los individuos proteger y defender sus propios intereses, sino que también potencializaba su desarrollo intelectual y moral al máximo" (INE, 2015).

Influir en la percepción del ciudadano sobre su propio poder (capacidad) de trascendencia en la vida pública, puede ser el comienzo del empoderamiento ciudadano a través de coadyuvar a su desarrollo intelectual y moral al máximo.

Lo anterior afirma que, si el capital social afecta positivamente la percepción del individuo sobre sí mismo, entonces el capital social estaría influyendo indirectamente en que más ciudadanos tengan la intención de ejercer la participación política. Situación que contribuye a la salud del sistema democrático en México y por consecuencia en la estabilidad de la sociedad.

En suma, las tres diferentes perspectivas de la justificación sugieren lo siguiente: Primero, que el capital social es un bien intangible de la sociedad. Acorde a la definición de capital social desde la perspectiva del marketing político se afirma que la sociedad es la principal beneficiada de que se incremente el nivel de capital social de los ciudadanos, debido a que los beneficios que se generan a partir de esto la fortalecen.

Segundo, que los campos de investigación de las hipótesis 2 y 3 son poco estudiados en México hasta hoy; probablemente resultan innovadores y altamente pertinentes.

Por último, cabe destacar que los estudios que se han realizado sobre el efecto del capital social por parte del INE y Fernanda Somuano, no han sido trabajados con bases en datos de Jalisco. Situación que hace a esta investigación un más pertinente.

## Marco teórico

### *El capital social y su contexto*

El capital social es un concepto que se ha ido construyendo al paso de los años. Con la participación y aportaciones de muchos autores en algunos casos con coincidencias y en otros con divergencias y polémica. En este contexto es inexacto enunciar una definición generalizada sobre el concepto de capital social, debido a que no existe un consenso en una definición. Sin embargo, es precisamente en el número amplio de perspectivas y crítica donde radica su riqueza.

Las teorías y artículos que son base en este trabajo de investigación se escogieron bajo el criterio de ya haber sido utilizadas con antelación en fenómenos colectivos, como la participación electoral para tener certeza que es una teoría útil para tratar los fenómenos de una manera más consistente.

### Origen del capital social

El artículo de Ostrom, Ahn y Olivares (2003) puntualiza los orígenes de dos grandes perspectivas en el concepto del capital social. Ambas perspectivas coinciden en que el capital social es el principal lubricante de la sociedad.

#### *Perspectiva minimalista*

Por un lado, está la perspectiva minimalista, la cual su utilización "se encuentra con mayor frecuencia en el análisis de redes sociales en las que el capital social se entiende como el acceso de las personas a redes personales favorables. Por ejemplo, podemos imaginar al hijo de una familia de clase alta que goza de ventajas en sus negocios debido a las conexiones (connections) que su padre ya ha establecido." (Ostrom, 2003, p. 160)

Ostrom, Loury (1997) Bordieu (1983) y parcialmente Coleman (1988) comparten la perspectiva minimalista. En esta perspectiva el capital social se refiere a conjunto de recursos inherentes a las relaciones de familia y en la organización comunitaria y social, que son útiles para el desarrollo cognitivo o social de un niño o una persona joven. Esto se basa especialmente en la existencia de redes de cooperación.

Desde esta perspectiva, el fenómeno del capital social es contrastado sobre el impacto que tiene en la vida y el desarrollo de un individuo, como el ejemplo del hijo comerciante antes mencionado que es miembro de una red comercial previamente establecida.

#### *Perspectiva maximalista*

En esta perspectiva se analiza el efecto del capital social sobre objetos de estudio *colectivos* como lo es el desarrollo económico, participación electoral, entre otros. Como se menciona anteriormente en la justificación.

En esta categoría se define el capital social (traducción[4]) como el "nivel de conexión entre individuos y que estos se relacionen de buena voluntad. Esta situación le permite al individuo tener acceso a redes sociales y normas de reciprocidad y confianza" (Putnam, 2000, p.19) entre los miembros de una comunidad.

A esta categoría pertenecen investigadores como Ostrom 1992, Ostrom, Shroeder y Wynne, 1993 y Robert Putnam 1993,1996 y 2000.

De todos los autores anteriores, la referencia principal para esta investigación es Robert Putnam. Sus investigaciones han sido las más destacadas y polemizadas en el medio. Es el exponente a nivel mundial del concepto del capital social, debido a que relacionó el capital social con fenómenos colectivos como el desarrollo económico (Making democracy work, 1993) su relación con la participación electoral en Estados Unidos (Bowling alone, 2000) y otros. Situación que le valió para ser el principal referente del tema, en investigaciones a nivel internacional y en el caso de México, por ejemplo, el estudio de participación ciudadana del Instituto Nacional Electoral 2015 dirigido por Fernanda Somuano.

### Características especiales del capital social para esta investigación.

Para Robert Putnam el capital social de los individuos se integra por diferentes indicadores o variables, los cuales toman sentido y valor únicamente cuando pertenecen a una red de colaboración, red social o social networks.

Dada la condición de que la mayoría de los mexicanos son aislados (no pertenecen a alguna comunidad) sería muy reducida la población que se podría estudiar si se apega al criterio de Putnam. Por lo cual para fines de este estudio se optó conservar el valor de cada una las variables del capital social de manera independiente a si el individuo pertenece a una comunidad o no.

### Resignificación del capital social desde la perspectiva del marketing político.

El concepto anterior de capital social fue acuñado en el campo de las ciencias sociales y para el análisis de diversos fenómenos propios de esa rama. Dada la naturaleza de esta investigación se propone redefinir el significado del *capital social* para los fines de estudio del campo del marketing político.

Entonces, el capital social se puede conceptualizar como un bien inmaterial generado por los miembros de una sociedad a través de actividades del tipo informativas, de participación, relacionales y cooperación con el fin de lograr sus **intereses**. Desde el punto de vista del marketing político.

[4] Todos los conceptos y definiciones sustraídos de las obras de Robert Putnam fueron traducidos por Javier Armenta de las obras originales.

| | |
|---|---|
| Qué | Es un bien inmaterial |
| Quién | Los miembros de una sociedad |
| Cómo | A través de realizar actividades |
| Cuándo | Cuando se informan, participan, relacionan y cooperan. |
| Dónde | Dentro de su comunidad y con sus miembros |
| Por qué | Con el fin de lograr sus intereses. |

Desde el punto de vista del marketing político, el capital social es un indicador del *compromiso cívico* de los ciudadanos por alcanzar sus intereses relacionados a temas públicos. Es decir, entre más capital social existe, significa que existen ciudadanos más interesados por sus compromisos cívicos.

Esto es consistente con teorías de marketing como es el caso de MAO de Hoyer (2010). Este autor argumentaba que cuando un consumidor (el ciudadano) asigna mayor interés (atención) a la compra de un producto, destina mayor parte de su atención para tomar esa decisión, es decir se interesa, por consecuencia se comporta de manera diferente.

### *Diferencia entre nivel educativo y capital social*

En su libro *Bowling alone* (2000) Putnam hace la siguiente aclaración. Un capital físico se refiere a objetos físicos. Por otro lado, el capital humano se refiere a un capital individual que corresponde a las capacidades de un individuo. En ambos casos el sujeto propietario es el individuo. Sin embargo, para fines del marketing político, el capital social es generado por los individuos, pero le pertenece a la sociedad.

La sociedad es el sujeto que recibe los beneficios de que sus ciudadanos contengan altos indicies de capital social. Ya que una alta concentración de capital social en los individuos coadyuva a la generación y fortalecimiento de fenómenos colectivos. Por ejemplo, altos índices de participación electoral que traen como consecuencia gobiernos con mayor legitimidad política. La legitimidad política es un requisito esencial para la estabilidad dentro de la sociedad. Refiriendo lo anterior se afirma nuevamente que la sociedad es la principal beneficiada del capital social.

### *Categorización.*

Con base en las dos perspectivas minimalista y maximalistas antes mencionadas, Fernanda Somuano (2013) construye dos perspectivas para analizar el efecto del capital social sobre la participación política en México.

La visión minimalista la incluye en la categoría cognitiva. La categoría cognitiva comprende la confianza interpersonal e institucional. Es decir, la confianza que tiene el individuo con otros ciudadanos de su país y con las instituciones.

La visión maximalista la incluye en la categoría *estructural*, es decir a cuantas comunidades, de qué tipo y de qué manera tiene acceso él ciudadano. A pesar de la complejidad de medir este fenómeno de manera precisa, se propuso contabilizar a cuantas organizaciones sociales o voluntariado tenía acceso el ciudadano, como

evidencia de la cantidad de relaciones personales y acceso a redes que tiene el individuo.

Fernanda Somuano utilizó un modelo logit alimentado un número determinado y amplio de variables independientes, información que tiene origen en la base de datos del Latinamerican public opinion Project 2010. A través del modelo logit con estimación a la probabilidad de votar (participación electoral) y la probabilidad de que un individuo ejerza la participación ciudadana distinta al voto.

En este modelo, las variables cognitivas (minimalista) no resultaron significativas para explicar la participación electoral, salvo la confianza que el ciudadano deposita en el INE. Razón por la cual se decidió descartar todas las variables cognitivas para la presente investigación, dado que también utilizaría el mismo método de análisis logit.

Los resultados de la investigación de Somuano, corroboraron la significancia en términos de probabilidad del capital social estructural o también denominado estructural (acceso a redes y comunidades) sobre la participación electoral en México.

Los resultados de la investigación de Fernanda Somuano (2013) nos permitió descartar todas las preguntas sobre la confianza del ciudadano en las instituciones públicas y entre otros mexicanos. Por el contrario, reafirmar la relevancia de preguntas sobre pertenencia a alguna comunidad.

### *El capital social de Putnam y su desarrollo histórico.*

Todos los conceptos que a continuación se mencionan, como es el caso de cultura cívica, compromiso cívico y capital social, pertenecen a la categoría de capital social estructural (maximalista), definida así en el estudio de Fernanda Somuano (2013).

La teoría del capital social de Robert Putnam es a analizada a través del tiempo por Urtega Eguzki,( 2013). Desde sus orígenes en la primera investigación, que tuvo lugar en Italia, y en principio buscaba dar respuesta a las diferencias en el desarrollo económico en las diferentes regiones en Italia.

La investigación llevada a cabo por Robert Putnam fue publicada con el título de *Making democracy work* (1993) con el objetivo de explicar las diferencias de desarrollo económico en las regiones de Italia. El estudio se constituyó de diferentes variables como fue: resultado de desarrollo, cultura cívica y estabilidad social.

De todas las variables “la cultura cívica es la dimensión que tiene el mayor poder explicativo” (Urteaga, 2013, p. 47). Esta dimensión se construyó a partir del concepto de *cultura cívica* de Almond y Verba (1963). Mismo que quedó integrado de la siguiente manera en el estudio de Putman en Italia:

1.Participación electoral previa (voto), 2. Lectura de periódicos, 3. Tasa de sindicalización.

La diferencia entre el concepto de Almond Verba y Putnam radica en la interpretación. Estas tres variables son integradas por Putnam en una sola dimensión denominada como *cultura cívica*. La categoría de cultura cívica arroja un resultado que es interpretado por Robert Putnam como el nivel de compromiso cívico que tiene cada ciudadano.

Para Putnam una comunidad integrada por ciudadanos con alto *compromiso cívico* es "una sociedad en la cual los ciudadanos están predispuestos a la confianza, la solidaridad y manifiestan su interés por los asuntos públicos". (Urteaga, 2013, p. 46).

## Desarrollo de cada variable de capital social

A continuación, se expone cómo se transforma el concepto de *compromiso cívico* y cada una de sus variables, para posteriormente, convertirse en el concepto de *capital social* con nuevas sus variables y relacionado con la participación electoral en Estados Unidos y el funcionamiento de la democracia.

A partir de los trabajos de Making democracy work (1993) Putnam descubrió que, para el funcionamiento de la democracia, las redes (comunidades) a las que perteneciera un ciudadano y sus actos de cooperación (altruismo) tenían un impacto muy significativo para el funcionamiento de la sociedad y por consecuencia de la democracia. Por lo cual, las variables que integraron la categoría de *cultura cívica* se vieron modificadas.

Por un lado, variable de tasa de sindicalización se modificada significativamente, lo cual se abordará unos párrafos más adelante.

Hasta este punto de desarrollo, se puntualiza que, para fines de la presente investigación, de las variables que integraban la categoría de *cultura cívica* de Putnam (1993) se conservarán como tal 2, las cuales son: consulta de periódicos y participación en votaciones previas. Estas dos variables integrarán la categoría que tendrá por título *interés en asuntos públicos*, misma que será abordada a profundidad más adelante.

La variable de "tasa de sindicalización" que integraba la categoría de "compromiso cívico" esta incluida en esta investigación, pero con sus respectivos cambios, pues amerita la creación de toda una categoría para esta variable y otra, actos de cooperación y/o altruismo del individuo.

Esto cambios se debieron, parcialmente, por los descubrimientos de Putnam publicados en el año 2000. Menciona que efectivamente el votar y consultar, los medios de comunicación son evidencia del interés en asuntos públicos y del también denominado compromiso cívico. Sin embargo, el hecho que un individuo perteneciera a una comunidad y que cooperara con los miembros de esta, determinaba de manera más significativa su comportamiento en términos de fenómenos colectivos.

El hecho de que un individuo perteneciera a una comunidad era relevante, pero además, dependiendo el tipo de comunidad a la que perteneciera el individuo, tenía diferentes efectos sobre comportamiento con respecto a la participación electoral. Idea que corroboró en México Fernanda Somuano: "las redes que pueden desprenderse de los contactos originados por la asistencia a reuniones de asociaciones de padres de familia,

comités de mejoras para la comunidad o reuniones de un partido o movimiento político aumentan la probabilidad de votar de un individuo; en cambio la asistencia a reuniones de organizaciones religiosas, de profesionistas, campesinos, comerciantes, o de grupos de mujeres no tiene efecto sobre dicha probabilidad" (20013, p.96).

Sin embargo, como ya se mencionó anteriormente, la mayoría de los mexicanos no pertenecen a ninguna comunidad, según los datos del informe de ciudadanía del INE 2015. Por lo cual se propone ser incluyente en términos de las variables de la investigación y conservar las variables del concepto de *cultura cívica* con sus debidos ajustes necesarios. Por supuesto también incluir las variables de pertenencia a redes y actos de cooperación.

Debido a esto se propone integrar dos subcategorías dentro de las preguntas que pertenecen a la categoría de capital social. Dos variables que integrarán la subcategoría 1 denominada "interés en asuntos públicos" (compromiso cívico) otro grupo de 2 variables denominado "acceso a redes y actos de cooperación entre los individuos" (capital social).

### *Subcategoría 1. Interés en asuntos públicos:*

En la categoría de *cultura cívica* (Making democracy work 1993) fue constituido con tres preguntas: 1. La participación electoral (voto). 2. Lectura de periódicos. 3. Tasa de sindicalización. (Urteaga, 2013, p. 47) Para esta investigación se integrarán las dos primeras preguntas en el concepto de interés en asuntos públicos.

En las comunidades que presentaron un alto compromiso cívico "la democracia funciona y las instituciones son eficaces" (Urteaga,2013, p.14) "coros, equipos de fútbol, asociaciones abundan y la mayoría de la gente lee con avidez la prensa regional" (Putnam,1993, p.113).

¿Por qué es relevante el interés en los asuntos públicos?

Tocquville mencionaba el riesgo del surgimiento de un estado omnipotente frente a una sociedad indiferente. Pues se podría "desembocar en una sociedad de personas individualistas, preocupadas exclusivamente por la promoción de sus intereses personales, replegadas en sus familias y amigos, y social y políticamente apáticas, excepto en su demanda creciente de tranquilidad pública" (Urteaga, 2013 p.17) indiferentes a los asuntos públicos. Esta situación favorecería a la clase política para ejercer control con tendencia absolutista sobre la sociedad.

Por el contrario, cuando una sociedad cuenta con ciudadanos con un alto "compromiso cívico" por consecuencia manifiestan alto interés en asuntos públicos, sucede lo que describe Putnam "se encuentran hoy en día los ciudadanos más deseosos de utilizar sus derechos de ciudadano" (Putnam, 1993, p.149) haciendo alusión a la región norte y centro de Italia.

A continuación se explicarán los ajustes de las dos variables que integran la subcategoría de interés en asuntos públicos.

### Variable de Consulta de medios de comunicación formales.

La variable que evaluó la consulta de periódicos de la prensa local en Italia se conservará en la presente investigación bajo los siguientes ajustes:

Objetivo: Medir el interés del ciudadano por mantenerse informado sobre los asuntos que acontecen en su entorno y son de interés público.

Características: Se considerada medio de comunicación formal a un espacio informativo establecido y periodicidad definida, el medio de consulta es indistinto (digital, físico radio o televisión). Las redes sociales no son consideradas como medios de comunicación formal, pero sí son considerados como canales de distribución en lo particular del tipo digital.

Escala: dicotómica, Sí o No.

Es de suma importancia conservar esta variable debido a que los medios de comunicación son una determinante sobre la percepción (hipótesis 3) y por consecuencia en la preferencia electoral del individuo (hipótesis 2), así lo reafirma Raquel Rodríguez en su Teoría de la agenda Setting: "La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente que tiene que pensar, pero si tiene en decir a sus lectores sobre que tiene que pensar" (Cohen, 1963, p.13) por lo tanto pueden influir de manera determinante en los resultados electorales.

Marcar la agenda sobre los pensamientos de los ciudadanos significa poder (dominio) sobre su percepción y por consecuencia en sus intenciones. Cabe señalar que la percepción es el "Reflejo directo de los objetos del mundo real que actúan sobre nuestros sentidos. La base de la percepción es la existencia objetiva de los objetos, independientemente de la conciencia humana." (Diccionario filosófico, 1959 p.115).

Es decir, si podemos elegir sobre qué aparece en los medios, por consecuencia elegimos parcialmente lo que "existe" ante los ojos del ciudadano, o al menos en la memoria a corto plazo. Basándose en la información que presentan los medios, parcialmente el hombre percibe y sigue construyendo el concepto abstracto de su mundo.

Por medio de las reflexiones anteriores se propone la siguiente redacción para la variable medios:

1) ¿Consultas algún medio de comunicación formal al menos una vez por semana? Como periódicos, noticiero o programas de radio.

En esta pregunta se considera la periodicidad de una semana como frecuencia mínima para ser considerado como interés auténtico y consistente del individuo por mantenerse informado.

### Variable de voto 2015

Bajo el argumento principal de que el voto es considerado una medida de participación política y evidencia de involucramiento, a pesar de ser considerada la más simple, sigue siendo participación política y por lo tanto es una medida de intervención del ciudadano en asuntos públicos.

Por lo tanto, para este estudio se tomará como referencia la participación electoral previa del año 2015 como un antecedente de evidencia de compromiso cívico. Por lo cual la pregunta de investigación queda redactada de la siguiente manera:

2) ¿Usted voto en las elecciones de 2015?

Objetivo: Medir el interés en los asuntos públicos, en lo particular los procesos electorales.

Escala: dicotómica: Sí o No.

Características: el punto de referencia para esta pregunta son las elecciones constitucionales del 2015, por ser las más recientes.

Con la intención de evitar el sesgo en el modelo Logit, serán excluidos de esta pregunta todos los ciudadanos de 21 años o menos. Debido a que es muy probable que no tuvieran la mayoría de edad o su credencial de elector en el 2015, por consecuencia se vieran impedidos para ejercer su voto.

### *Subcategoría 2: Redes sociales y actos de cooperación*

Para desarrollar este apartado, es conveniente retomar la definición de capital social como "el nivel de conexión entre individuos y que estos se relacionen de buena voluntad. Esta situación le permite al individuo tener acceso a redes sociales y normas de reciprocidad y confianza" (Putnam, 2000, p19).

Dentro del concepto de *compromiso cívico* (Making democracy work, 1993) se encuentra la variable 3. Tasa de sindicalización. La intención en esta pregunta era identificar el hecho de si el ciudadano tenía acceso a una comunidad o grupo (redes), más tarde, el concepto evolucionaría hasta llegar a la frase que se encuentra en la definición como redes sociales.

Sin embargo, esta pregunta resultó ser la entrada para un estudio más a fondo en el tipo de asociaciones del individuo y sus diferentes efectos sobre su vida.

### Redes sociales

La diferencia en el tipo de comunidades y redes a las que tuviera acceso el individuo también tiene diferentes efectos sobre fenómenos colectivos. En el análisis de la investigación de 1993, Putnam identificó un fenómeno particular, el cual llamó *vida asociativa*.

En el concepto de vida asociativa, Putnam se refiere a asociaciones de la vida común del individuo como lo son coros, equipos de fútbol, entre otros (Putnam,1993, p.113) estas asociaciones tienen dos características fundamentales para considerarse vida asociativa (red o comunidad) . Primera, que sea voluntad del individuo la incluirse y permanecer en dicha comunidad, por ejemplo, sindicatos u organizaciones laborales con membresía obligatoria sin pedirle su consentimiento al individuo, son asociaciones que están excluidas de la categoría de vida asociativa. Segunda, que sean organizaciones del tipo horizontal.

> "Las redes de vínculos horizontales, tales como las que se forman en las asociaciones voluntarias (los coros, por ejemplo) favorecen la aparición de normas de reciprocidad. La confianza favorece el intercambio, la reciprocidad y el compromiso colectivo, y el éxito de las corporaciones pasadas refuerza el compromiso colectivo, y desarrolla el gusto por la cooperación." (Urteaga,2013, p.48).

Sin embargo, las organizaciones horizontales no son las únicas, también existen las verticales. Se distinguen porque en los vínculos horizontales son entre actores iguales o al menos así se perciben. Por el contrario, en los vínculos verticales, los poderes entre los actores son desiguales. (Urteaga,2013, p.48)

> En "las estructuras verticales encierran los individuos en unas situaciones en las cuales la explotación mutua y la corrupción son la norma, y los actores siguen estando eternamente animados por su avidez o su interés personal inmediato, creando y manteniendo unos comportamientos egoístas contra los cuales nadie puede elevarse." (Urteaga,2013, p49).

Por el contrario, las organizaciones horizontales, según Putnam, se animan a partir de la cooperación y no por la manipulación.

Estas ideas son tomadas de *Making democracy work* de Putnam (1993) pero parafraseadas y analizadas por Eguzki Urteaga (2013). La vida asociativa es el fenómeno que Putnam describe con el concepto de *redes sociales* a las que el individuo tiene acceso. Como resultado de ello la pregunta queda redactada de la siguiente manera:

3) ¿Usted pertenece a alguna comunidad, grupo, equipo, o club? De manera voluntaria

   Objetivo que medir: pertenencia a alguna red también nombrada comunidad.

Escala: Dicotómica, sí o no.

Características: Dos factores claves a evaluar. Primero, ampliar la categoría de comunidades a las que pudiera pertenecer el individuo no solo sindicatos. Segundo, que pertenezca de manera voluntaria.

### Normas de reciprocidad.

Robert Putnam en la publicación *de Bowling alone: America`s declining* social capital (2000) con normas de reciprocidad busca describir la voluntad generalizada entre los individuos que pertenecen a una comunidad, para colaborar entre unos y otros de manera reciproca.

"La reciprocidad generalizada es una propensión general por hacer un favor al otro por anticipación del servicio que se necesitara un día. Dicho de otra forma, es la propensión por adoptar desde el inicio un comportamiento cooperativo." (Urteaga,2013, p.49)

Se utilizará esta variable dentro del fenómeno de la participación electoral debido a que colaborar con otro ciudadano es evidencia clara que en primer término el ciudadano se mantiene informado de lo que acontece en su comunidad y segundo, que le importa lo suficiente para tomar acción y colaborar.

Es necesario hacer dos acotaciones para el caso específico de México bajo la siguiente premisa:

Premisa 1: Es necesario que se realicen las actividades de cooperación o altruismo de manera presencial es decir cara a cara, para que sean consideradas dentro del capital social del individuo.

Esto en congruencia a lo expuesto en el trabajo de *Bowling alone* 2000 de Putnam reafirmado también por el autor en su entrevista con el periodista Bill Kristol, publicada el 13 de marzo del 2016.[5]

En el caso de México, el estudio sobre la calidad de la ciudadanía en México del INE 2015, aporta bastante en esa materia. En el caso particular de actividades altruistas o filantrópicas realizadas por los mexicanos (p. 98), Alejandro Moreno afirma que el mexicano tiende a "actuar de manera independiente en algunas ocasiones, sin la vía grupal o institucional" (2005, p. 154). Afirmación que se reafirma en los datos levantados por dicho estudio.

Quedan, por lo tanto, excluidas de ser consideradas actividades altruistas o de cooperación para este estudio, todas las actividades individuales y fuera de la vía grupal realizadas por los mexicanos, debido a que no contribuyen al capital social según Putnam. Que según el informe del INE son las más frecuentadas por los mexicanos. Son las siguientes:

Donativos de dinero y/o especie, también la recolección de firmas para la gestión de un proyecto o postura política ante el gobierno, participación en fundaciones o grupos de apoyo, están excluidas dentro del capital social a consideración de Putnam.

[5] https://www.youtube.com/watch?v=2ZHZc-kcyQQ

Es estrictamente necesario que para ser consideradas como válidas para este estudio exista la actividad cara a cara del ciudadano.

Basándose en esta información, la propuesta de redacción de esta pregunta queda de la siguiente manera:

4) ¿Usted destina parte de su tiempo en alguna actividad altruista? Al menos una vez al mes.

Objetivo: Medir la participación de los ciudadanos en actividades altruistas.

Escala: Dicotómica, sí o no.

Características: Es importante señalar que la palabra altruismo hace referencia a filantropía que se define como la "Acción voluntaria para el bien público" (Payton y Moody, 2008, p. 6) es decir, sin recibir ningún tipo de compensación del tipo económica.

Cabe señalar que se optó por sustituir la palabra filantropía por altruismo debido a que más personas del distrito conocían esta palabra, información obtenida a partir de la prueba piloto.

Además, en dichas pruebas, se decidió por utilizar la acotación *parte de su tiempo* para excluir todas las actividades de donación económica o en especie. Esto debido a que el tiempo requiere la presencia del individuo (cara a cara) elemento sustancial del capital social.

En el siguiente cuadro se explican las variables en el concepto de *cultura cívica* en el artículo de Making democracy Work (1993) y el resultado de dichas variables con la actualización a las variables tomadas de la publicación de Bowling Alone (2000).

| Publicación Robert Putnam | Making democracy Work (1993) | Bowling Alone (2000) |
|---|---|---|
| Concepto | **Cultura cívica** | **Capital Social** |
| | **Indicadores** | **Indicadores** |
| Interés en asuntos públicos | Votar | Participación electoral 2015 |
| | Lectura periódicos | Consulta medios de comunicación formales |
| | Pertenencia sindicatos | Pertenencia a Asociaciones voluntarias |
| Redes y normas de reciprocidad | No utilizada | Cooperación actividades altruistas |

Sosteniéndose en la categoría de capital social queda integrada con las siguientes variables: 1. Participación electoral 2015 2. Consulta de medios de comunicación formales 3. Pertenencia a una comunidad voluntariamente y 4. Participación en actividades altruistas con parte de su tiempo.

Estas cuatro variables integraran el índice de capital social en una escala de 0 a 4, donde cero será la ausencia total de capital social y 4 como la calificación máxima.

Esto nos permitirá analizar el efecto del capital social con dos criterios: primero, como indicador (la suma de las 4 variables). Segundo, cada variable de manera independiente, a reserva de observar su efecto y determinar cuál criterio es más consistente.

## *Modelos de investigación con variables de contraste*

Como ya se abordó al inicio de este trabajo, el capital social de un individuo es un fenómeno, que, arraigado en la literatura, afirma que tiene relación sobre la participación electoral en otros países, y es menester de esta investigación comprobarlo en Guadalajara. Además, se investigará si el capital social tiene algún tipo de relación con la alternancia electoral (preferencia) y la percepción del empoderamiento ciudadano.

Con la intención de enriquecer el análisis y la presente investigación, se ha decidido incluir algunas variables particulares a cada modelo denominadas de “contraste”.

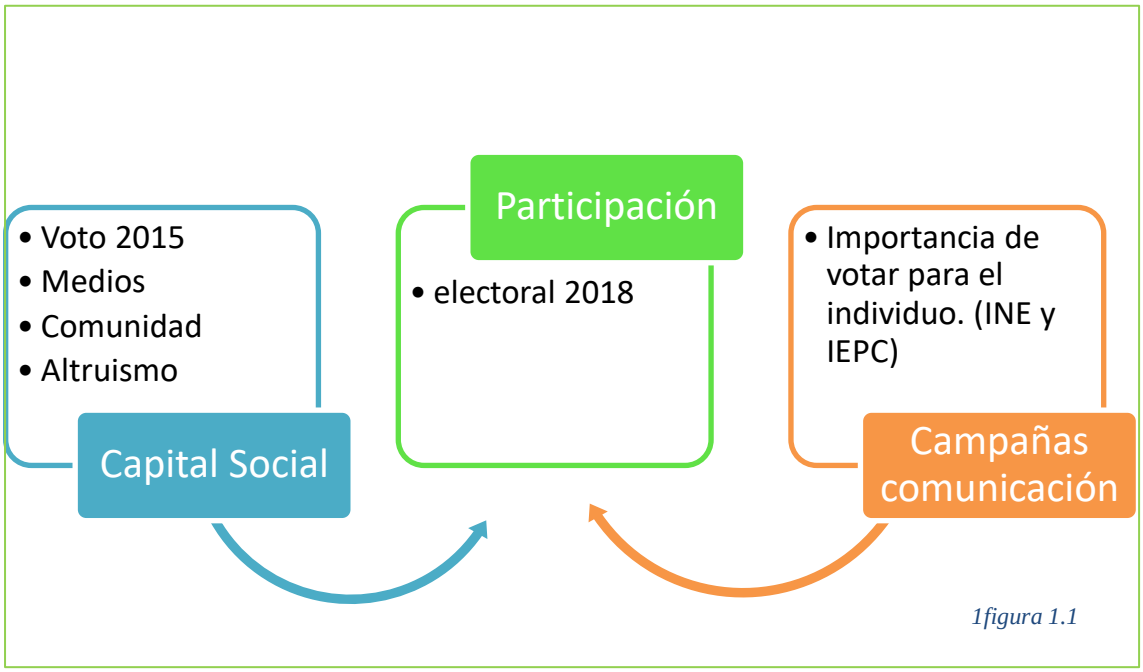
Por *contraste* se entenderá “Comprobar la exactitud o autenticidad de algo.” (http://www.rae.es/). Para abonar a la exactitud (contraste) del modelo logit se incluirán más varíales, que según la literatura, están relacionadas con el fenómeno de estudio en cuestión. Esto por dos razones: primero, no es conveniente por razones de hetero elasticidad correr un modelo logit con tan solo las 4 variables de capital social. Segundo, se enriquece la investigación al contar con más información.

Esta información de contraste además de facilitar responder las tres hipótesis de este trabajo de investigación es posible que genere nuevas aportaciones en el campo del marketing político.

A continuación, se desarrollará un modelo para cada hipótesis (tres en total) y se argumentará la relevancia de cada una de las variables incluidas de manera particular para cada modelo.

Modelo 1 logit: Capital social y participación electoral

## *1Hipótesis 1: Capital social y Participación electoral*




*1figura 1.1*

Para analizar y dar respuesta a la hipótesis 1 sobre la relación entre el capital social y la participación electoral, se propone un modelo probabilístico logit el cual estará integrado por las variables de capital social (4 variables) además se propone agregar una variable más.

*Variable contraste: importancia del voto.*

El instituto nacional electoral a nivel nacional y los 32 institutos electorales a nivel estatal, además de organizar y realizar el proceso electoral, realizan esfuerzos de comunicación para difundir mensajes dirigidos al elector para sensibilizarlo sobre la importancia de su voto en la vida política de nuestro país.

Por ejemplo, para este proceso electoral del 2018 el INE tiene contemplado gastar hasta poco más de 45 millones de pesos, solamente en la elaboración de 48 spots de televisión, 30 de radio y 11 de cine minutos (Periódico Noroeste, 2017)

No únicamente el INE y los institutos estatales invitan al ciudadano a votar, por supuesto también partidos políticos y los diferentes candidatos a cargos de elección popular.

Los partidos políticos están interesados en que la mayor cantidad posible de ciudadanos ejerzan su voto debido a que, en función de la cantidad de votos que obtengan, se calcula la cantidad de dinero que recibirán para sus actividades en los años siguientes, según la ley de partidos políticos vigente en el país desde su publicación el pasado 23 de

mayo de 2014. Razón por la cual los partidos también realizan actividades de promoción del voto.

Lo anterior se menciona como contexto y para evidenciar que no existe un criterio preciso para determinar quiénes, y en qué medida, intervienen en la promoción del voto. Sin embargo, es más que evidente la participación con recursos económicos y humanos por parte del INE y de los partidos políticos en conjunto.

Por lo cual se propone que todos los esfuerzos de estas organizaciones sean estimados en la misma pregunta, sobre la relevancia del voto para el elector.

Objetivo: En esta variable se estima qué tan relevante es para el individuo participar en el proceso electoral (votar) 2018.

Escala: liker 1 a 5. 1 significa nada de acuerdo, 5 totalmente de acuerdo.

Características: Redacción en posición afirmativa.

Valor de contraste: será interesante contrastar cuál de las dos variables es de mayor preponderancia para incentivar el voto. Si por un lado las campañas de comunicación y esfuerzo de los interesados para que las personas voten o por otro lado la forma de vivir del ciudadano, en este caso, el capital social estructural.

Tomando en cuenta la información anterior, la variable queda redactada de la siguiente manera:

5) Es importante para mí votar en las elecciones.

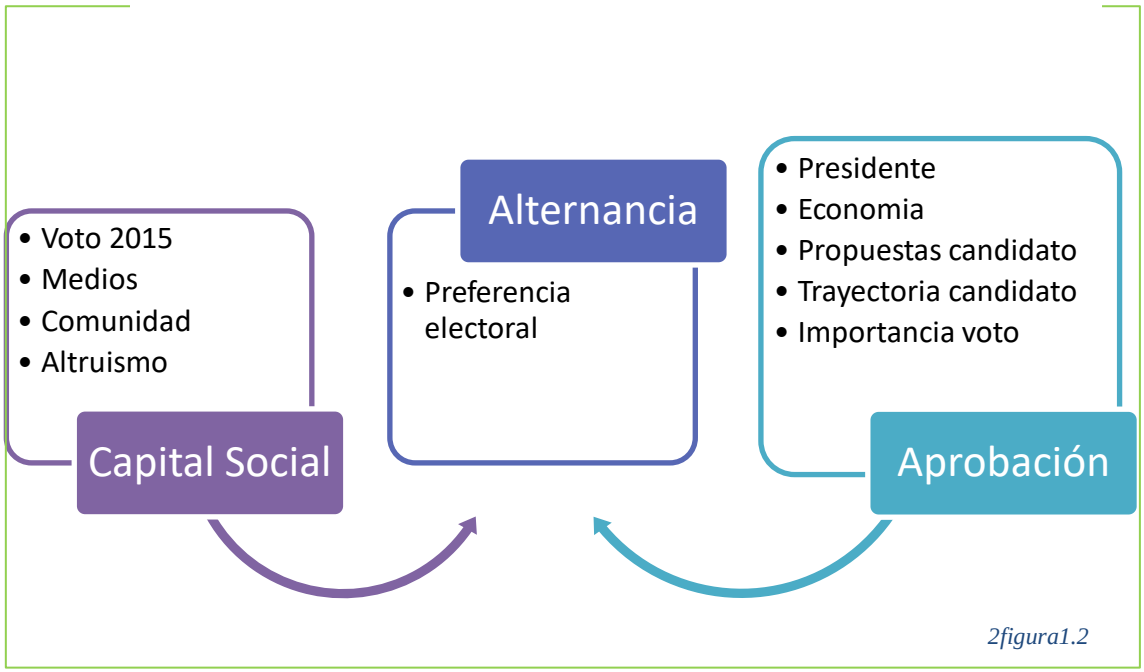
La variable de “importancia del voto” cumple también una función fundamental en el segundo modelo de investigación sobre “la alternancia electoral” (hipótesis 2). Esto debido a que los consumidores (electores) para los que resulta significativa esta compra (voto) disponen de más tiempo y esfuerzo para la toma de esa decisión, por lo tanto, para buscar información.

Una de las variables determinantes para hacer esta diferenciación es la “importancia del voto”. Así podremos identificar para qué consumidores (electores) les resulta significativo votar y para cuales es irrelevante, esto nos permitirá comprobar si efectivamente se comportan diferente.

Además, se analiza una posible correlación entre alguna o varias de las variables del capital social y la importancia del voto. Esto a razón de que las personas con mayor capital social disponen de mayor atención a los asuntos públicos, por ejemplo, votar y por consecuencia les es más relevante.

Modelo 2 logit: Capital Social y la alternancia electoral.

*2da Hipótesis: Capital Social y alternancia electora.*




*2figura1.2*

Para analizar y dar respuesta a la hipótesis 2 sobre el efecto del capital social sobre la alternancia electoral, se contemplarán las siguientes variables:

- Las 4 variables de capital social.
- Aprobación del desempeño del presidente en turno
- Aprobación del desempeño en materia económica del gobierno en turno.
- Las propuestas de los candidatos a presidente de México 2018.
- Trayectoria de los candidatos a presidente de México 2018.
- Importancia del ciudadano para votar.

Para desarrollar el contenido del modelo 2 de este trabajo de investigación, es necesario presentar el contenido en tres apartados.

En el primer apartado titulado teoría del consumidor aplicada a la teoría electoral se explicará la teoría de conducta del consumidor propuesta por los autores Ferrer & Michel y la teoría de la motivación de Hoyer. Ambas sentarán la base para tratar de explicar la conducta del elector y su intención por la alternancia electoral.

En el segundo apartado titulado Capital social & alternancia, se abordará la hipótesis 2 de este trabajo de investigación y se explicará, con base a la literatura, la posible relación entre el capital social de un individuo y su intención de votar por la alternancia electoral.

En el tercer apartado titulado A más interés, más información, se explicará conforme a las teorías de conducta del consumidor, la idea cuando un ciudadano le asigna mayor importancia a la actividad de ejercer el voto por consecuencia le destina mayor atención para tomar esa decisión, por lo tanto, se espera que se comporte diferente. Esto en concordancia a la premisa 4 del segundo apartado de la justificación de esta investigación.

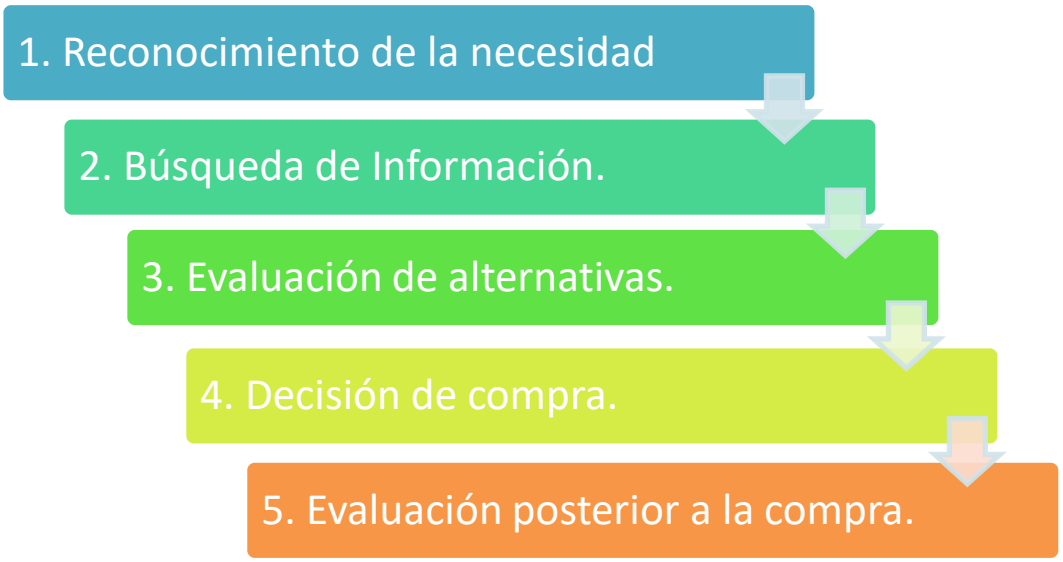
En el cuarto y último apartado titulado Variables de satisfacción ya probadas. Se retomarán algunas de las variables, que, según investigaciones anteriores, afectan las probabilidades de un ciudadano para votar por la alternancia electoral. Resulta interesante que en muchas de estas variables emerge la importancia que le asigna el mexicano a los hechos del pasado para definir la intención de su voto.

Con estos cuatro apartados aclarados es pertinente introducir el modelo 2 que busca explicar parcialmente la intención del ciudadano para votar por la alternancia electoral, en función de sus expectativas satisfechas y su compromiso cívico (capital social).

Cabe recordar que este modelo será implementado con una metodología cuantitativa del modelo logit, basándose en el antecedente del trabajo de investigación de Ernesto Pérez (2015).

*Teoría del consumidor aplicada a la teoría electoral*

O. C. Ferrer & Michel D. Hartline, en su libro *Estrategia de marketing* (2012), presentan un modelo que busca explicar el comportamiento del consumidor durante su proceso de compra, el cual se compone por 5 pasos.




A continuación, para explicar cada una de las etapas se citará parcialmente información del autor, es necesario tener siempre presente la siguiente analogía: el consumidor es el elector y la compra, la acción de votar.

1. Reconocimiento de la necesidad: “el proceso de compra comienza cuando los consumidores reconocen que tienen una necesidad no satisfecha. Esto ocurre cuando se percatan que hay una discrepancia entre su situación existente y si situación deseada.” (Ferrer, p. 156) Es decir, el elector acepta su responsabilidad y tiene la intención de acudir a votar.
2. Búsqueda de información: El consumidor busca en los medios de comunicación y recursos a su alcance información sobre las alternativas disponibles para satisfacer su necesidad. El elector crea un *conjunto avocado.*[6]*(significado en la nota).*
3. Evaluación de alternativa: “el consumidor básicamente traduce su necesidad en un deseo de un producto o marca.” (Ferrer, p. 158) dentro de las opciones de su conjunto avocado.
4. Decisión de compra: una cosa es que el consumidor haya tomado la decisión de que comprar y otra distinta que lo haga. (Ferrer, p. 159) en este proceso entre la decisión de votar y hacerlo efectivo el día de la elección hay muchas interferencias, que impiden que el 100 % de los ciudadanos con la intención de votar logren hacerlo.
5. Evaluación posterior a la compra: “En el contexto de atraer y retener a los compradores, la *evaluación posterior a la compra* es la conexión entre el proceso de compra y el desarrollo de las relaciones a largo plazo con los clientes”[7] (Ferrer, p. 159)

Después de la compra (elección) los consumidores (electores) experimentaran alguno de los siguientes resultados en función de a quien favoreció su voto.

- Encanto: el desempeño del producto (gobierno que resultó ganador) excede en gran medida las expectativas de compra.
- Satisfacción: el desempeño del producto (gobierno ganador) concuerda con las expectativas del comprador.
- Insatisfacción: el desempeño del producto (gobierno ganador) se queda corto ante las expectativas del comprador.
- Disonancia cognitiva: (duda posterior a la compra) el comprador no está satisfecho del desempeño del producto en relación con sus expectativas.

Homologación de conceptos: A continuación, enlistare cada concepto del modelo de Feller & Michael. Estos conceptos están entre comillas, seguido cada uno con su análogo dentro de la oración. El consumidor es el elector. El cliente es el elector fiel a un partido u opción política. Producto o marca son los diferentes partidos políticos y/o candidatos también conocidos como alternativas. Compra es la acción de votar.

---

[6] Conjunto avocado: lista de productos o marcas que representan alternativas potenciales “que pueden satisfacer sus necesidades (…) y representa el comienzo de la siguiente etapa del proceso de compra.” (Ferrer, 2012,P158)

[7] en este caso la palabra cliente se refiere a los electores fieles a la marca, en otros trabajos también conocidos como voto duro, ver Andrés Valdez ¿qué mueve a los votantes?

Dentro del modelo *El proceso de compra del consumidor* existen algunos elementos exógenos que determinan en gran medida que un ciudadano ejerza o no, el voto. Estos elementos son rescatados del libro de Wayne D. Hoyer 2010 *Comportamiento del consumidor* los cuales son: motivación, habilidad y oportunidad.

Conceptos también denominados MAO (por sus siglas en inglés) las cuales determinan de manera significativa la intensidad del impulso que tenga el elector de ir a votar. A continuación se definen.

Motivación: "Estado interno de excitación que ofrece la energía necesaria para alcanzar una meta" en este caso la intensidad con la que el individuo quiere ejercer su voto. (Hoyer, 2010, p. 45)

Habilidad: "Grado al cual los consumidores tienen los recursos necesarios para hacer que algo suceda." (Hoyer 2010, p. 62) en el caso del modelo electoral es la mayoría de edad y su credencial de elector para ejercer el voto.

Oportunidad: "El factor final que afecta el que la motivación genere una acción es la oportunidad que tenga el consumidor para actuar" (Hoyer, 2010, p. 64) en este caso actuar se refiere a votar. Por ejemplo, en esta elección presidencial del 2018 el INE incluyo la alternativa de poder votar desde el extranjero para los ciudadanos que pudieran estar de viaje o actualmente vivan en el extranjero. Esto significó una ampliación de oportunidad.

En primer término, las variables de "habilidad y oportunidad" dentro del concepto de MAO son constantes, es decir, siempre los ciudadanos tendrán la misma habilidad para ejercer el voto dado que es un derecho igualitario para todos los ciudadanos. Por otra parte, la oportunidad de tener acceso al voto es un criterio más o menos similar para todos los ciudadanos, radica principalmente en la distancia entre su casa y la casilla a la que le corresponde votar.

Por lo cual, el único criterio que se conserva sujeto a cambio es la motivación. La cual es determinada por muchas variables, al menos en el caso del consumo de productos en general. (Hoyer, 2010 p.69)

En el apartado *A más interés, más información* se abordarán los elementos, que según Hoyer, intensifican la motivación. Elementos que se ven reflejados en la pregunta de investigación *importancia para votar*.

Una vez explicado el modelo de compra de Ferrer & Michael y las variantes por parte de Hoyer, a continuación, se expñica el posible efecto del capital social sobre la alternancia electoral.

### *Capital social & alternancia*

En el apartado del modelo 1 se citaron investigaciones de las cuales en sus resultados se afirma que el capital social (del tipo estructural) tiene un efecto importante para aumentar las probabilidades de que un ciudadano ejerza su voto. Con base en esta idea se puede afirmar que el capital social tiene un efecto sobre el voto de manera importante.

Sin embargo, valdría la pena cuestionarse si el capital social también afecta la preferencia electoral. Pregunta que hasta hoy no ha sido investigada en México.

La respuesta tentativa a esta pregunta es un sí. Bajo la premisa de que los ciudadanos con un nivel mayor capital social tienden a ser ciudadanos más insatisfechos con el desempeño del gobierno federal en turno y por consecuencia, es más probable que busquen votar por otra alternativa electoral.

Esta idea tiene la oportunidad de ser real, siempre y cuando exista una relación entre el capital social de un ciudadano y que el ciudadano tenga expectativas insatisfechas del desempeño del gobierno en turno. Esta relación será explicada a través del modelo del consumidor de Ferrel & Michael. Sin embargo, es imprescindible definir antes el concepto de expectativas.

Por expectativas se entenderá "creencia en que se haga realmente efectiva determinada eventualidad relacionada con los deseos y esperanzas del usuario" Retolaza y Grandes. (2003, p. 172) El usuario en este caso es un elector.

El modelo de conducta del consumidor relaciona de manera clara la palabra *deseo* dentro del proceso de compra (voto) del individuo en dos pasos: el paso 1 y 3. Cabe destacar que el deseo es la materialización mental de las expectativas de un individuo.

En el paso 1: reconocimiento de la necesidad, el individuo percibe una diferencia entre su situación actual y su situación **deseada.**

En el paso 3, evaluación de alternativas, el consumidor básicamente traduce su necesidad en un **deseo** de un producto o marca.

La palabra deseo que está presente en estos dos pasos deja evidencía, al menos en términos de definición y literatura, que una decisión de compra (ir a votar) requiere de un deseo previo por parte del ciudadano.

La definición de expectativa explica su relación con la palabra deseo. Por lo cual se puede afirmar que mientras más expectativas tenga un individuo se verá reflejado en el numero o intensidad de sus deseos.

¿Cómo se relacionan los deseos del elector, con el capital social y el modelo del comportamiento del consumidor?

La respuesta a la pregunta anterior es el interés. El nivel de intensidad que una persona tiene para lograr su deseo se ve reflejado en el **interés** que destina para materializar ese

deseo, es decir, mientras más deseas algo, más interés pondrás en que se logre y así poder cumplir tus expectativas.

Entonces mientras más intenso sea el deseo que tiene un ciudadano con respecto a votar es directamente proporcional al nivel de interés que destina a las actividades que implican realizarlo. Este interés se ve reflejado en la práctica con actividades, por ejemplo: realizar esfuerzos del tipo físico, económicos y en este caso muy particular, el deseo de **informarse.**

Los esfuerzos que hace un individuo por informarse, son un reflejo del interés que tiene en realizar determinada actividad. El nivel de interés que tiene un individuo por votar corresponde al nivel de sus expectativas. Por lo tanto, se propone la siguiente aseveración: el nivel de esfuerzos que hace un individuo por informarse para ejercer el voto corresponde a el nivel de sus expectativas.

Debido a que dentro del *capital social* se miden parte de los esfuerzos del ciudadano por mantenerse informado de los eventos que acontecen dentro de su comunidad, se utilizará esta variable como evidencia de las expectativas del elector materializadas en acciones.

Se cree que los individuos que buscan la alternancia electoral, se debe a que son electores con expectativas altas no satisfechas por el gobierno en turno. Esta condición requiere de manera estricta la presencia de consulta de medios de comunicación como evidencia de la presencia de expectativas, conforme al modelo de conducta del consumidor de Ferrel & Michael y su adaptación a la conducta del elector.

Una vez explicada la relación del capital social como variable testigo de la presencia de expectativas del elector y su probable efecto sobre el fenómeno de la intención del individuo por votar por la alternancia electoral. Damos por concluido este punto del modelo 2 que justifica, tomando como referencia la literatura, al origen a la hipótesis 2 de la presente investigación.

Para dar paso a la explicación de otras variables del modelo 2 que si bien, no resuelve la hipótesis 2 de manera directa, si contribuye al enriquecimiento de esta investigación y aporta cualitativamente.

### *A mayor interés, mayor información*

En este apartado se verterán los argumentos que dan origen a la premisa 4 de la justificación de este trabajo de investigación.

Premisa 4: Los consumidores (electores) que le asignan más importancia a una decisión de compra (voto) se comportan diferente.

Según Hoyer la importancia que tiene una actividad para un ciudadano radica en dos elementos. Los cuales determinan en gran medida el nivel de motivación, el cual ya fue citado y explicado en el apartado de teoría del consumidor, único elemento del MAO que aplica dentro del fenómeno de la participación electoral.

Según Hoyer la importancia que le asigna un individuo, en este caso a votar, depende de dos conceptos*: Riesgo percibido y relevancia personal*.

Ambas afectan directamente la importancia que el individuo le asigna a la decisión de votar. Esta variable está contemplada ya dentro de esta investigación.

Se introduce esta variable para analizar el modelo 2 partiendo de la idea que un elector para el que es más importante votar se comportara de manera diferente a los que no.

Para explicar el comportamiento del individuo se encuentran todas las demás variables incluidas en el modelo 2 con la excepción del capital social. Es decir, que al ciudadano al cual le importa más votar (su indicador es igual o mayor a 3) le serán más relevantes variables como las propuestas del candidato, su trayectoria, el nivel de aprobación del presidente, por mencionar algunas.

Si esto se cumple, entonces se puede afirmar que, efectivamente el elector al que le importa más votar no únicamente es más probable que vote (si resulta significativa esta variable en el modelo 1) sino también que se puede descubrir qué otras variables afectan su decisión, y descubrir cuáles son.

Por lo tanto, las futuras campañas políticas podrán conocer de entre sus alternativas como propuestas, trayectoria política o académica, cuales son más significativas para el elector al que sí le importa votar (y además es más probable que vote) y allí dirigir sus esfuerzos a ese público.

A continuación, explicamos los conceptos de *riesgo percibido y relevancia personal* que dan origen a la variable de *importancia a ejercer el voto*.

*Riesgo percibido*: “grado de incertidumbre del consumidor en cuanto a las consecuencias de una acción; por ejemplo, adquirir, usar y desechar una oferta.” (Hoyer, 2010 p.59) en este caso las consecuencias de votar por tal o cual candidato.

*Relevancia personal*: “Algo que tiene una influencia directa en la persona y consecuencias o implicaciones potencialmente significativas para su vida.” (Hoyer, 2010, p. 49)

¿Qué tienen en común el concepto de *relevancia personal y riesgo percibido*?

Que ambos mueven al votante. Es decir, despiertan en el elector interés por informarse, involucrarse o incluso, de participar en el proceso electoral. Estos dos conceptos podrían

tener orígenes distintos, pero presentan la misma reacción, la del interés. El riesgo percibido tiene su origen en el miedo ¿Qué mueve a los votantes? (Valdez, 2015, P.114) Por el otro, lado relevancia personal tiene su origen en el nivel de identidad que comparten el objeto de compra (voto) y sus implicaciones con el elector.

Cualquiera que sea su origen, ya sea por miedo o empoderamiento ciudadano a participar, el hecho es que hay un grupo de ciudadanos que presentan mayor interés en asuntos públicos, en este caso, votar, que otro grupo.

Debido a esto, la variable de importancia del voto fungirá como variable filtro. Es decir, será criterio para separar ambos grupos en la comprobación de si efectivamente en la conducta y preferencia del elector varía entre el grupo de los que no les interesa votar (X<2) o el que sí le interesa votar (X>2) y así comprobar la premisa 4 del apartado de justificación de esta investigación.

*Perspectiva del voto del mexicano: qué pesa más, variables con vistas al pasado o variables con vistas al futuro.*

Algunos teóricos han estudiado el efecto que tienen algunas variables sobre la intención del individuo para votar por la alternancia electoral. Martha Singer (2016) propone que para el mexicano es más significativo votar mirando hacia el pasado. Otros teóricos hablan de la trascendencia de otras variables que, aunque no son nombradas así por los expertos, se calificaran como variables del futuro: las propuestas de los candidatos, trayectoria del candidato y su preparación académica, porque están relacionadas a el desempeño del gobierno en turno.

La categoría de variables del pasado, que en este trabajo será identificada como *variables post compra* en referencia al modelo de Ferrell (2012). Estará integrada por la aprobación del desempeño del presidente de México en turno y la aprobación del desempeño en materia económica del gobierno federal en funciones. Este criterio le dará sentido a la redacción de las preguntas de estas variables.

La categoría de *variables del futuro*, que en este trabajo será identificada como *variables de evaluación de alternativas* en referencia al modelo de Ferrell (2012). Estará integrada por la importancia que le asigna el individuo a: por un lado, la trayectoria política del candidato y por el otro las propuestas del candidato.

Este análisis, además de enriquecer la descripción del fenómeno de la alternancia electoral podrá marcar una pausa para observar como decide su voto el elector, si con una tendencia a mirar hacia el pasado o mirando hacia el futuro.

*Por qué utilizar un modelo logit.*

El modelo logit es utilizado para pronosticar fenómenos con dos resultados posibles, en este caso los dos resultados posibles son: 1) votar por la continuidad política o 2) votar por la alternancia electoral.

Ernesto Pérez (2015) utilizó el método logit para explicar algunas variables del fenómeno de la alternancia electoral. Las variables que utilizó Ernesto responden a una misma categoría, las cuales miden la satisfacción y/o aprobación del individuo en relación con el desempeño del gobierno en turno en diferentes temas, ejemplo: aprobación económica, desempeño del presidente, seguridad pública. Todas corresponden a la perspectiva del pasado ya planteada por Martha Singer.

Por satisfacción se entenderá cumplir, llenar ciertos requisitos o exigencias, en este caso los requisitos o exigencias a llenar son las expectativas que el ciudadano tiene del desempeño del gobierno en turno.

Si efectivamente el capital social es un referente de expectativas del elector, entonces tendrá que verse una diferencia significativa en la apreciación de estas variables entre los individuos que tienen 0 o 1 de capital social y los que presentan 2 o más. Es aquí donde radica la importancia de incluir otras variables como estas.

Pueden tener su origen en las propuestas de campaña o cualquier otra. Empero, cualquiera que sea el origen de las expectativas, ellas son la regla que utiliza el ciudadano para medir el desempeño del gobierno.

Retomando las variables del estudio, es necesario contextualizar al lector respecto a que del año 2009 al 2012 hubo un incremento muy significativo en el nivel de violencia y homicidios dolosos en México. El investigador Pérez, considero que la evaluación del gobierno en materia de seguridad pública tendría un fuerte efecto sobre la preferencia electoral del ciudadano y por ello incluyó esa variable.

En los resultados de su investigación, Ernesto Pérez puntualizó lo siguiente: “resultó cierto que la percepción económica fue menos relevante que otros factores(…) Llama poderosamente la atención que la percepción de la seguridad pública tampoco fuera el factor principal en el proceso de toma de decisiones del votante mexicano en la elección de 2012” (Pérez,2015, p.120) sin embargo, pese a que hubo variables más relevantes, la percepción económica conservó pertinencia suficiente para continuar siendo analizada.

Además, que “por otro lado se aprecia que, con claridad, la aprobación del desempeño del presidente de México en este caso Felipe Calderón (2006-2012) es la variable más importante para explicar el comportamiento del electorado mexicano en la elección presidencial de 2012.” (Pérez, 2015, p120).

Por último, concluye Ernesto Pérez que “en términos generales parece que el votante mexicano sí tomo su decisión bajo la lógica de premio o castigo al partido en el gobierno, pero desde un marco más amplio del que brinda la TVE[8]. Esa seria, probablemente, la debilidad principal de la investigación: explorar la pertinencia de la TVE sin contrastarla con un marco más abarcador.” (Pérez, 2015, p121).

[8] Teoría económica del voto Anthony Downs 1973.

Tomando como referencia el resultado obtenido por Ernesto Pérez, se consideró replicar el modelo logit pero, como lo recomendó Ernesto Pérez, haciéndolo con un marco más amplio de variables. Siempre con la intención de enriquecer la investigación y contrastar de manera consistente el efecto de las variables independientes sobre el fenómeno de la alternancia electoral.

Por ello se propone incluir las siguientes variables al modelo logit de la alternancia electoral en el distrito 9 local del estado de Jalisco.

1. Evaluación del desempeño del presidente.
2. Evaluación del desempeño económico
3. Propuestas de campaña del candidato a presidente.
4. Trayectoria del candidato a presidente.
5. Capital social. (Atención especial a la variable *consulta de medios*)

*Variable post compra: Evaluación del desempeño económico.*

Esta variable tiene su origen en la *teoría del voto económico* elaborada por Anthony Downs (1973) la cual propone como premisa principal del comportamiento del elector que: los electores, como seres racionales, buscan la opción electoral que a su juicio les ofrece mayores probabilidades de maximizar su utilidad y por consecuencia satisfacer sus expectativas. Debido a esto se puede afirmar que el voto funge un rol de premio ,en caso de que el ciudadano tienda a estar satisfecho, sobre el desempeño del gobierno en turno, o de castigo en el caso que el ciudadano tienda a estar insatisfecho o desapruebe el desempeño del gobierno en turno.

Basándose en tal supuesto y en referencia al trabajo de Ernesto Pérez (2015) se propone que el desempeño en materia económica del gobierno en turno describe de manera preponderante el comportamiento del elector.

"Si el elector *percibe* una situación económica favorable votará por el partido del gobierno, premiándolo; si su apreciación es desfavorable lo castigará, votando por la oposición. Así, la TVE puede verse como un referéndum ciudadano a la política económica del gobierno en turno." (Pérez, 2015, p. 105)

Así lo afirma también Moreno "las evaluaciones de la economía son, de hecho, uno de los factores explicativos más fuertes de la decisión respecto al voto por presidente en 2006" (Singer, 2016 p.202).

De esta manera se puede aseverar que el desempeño económico efectivamente es relevante. Sin embargo, es necesario evaluar qué es más relevante para el consumidor: por un lado la lógica del premio o castigo del desempeño económico del gobierno en turno o la perspectiva del posible desempeño económico de futuros gobiernos.

Lo anterior ya fue estudiando por la doctora Martha Singer "hay un consenso general en el sentido de que los votantes le dan más importancia a la economía nacional (lo que se denomina votación sociotrópica) que a su situación financiera personal (votación egotrópica) y de que, sobre todo en las nuevas democracias, tienden a una orientación

que mira hacia el pasado (retrospectiva); en lugar de interesarse primordialmente por los resultados futuros (prospectiva) (Singer, 2016 p.201).

Por lo tanto, dichas afirmaciones estructuran las bases de trascendencia de la variable económica en la preferencia electoral. Además de acotar la pertinencia de evaluar la economía desde una perspectiva general (de todo el país) y con una perspectiva retrospectiva.

Con base en lo anterior la pregunta se redacta de la siguiente manera:

1) Apruebo el avance en materia económica del actual gobierno federal.

Objetivo: Estimar la aprobación del individuo respecto al desempeño económico del gobierno.

Escala: liker 1 a 5. 1 significa nada de acuerdo, 5 totalmente de acuerdo.

Características: Redacción en posición afirmativa. Perspectiva hacia el pasado y de manera unipersonal, es decir aludiendo a la economía nacional.

### *Variable post compra: Evaluación del desempeño del presidente*

Con el antecedente del modelo logit de Ernesto Pérez (2015) sobre la alternancia electoral, fueron encontrados dos argumentos consistentes para conservar esta variable. Primero, que dicha variable ya fue utilizada de manera exitosa en un modelo logit muy similar. Segundo, que resultó ser la variable de mayor poder explicativo, incluso por encima de la clásica variable del desempeño económico.

Tomando en cuenta la información anterior la pregunta se redacta de la siguiente manera:

2) Apruebo la gestión del presidente de México actual.

Objetivo: Estimar la aprobación del individuo a el desempeño del actual presidente de México, Enrique Peña Nieto.

Escala: liker 1 a 5. 1 significa nada de acuerdo, 5 totalmente de acuerdo.

Características: Redacción en posición afirmativa y con la perspectiva hacia los ya transcurridos poco más de 5 años de gobierno de Enrique Peña Nieto.

### *Variables con vistas al futuro, dentro del proceso de "evaluación de alternativas".*

La idea de que el elector busca de una manera racional otorgar su confianza (voto) al candidato, partido u opción política que le signifique la oportunidad de maximizar su utilidad, es el planteamiento central de muchas teorías sobre el voto, como la teoría del

voto económico desarrollada por Anthony Downs (1973). Sin embargo, hay otras teorías que amplían esta perspectiva.

Para poder comparar la TVE es necesario identificar tres elementos. Primer elemento, su idea central: “el ciudadano busca maximizar su utilidad (satisfacer sus expectativas)”. Segundo elemento, toma la decisión: a través de contraste del desempeño del gobierno actual contra las expectativas y confianza que le aportan las otras alternativas electorales. Tercero elemento, lógica para elegir: premio -votar por el gobierno actual- o castigo -votar por la alternancia electoral-.

Esta teoría ha servido de mucho para tratar el fenómeno de la participación y alternancia electoral. Sin embargo, su limitante fue considerar el desempeño económico como la variable principal y en ocasiones la única para explicar la intención del voto.

Con el objetivo de ampliar ese marco de referencia que incluye las variables independientes que explican el fenómeno de la preferencia electoral se incluyen teorías de contraste.

Especialistas en campañas electorales, como el Dr. Esteves o el Dr. Andrés Valdez desarrollaron la teoría de “campañas de contraste”, la cual busca explicar el método de toma de decisión del ciudadano. A continuación, un extracto de la teoría tomada de los trabajos de Valdez para contextualizar.

> “La democracia electoral, implica no sólo la existencia de un sistema de pluralidad política, sino también de competencia, en la que dos o más partidos, organizaciones políticas o candidatos contrastan sus diferentes ofertas políticas, contrastan posturas, comparan resultados y confrontan propuestas, de cara a los electores, para tratar de obtener el voto mayoritario de los ciudadanos y así ocupar un puesto de elección popular” (Esteves, 1987, p.47).

Los elementos claves de esta teoría consisten en lo siguiente: primero, el ciudadano votará por la alternativa política que le convenza de ofrecerle mayores beneficios y cumplir sus expectativas, para conseguir su voto. Segundo, toma de decisión; el ciudadano elige con base en la comparativa entre todas las opciones electorales y sus diferentes elementos como trayectoria del candidato, ideología del partido, propuestas, entre otras. Tercero; lógica de decisión, el que sea más convincente y/o le ofrezca más beneficios.

Entre la teoría del voto económica y la teoría de campañas de contraste ¿Cuáles son las diferencias?

Dos de manera consistente. En primer término, que en la teoría de campañas de contraste el marco de variables es mucho más amplio, es decir, sí incluye el desempeño del gobierno, pero también otros factores como el carisma de los candidatos, propuestas, guerra sucia, entre otras, siempre con una lógica el contraste de manera similar como la TVE. En segundo término, la teoría de campañas de contraste no retoma la lógica de

premio castigo, en su lugar propone el criterio de la *maximización de utilidad* de los posibles beneficios del consumidor.

De esta teoría y de los trabajos del doctor Andrés Valdez (2015) se decidió incluir dos variables. Las cuales coinciden con la lógica del modelo de conducta del consumidor de Ferrell (2012) en el paso 2, *evaluación de alternativas*, estas variables son: la trayectoria del candidato y las propuestas del candidato.

Con el objetivo de contrastar en el modelo logit, para elector que tiene la intención de votar por la alternancia electoral, hacia donde mira con mayor significancia, si para el pasado (variables de aprobación del desempeño del presidente y desempeño económico) o para el futuro (propuestas y trayectoria del candidato).

En caso de medirlo exitosamente, las futuras campañas políticas en este distrito contarán con un parámetro de oportunidad, es decir, cuándo es un buen momento de buscar la alternancia electoral, si se requiere que la ciudadanía esté muy molesta, o con una buena propuesta electoral es suficiente.

### El candidato, su trayectoria y reputación.

Recientes estudios han abordado con éxito la idea que en los países democráticos el incremento al acceso a los medios de comunicación (radio, televisión, internet) ha tenido como uno de sus resultados, el surgimiento de una tendencia hacia la personalización de la política, pues los mensajes de los candidatos a título personal han comenzado a llegar en tiempo real y directos al elector.

Manuel Domínguez (2016) en su trabajo de maestría, investiga la relevancia del papel del candidato en las campañas electorales. Entre varios puntos de su conclusión afirma que el candidato es el actor principal en política en la actualidad llevando al partido a un rol secundario.

Lo anterior en concordancia con García Jiménez, quien afirma “una de las tendencias más características de la sociedad posmoderna es la personalización, la focalización en el individuo, quien se convierte en el valor absoluto sobre en el que giran las distintas realidades económicas, sociales y también políticas” (p.44).

Lo anterior tiene su origen en el cambio a la sociedad posmoderna. Esto lo desarrolla Erich Fromm en su libro *Miedo a la libertad* (1949) explica por qué el individuo en esta época posmoderna ha perdido identidad y se ha generado en él un sentimiento de impotencia e insignificancia.

> “Detrás de una fachada de satisfacción y optimismo, el hombre moderno es profundamente infeliz; en verdad, está al borde de la desesperación. .. el hombre moderno este hambriento de vida… cualquier cosa puede causar

excitación o estremecimiento: bebidas, deportes o la identificación con la vida ilusoria de los personajes ficticios de la pantalla." (Fromm, 1949, p. 261)

Propone Fromm que ese personaje que pudiera emocionarlos y así poder dirigirlos a un objetivo particular puede ser un líder político, tal fue el caso de Adolf Hittler en Alemania.

En el estudio de caso de Fromm (Alemania) explica como una época de crisis económica e identidad en Alemania, significó una oportunidad de ascenso de un líder que pudo lograr que una parte importante de los alemanes se identificara con él, logrando un gran apoyo en el congreso de Alemania.

Respecto a los argumentos anteriormente citados, estos son los tres argumentos que sustentan la existencia de la variable del candidato: protagonismo del candidato las campañas, tendencia a la personalización de la política, la necesidad de los ciudadanos de ser excitados por líderes políticos. Por lo tanto, la pregunta de investigación se redacta de la siguiente manera:

1. Es importante para mí conocer la trayectoria política y reputación del candidato.

Objetivo: investigar en qué medida para los ciudadanos que tienen la intención de votar por la alternancia electoral, es significativo el candidato

Escala: liker 1 a 5. 1 totalmente descuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Características: de entre algunas variables del candidato como es el carisma, preparación académica entre otras. La trayectoria política y reputación resultó ser la más consistente. En trayectoria, las personas asocian el partido de origen del candidato y en reputación que tan confiable es, esto con base en el instrumento piloto.

## Propuestas del candidato o partido.

En la teoría de contraste propuesta por el Dr. Andrés, las propuestas fungen un papel determinante en la campaña electoral, debido a que materializan la forma de pensar y concebir el país que desea construir el candidato y su grupo político.

Se generan dudas respecto a si los electores recuerdan a conciencia las propuestas de un candidato. Basándose en los resultados de las pruebas piloto, se cree que las propuestas son el principal elemento a través del cual los ciudadanos pueden construir una imagen del tipo del país que construirá el futuro presidente y además son un reflejo de su ideología y valores.

Por lo tanto, su origen resulta relevante dentro de la teoría de contraste y por los argumentos anteriores, al ser la herramienta que materializa la carga ideológica y de

principios de determinada alternativa política; se propone redactar la pregunta de la siguiente manera:

2. Es importante para mí conocer las propuestas del candidato.

Objetivo: Investigar en qué medida las propuestas del candidato tienen efecto sobre los ciudadanos que tienen la intención de votar por la alternancia electoral.

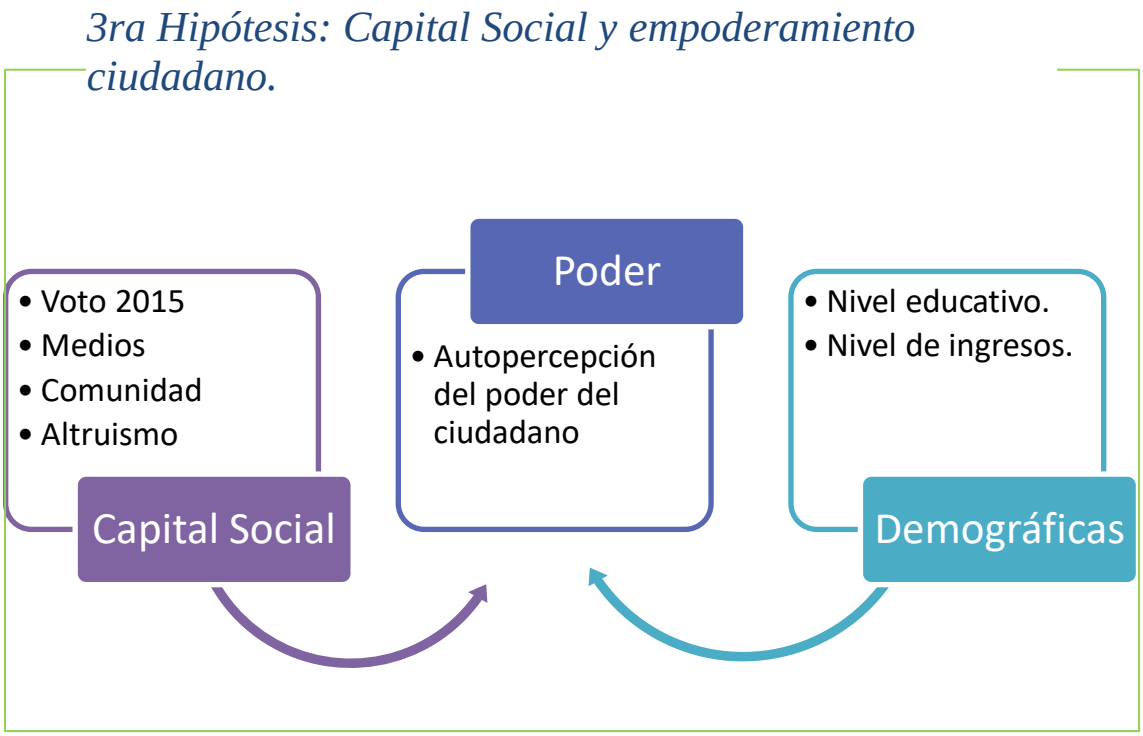
Escala: liker 1 a 5. 1 totalmente descuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Características: En esta pregunta no se hace distinción de las propuestas de alguna alternativa política particular. Lo importante es medir el peso estadístico de esta variable en el público que desea votar por la alternancia electoral.

Con esto se da por terminado todas las variables que estarán incluidas en el modelo de alternancia electoral. Mismas que aparecen ilustradas en la figura 1.2 modelo de capital social y alternancia electoral.

En el siguiente apartado se abordará el modelo del empoderamiento ciudadano, el cual no tiene el mismo método cuantitativo logit (como en el modelo 1 y 2).

## Modelo de regresión: Capital social y empoderamiento ciudadano.



Como se mencionó en la justificación de este trabajo en el apartado de la perspectiva 3. Es indispensable para la democracia que más ciudadanos participen política y electoralmente, pues este fenómeno se ha considerado como síntoma saludable para los sistemas políticos democráticos.

Para el análisis de este modelo es necesario acotar el concepto de empoderamiento ciudadano. Sobre ese tema la Dra. Ivonne Acuña (2006) desarrolla un artículo completo con el título *México: ¿Empoderamiento ciudadano?,* en el cual define a la acción empoderar como "incrementar la capacidad para el ejercicio del poder de los integrantes de los grupos menos favorecidos (…) de forma que esto les permita tener acceso a los recursos necesarios para sostener y mejorar sus vidas" (p.10).

Una persona que ejerce su participación política es un ciudadano que se concibe a sí mismo con el suficiente poder para hacerlo. La autora pone como ejemplo casos de movimientos sociales alrededor del mundo como el de la raza negra en Estados Unidos en 1950 y el caso específico de México con el movimiento estudiantil de 1968.

Apegándonos a la definición anterior, analizaremos en qué medida el capital social afecta el fenómeno del *empoderamiento* ciudadano a través de la percepción que tiene el individuo sobre sí mismo. Es decir, partimos de la premisa de que:

*Premisa 1: Entre más capital social tiene un ciudadano, se incrementa la percepción que tiene sobre la capacidad de sí mismo de hacer algo por su país.*

Es importante puntualizar que se entiende por la frase *hacer algo por su país*. La Dra. Ivonne (2006) en su artículo la definió como "El ciudadano tenga acceso a las acciones necesarias para dotar de recursos a su persona o comunidad para acceder a una mejor calidad de vida" (p.87). En la palabra recurso puede ser algún tipo de beneficio tangible como la recuperación de un espacio público, una beca o por otro lado un derecho. Por ejemplo, tal fue el caso de la lucha de igualdad que emprendió la raza negra en Estados Unidos.

Se estudiará el efecto del capital social sobre el fenómeno del empoderamiento ciudadano dirigido a las actividades de participación política no electoral. Se exenta la participación electoral a razón que los dos modelos anteriores ya se abordó la participación electoral y así evitar redundar.

Con base en los párrafos anteriores se define y acota el concepto de empoderamiento ciudadano.

*Premisa 2: El mexicano considera que la participación política no electoral, es problemática e inútil.*

Para desarrollar este apartado es pertinente definir la participación no electoral. Para fines de este apartado, se toma como referencia el concepto de participación ciudadana

de pedro Mujica (2010) como “Una forma de entender el ejercicio del poder donde los sujetos, entendiendo por tal a los ciudadanos, forman parte activa de los asuntos de interés público de forma igualitaria. Esto debido a que es la definición que puede incluir todos los ejemplos que presenta el informe sobre la calidad de la ciudadanía en México” (2015, p 71). A continuación, se enlistan las opciones:

- Platicar con otras personas sobre temas políticos.
- Asistir a reuniones de cabildo municipal o delegacional.
- Colaborar en actividades de los partidos políticos, previo y durante campañas.
- Intentar convencer a sus amigos para que voten por algún candidato en lo particular.
- Leer y compartir información política por alguna red social de la web como Twitter o Facebook.
- Firmar peticiones o documentos en señal de protesta.
- Participar en manifestaciones o protestas públicas.
- Tomar o bloquear lugares o instalaciones públicas.
- Participar en una huelga.

“Cabe señalar que en las formas de participación política no electoral los ciudadanos pueden actuar de manera individual o colectiva, y que por lo general la acción política, aunque se puede dar de manera espontánea, es el resultado de actos coordinados entre diversas personas” (Martí y llamazares, 2011 p. 70). Es decir, se requiere necesariamente de cooperación entre los ciudadanos, es decir se requiere de capital social. Este argumento sugiere la posible relación y efecto del capital social sobre la participación no electoral.

Comportarse como un ser individualista no quiere decir que no se quiera colaborar en la participación política no electoral, sino que se hace a través de actividades solitarias como firmas a favor de alguna iniciativa, donaciones etc. No obstante, se evita la colaboración en equipo, parafraseando a Moreno, el mexicano tiende a actuar de manera independiente en algunas ocasiones, sin la vía grupal o institucional.

*¿Por qué el mexicano se resiste a colaborar en actividades de equipo y/o pertenecer a un grupo?*

De esto nos habla Jorge Castañeda su libro *Mañana pasado: el misterio de los mexicanos*, en el cual propone que la mayoría de los mexicanos tiende a ser individualista.

En el capítulo primero de su libro, Castañeda menciona que esa tendencia a ser individualistas se extiende a muchas áreas de la vida de los mexicanos por ejemplo la competitividad. Según Juan Villoro, hasta las olimpiadas del 2008, de 55 medallas que había ganado México 47 habían sido en disciplinas individuales, como el taekwondo, clavados, boxeo. Según Juan Villoro los mexicanos sobresalimos en actividades que requieren soledad y sufrimiento. Según Castañeda, esto se debe a que a los mexicanos

no les gusta participar colectivamente; esto se sostiene con datos como los que presenta Reyes Heroles: el “85 % de los mexicanos no participa en grupos organizados, el buey solo bien y se lame” (Reyes, 2004, p.76).

Castañeda propone que el origen de esta resistencia a la sociabilización colectiva tiene su origen en la creencia en que ser individual es más cómodo, o al menos es una alternativa para evitar problemas. Muchos mexicanos, supuestamente, reconocen y valoran a alguien que “pudo hacerla solo” gracias a su esfuerzo y sacrificio como los atletas o incluso hasta los narcos. La historia del ciudadano que viene desde abajo y por su esfuerzo logra sobresalir a pesar de las adversidades, solo.

En el capítulo 3, Castañeda analiza la aversión al conflicto. Plantea que los mexicanos resistimos participar en grupos porque eso implica discusiones y debate ante diferentes puntos fruto de la convivencia y organización.

El mexicano considera que los problemas y las discusiones son algo inútil, porque se cree que después de una discusión no es posible la reconciliación, se considera que en una discusión es probable culminar en la violencia y que, por último, no hay posiciones medias en una discusión o diferencias de pensar, es blanco o negro y como consecuencia se podría terminar enemistado.

Por consiguiente, se infiere que ser individualista y solitario es una actitud que no fortalece la participación política no electoral. Porque la democracia y las actividades de participación no electoral necesariamente requieren de discusión y debate de ideas, de ser tolerante y colaborativo por parte de los ciudadanos. Estas actividades son a las que se resisten los mexicanos individualistas y solitarios.

Por otro lado, el capital social implica acciones como: pertenencia a grupos y comunidades, actividades de cooperación con otros ciudadanos y disposición para el debate de ideas y respetar los puntos de vista diferentes. Entonces es muy probable que los ciudadanos que tienen un capital social alto tengan una actitud favorable a la práctica de la participación no electoral, es decir, son ciudadanos que sí ejercen su empoderamiento ciudadano.

Así lo afirma el estudio de participación ciudadana del INE “Los resultados muestran que la membresía en una organización social son la variable con mayor poder explicativo de la participación no electoral.” (INE, 2015, p. 78)

Por lo anterior queda demostrado bajo qué argumento se propone que el capital social (pertenencia a comunidad) tiene efecto sobre la participación no electoral, es decir, el empoderamiento ciudadano. Cabe señalar que los datos apuntan a que son muy pocos los ciudadanos que pertenecen a una comunidad en México, entonces será probable que la percepción de empoderamiento ciudadano sea baja.

*¿Por qué la mayoría de los mexicanos consideran que es inútil la participación ciudadana?*

En el apartado anterior se explicó la relación del capital social sobre las actividades necesarias para ejercer la participación no electoral y por ende el empoderamiento ciudadano.

Sin embargo, el hecho de que los ciudadanos tengan la actitud necesaria para ejercer el empoderamiento ciudadano a través de la participación no electoral en muchas ocasiones no es suficiente. Se requiere también que crean que serán exitosos al hacerlo, es decir que podrán lograr su cometido. Por ejemplo, es más probable que se motive un ciudadano para juntar firmas para una causa si solo requiere 100, que si requiere 3 millones de firmas; así de absurdo, pero así de claro.

"La percepción del ciudadano de que su participación puede hacer la diferencia aumenta la probabilidad de que participe políticamente" (INE, 2015, p.79) hacer la diferencia en este caso es equiparable a trascender, ser eficaz, lograr marcar una diferencia.

En otras palabras, este apartado del modelo 3 del fenómeno del *empoderamiento ciudadano* a través de la *participación no electoral* se ve afectado, por un lado, por el nivel de capital social del individuo. Por otro lado, por la percepción que tenga el ciudadano de sus posibilidades de éxito. Se busca lograr que su participación política no electoral sea fecunda.

Dada la naturaleza de estudio la primera perspectiva se podrá evaluar al contrastar el nivel de empoderamiento con el capital social. Sin embargo, la segunda perspectiva sobre el nivel de éxito de la participación será contrastado con el nivel de estudios.

¿Por qué contrastar con el nivel educativo?

"Es interesante constatar que las personas que se involucran más en actividades políticas son las que tienen por lo menos secundaria completa; y en el caso de las huelgas, bloqueos y manifestaciones son quienes tienen educación universitaria o mayor." (INE, 2015 p77)

Esta referencia pone en evidencia, el efecto que ha tenido el nivel educativo sobre la participación no electoral. Por el hecho contar con un nivel de estudios mayor, este sector cree poseer mayores probabilidades de lograr sus cometidos. Es pertinente analizar, en el caso de Guadalajara Jalisco, qué efecto ha conllevado en la praxis. Esto debido a que el estudio del INE 2015 no contiene datos del estado de Jalisco.

Además se pretende analizar cómo se comportan las variables independientes del capital social y de nivel educativo en relación con el empoderamiento ciudadano. Es una posibilidad factible que tengan una relación pertinente de análisis académico a pesar de ser conceptos separados por la literatura.

## *Variables dependientes y su respectivo modelo cuantitativo*

En los apartados anteriores del marco teórico se presentaron 3 modelos de investigación los cuales proponen respuestas a cada una de las hipótesis de este trabajo de investigación.

Además, se presentó y justifico, con base en la literatura, las variables independientes que integrarán cada uno de los modelos de investigación, entre las que destaca el rol protagonista del capital social.

En este apartado que tiene por título "Variables dependientes y su respectivo modelo cuantitativo" se explicarán dos temas. Primero, cada uno de los modelos cuantitativos que serán utilizados para trabajar los tres modelos de investigación y dar respuesta a las hipótesis de investigación. Segundo, se argumentarán las tres variables dependientes que corresponden a cada modelo de investigación.

Modelo probabilístico logit.

- Modelo 1 variable dependiente: Participación electoral 2018.
- Modelo 2 variable dependiente: Alternancia electoral.

- Modelo de regresión lineal.
  - Modelo 3 variable dependiente: Percepción del ciudadano sobre sí mismo en relación al empoderamiento ciudadano.

### Modelo logit: antecedentes, particularidades y herramienta stepwise.

El modelo logit es utilizado para realizar un pronóstico de un evento que tiene únicamente dos posibles resultados. Este modelo ya fue utilizado por académicos para describir el fenómeno de la participación electoral (Fernanda Somuano) y el de la alternancia electoral (Ernesto Pérez), ambos con estudio de caso situado en México. Ante estos dos fenómenos solo tenemos dos posibles respuestas: Sí o No.

**Modelo Logit**: Modelo para variables de respuesta binaria donde la probabilidad de respuesta es la función logit, evaluada en una función lineal de las variables explicativas. (Wooldridge, 2015 p. 853). Dicho modelo trabaja a partir de una regresión lineal de logaritmos naturales en las variables que integran la regresión lineal.

Así lo reafirma Moscote & Arley (2012): "Los modelos de regresión con respuesta cualitativa son modelos de regresión en los cuales la variable dependiente puede ser de naturaleza cualitativa, mientras que las variables independientes pueden ser cualitativas o cuantitativas, o una mezcla de las dos" (p. 2).

La característica de ser incluyente con variables cuantitativas y cualitativas es el principal atributo que valió la selección de este método para explicar el modelo 1 y 2 de investigación, dado que en nuestro modelo utilizamos ambos tipos de datos.

La representación gráfica del modelo logit puede ser así:

$Yi = ß1 + ß2Xi + Ui$

Y= variable dependiente. Es decir, la probabilidad de que ocurra un fenómeno en particular, este índice oscilara entre 0 a 1. Lo cual se representa en la siguiente ecuación:

$0 < (E(Yi \mid Xi)) < 1$

Cabe señalar que al ser Y= "SI" Alternancia electoral, se estará estimando el impacto de las variables de cada modelo sobre el resultado positivo.

**Y**= Probabilidad que el evento N suceda.

**ß1**= Variables cualitativas.

**ß2Xi**= Variables cuantitativas de cada individuo de la muestra.

**Ui**= Variables no contempladas dentro del modelo.

En el apartado del instrumento de investigación se describe en qué consisten los diferentes tipos de datos: cualitativos y cuantitativos, los cuales integran el modelo logit y el de regresión lineal. Además, al final de este trabajo de investigación se incluye la tabla de referencia del instrumento de investigación donde se especifica a que clasificación de tipo de datos pertenece el valor que se obtendrá de cada variable.

El modelo logit tiene una variable muy particular que se identifica como **Ui**. Esta variable representa todas las variables no incluidas en el modelo probabilístico pero que sí describen el fenómeno participación y alternancia electoral. Esto debido a que las variables que explican estos dos fenómenos son muy amplias, tanto que incluso tienden al infinito y por ende sería prácticamente imposible incluir el 100 % de ellas para realizar un pronóstico exacto. Para fines de este estudio, esta variable es simbólica, pero no deja de ser parte del modelo logit.

*Modelo logit optimizado. Método spetwise para Selección de variables explicativas.*

Al aplicar una regresión lineal a una función integrada por un número N de variables para pronosticar un fenómeno es necesario establecer un criterio de descarte debido a que no todas las variables tienen el mismo efecto ni significancia. Dicho criterio, es de .25 de significancia minima para cada variable en este trabajo de investigación.

Es decir, todas las variables que se incluyeron en el modelo 1 y 2 conservan una significancia de .25, las que no, fueron descartadas. Este grupo de variables serán denominadas selección del subconjunto de variables explicativas.

¿Cómo trabaja stepwise?

Es una función automática para incluir y descartar variables dentro de un modelo logit. Consiste en tratar todas las variables independientes incluidas en el modelo de investigación con relación a la variable dependiente. Las variables que tengan un efecto más significativo sobre la variable dependiente formarán el subconjunto de variables explicativas. La ventaja que tiene el método stepwise frente a backward y forward, es

que" En el primer paso se procede como en el método *forward* pero a diferencia de éste en el que cuando una variable entra en el modelo ya no vuelve a salir, en el procedimiento *stepwise* es posible que la inclusión de una nueva variable haga que otra que ya estaba en el modelo resulte redundante y sea expulsada de él."(2018, http/www.wordpress.com). Esto es particularmente trascendental, debido a que al incluir o descartar alguna variable, en combinación con otra se alteran sus coeficientes y bajo algunas circunstancias este impacto puede ser de manera significativa. El modelo stepwise se encarga de encontrar la combinación óptima de variables con el nivel de significancia requerido.

## Variable dependiente participación electoral.

La variable de la participación electoral es la variable dependiente del primer modelo de investigación.

Objetivo: Conocer la intención que tiene el ciudadano al participar y ejercer su voto en las elecciones presidenciales de 2018.

Propuesta de redacción:

1) ¿Tiene Ud. la intención de votar en las elecciónes para presidente de México en 2018?

Características:

En caso de responder "Sí" a la pregunta anterior el resultado será capturado como 1, de lo contrario será 0. Así se medirá el efecto que tuvieron esas variables para motivar la decisión del individuo para votar.

Si fuera al revés, entonces se estaría estimando que mueve a las personas para NO votar, fenómeno que no responde a los objetivos de la presente investigación.

Antecedentes académicos

El antecedente académico de un modelo logit en el capital social sí existe. Como antecedente en México, está el trabajo de María Fernanda Somuano (2013) sobre los efectos del capital social sobre la participación política y electoral. En ambos el capital social resultó ser significativo.

Además del trabajo del Instituto Nacional Electoral (2015) en el informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México, utilizó un modelo logit para analizar la relevancia de diferentes variables sobre la decisión de votar.

Particularidades: Se tomará como dato perdido dentro de la variable de capital social, la participación en las elecciones de 2015 a los menores de 21 años. Debido a que es muy probable que no tuvieran la mayoría de edad al momento de las elecciones en 2015.

## Variable dependiente alternancia electoral.

Esta variable es de tipo dicotómica, por lo que un modelo logit es pertinente para tratarla.

Objetivo: Conocer la intención del ciudadano para votar por la alternancia electoral.

Propuesta de redacción:

2) ¿Tiene usted la intención de votar por el candidato para presidente de México del actual partido político en la presidencia?

Características:

En esta variable dependiente se tendrán sólo dos respuestas posibles: sí o no, voto por la continuidad electoral del partido o candidato del gobierno en turno. Los ciudadanos que contesten que no es porque desean un cambio, es decir alternancia electoral.

Por lo tanto, los ciudadanos que respondan "No" en esta variable dependiente tendrán el siguiente resultado Y=1.

Así se podrá analizar qué efecto tienen las variables sobre los ciudadanos que no desean votar por la continuidad electoral del partido en el poder, es decir, que quieren alternancia electoral.

Antecedentes académicos.

Singer, Matthew M. *Defendamos lo que hemos logrado* (2007) Lo menciona respecto a el voto económico en México durante la elección presidencial de 2006. En este trabajo se analizó de manera enfática la variable económica con relación a la alternancia electoral a través de un modelo logit.

Manuel Ernesto Pérez Aguirre en *La teoría de voto económico y la elección presidencial mexicana de 2012*. (2015). Esta investigación trabajó con la variable de desempeño económico y aprobación del desempeño del presidente. También en modelo logit.

Particularidades: El análisis se realizará sobre la misma muestra del modelo 1 y 3. Sin embargo se contempla realizar también la prueba stepwise únicamente con los ciudadanos que manifiestan la intención de votar en las elecciones del 2018. Esto porque cabe la posibilidad que su comportamiento sea diferente, de manera significativa, al de los ciudadanos que sí tienen la intención de votar. En caso de que esta posibilidad no se cumpla, se conservará toda la muestra inicial.

## Regresión lineal:

Es un método que analiza la covariancia entre variables independientes (exógenas) con relación a una variable dependiente (endógena).

*Análisis de regresión*, da lugar a una ecuación matemática que nos permite describir la relación existente entre dos o más variables. Es decir, obtener una línea "ideal"

conocida como línea de regresión, que nos describa la relación o dependencia entre dos variables." (Martinez Bencardio, 2012, p.570) y así poder determinar en qué medida cada variable independiente afecta a la variable dependiente, en este caso, la percepción del empoderamiento ciudadano.

El resultado que se obtenga de esta regresión podrá indicar una proporción para poder estimar, conforme se incrementen o reduzcan las variables independientes, qué efecto tendrían sobre la variable del empoderamiento y cómo se comportaría dentro de la escala de 1 a 5.

Variable de empoderamiento ciudadano.

Esta variable dependiente es diferente a las dos anteriores. Pertenece al modelo 3 de este trabajo de investigación y no es de respuesta binaria, es su lugar, es de escala Likert de 1 a 5.

Objetivo: Conocer en qué intensidad el ciudadano considera que tiene el poder de hacer algo por su país.

Características:

Esta pregunta no verificará si los ciudadanos han ejercido su participación ciudadana ni tampoco si cuentan con los recursos para hacerlo. Única y exclusivamente se estimará la intensidad de la percepción del ciudadano sobre el objeto en cuestión. La pregunta es de tipo cuantitativo y de intervalo, organizada en escala Likert de 1 a 5, redactada en afirmación.

Antecedentes académicos.

Los artículos encontrados que hubieran investigado el efecto del capital social sobre la variable de empoderamiento ciudadano sólo han sido del tipo correlacional. Lo más cercano a la percepción del empoderamiento ciudadano en México que se ha analizado, es la participación no electoral. (véase Martha Somuano 2013 y el Informe del INE 2015).

Reiterando la significancia de analizar el efecto del capital social, pero ahora dirigido a fenómenos individuales, en este caso la percepción del empoderamiento ciudadano. Por lo cual además de pertinente es innovador este análisis; hasta el cierre de esta redacción no se han encontrado antecedentes de esta naturaleza.

Propuesta de redacción:

3) Tengo el poder de hacer algo por mi país.

## *Vitrina metodológica de investigación.*

Este apartado tiene por objetivo delimitar y explicar el objeto de estudio y las características generales de la investigación.

En primera instancia, se acotará el estudio de caso y las características de la población que es sujeto de estudio para la presente investigación. Una vez resuelto esto, se explica el tipo de investigación y sus alcances. Por último, se presenta el tipo de instrumento de investigación y la metodología del levantamiento.

### *Estudio de caso y sus características.*

El estudio de caso será sobre los ciudadanos que viven en el distrito 9 local del estado de Jalisco en México. La distribución y ubicación de este distrito puede ser consultada en la página del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Jalisco (IEPC) tomando la reforma electoral que entró en vigor en el año del 2017.

#### Población.

La población son todos los ciudadanos que viven en el distrito 9 local del estado Jalisco que son mayores de 18 años y se encuentran adscritos al padrón de electores del IEPC la cual en la suma de hombres y mujeres asciende a **305,245** (trescientos cinco mil doscientos cuarenta y cinco ciudadanos).

Ubicación: Dentro del municipio de Guadalajara, en el estado de Jalisco, México.

Población de ciudadanos electores registrados.

Información al 30 de abril del 2018, tomado de la página del INE consulta del padrón electoral por distrito.

| Padrón electoral | | |
|---|---|---|
| **Sexo** | **Ciudadanos** | **Porcentaje** |
| Hombres | 147,806. | 48.42 % |
| Mujeres | 157,439. | 51.58 % |
| Total | 305,245. | 100 % |

#### Cálculo de Muestra:

Debido a las limitaciones del presente trabajo de investigación no es posible intentar encuestar al 100 % de los electores que integran el distrito 9 local del estado de Jalisco.

Refiriendo las técnicas de muestreo del campo de las ciencias económicas, se utilizará la fórmula de “tamaño óptimo para poblaciones finitas” utilizada por Martínez (2012, p. 306) y así se podrá determinar el tamaño de muestra necesario para dar certidumbre estadística a las herramientas cuantitativas.

La fórmula que se resolverá con nivel de confianza del 99 % y margen de error del 5 %.

Tamaño de la población: 305,245 finita.

Con base en la literatura y la siguiente fórmula:

$$N_0 = \frac{z^2 PQ}{E^2}$$

Tamaño mínimo de la muestra: 665 (seiscientos sesenta y cinco)

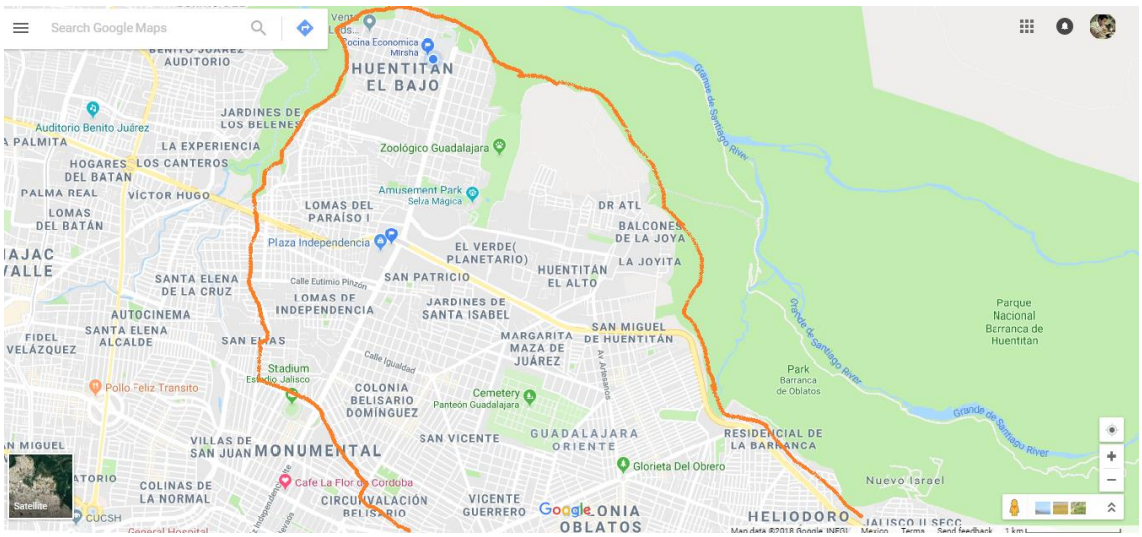
Tras haber realizado el levantamiento se obtuvo un número ligeramente superior el cual asciende a **677** (seiscientos setenta y siete) muestras. Esto contemplando que algunas resultaran espurias por técnicas inadecuadas de levantamiento.

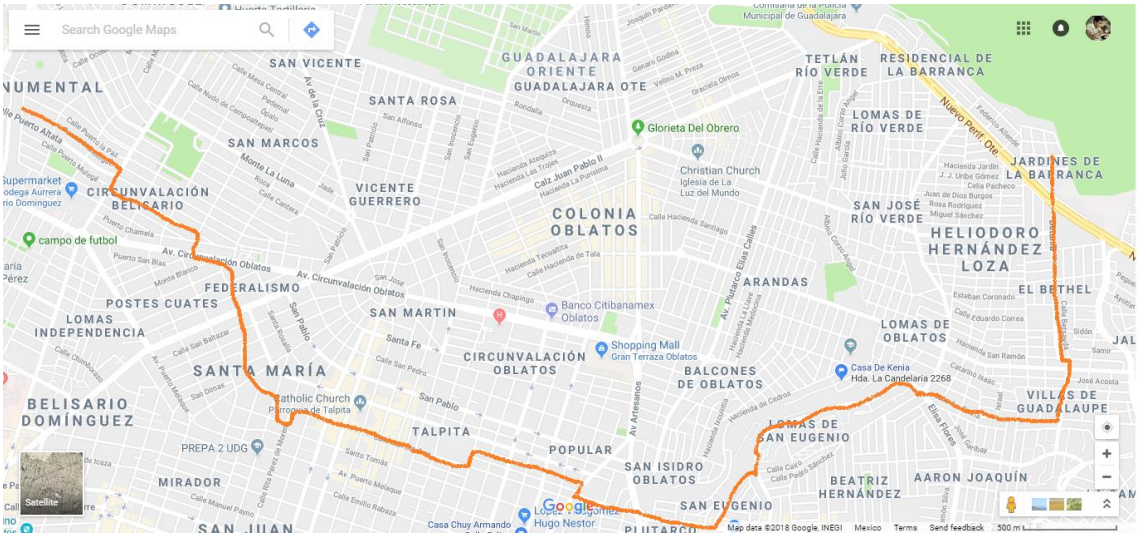
## Cartografía electoral.

El distrito 9 está integrado por 195 secciones electorales. Se ubica en el área norte del municipio de Guadalajara.

**Límites:**

Norte: El distrito nueve se encuentra en el área más al norte del municipio de Guadalajara, colinda con la barranca de Huentitán.
Este: Limita y colinda con el municipio de Tonalá.
Oeste: Parcialmente con el municipio de Zapopan y otra parte con otro distrito de Guadalajara. La avenida principal que marca el límite es avenida Fray Antonio Alcalde.
A continuación, se muestra un mapa integrado por dos imágenes del distrito. Los límites señalados refieren a las calles:






## *Tipo de investigación Cuantitativa.*

Este trabajo de investigación es de tipo cuantitativa debido a que el diseño e instrumentos y métodos utilizados son corte totalmente cuantitativo. Utilizará dos tipos de enfoques dentro de la categoría cuantitativa para dar respuesta a los objetivos de estudio: correlacional y descriptivo.

La presente investigación utilizará ambos enfoques. A continuación, se definirá cada uno de ellos y se justificará qué procesos de esos enfoques están presentes en la investigación.

<u>Enfoque cuantitativo:</u> el cual se caracteriza por que "utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías." (Hernández, 2014, p.4)

La investigación colectará la opinión y características demográficas de la población. La opinión estará medida en escala liker (1 a 5). Esta información será compilada en base de datos y tratada con el método logit y regresiones lineales, ya antes descritos, para poder dar respuesta a las hipótesis planteadas al inicio de este trabajo.

Basándose en estos datos, se podrá calcular los efectos del capital social y así se responderá en qué medida afecta a las tres variables dependientes en cuestión.

Con base a lo anterior se afirma que esta investigación es de tipo cuantitativa.

## *Alcances de la investigación*

En apego a los argumentos de Roberto Hernández Sampieri (2014) en los cuales describe los alcances de la investigación correspondientes a la naturaleza de las aportaciones, existen cuatro, según Sampieri: exploratorio, descriptivo, correlacional, explicativo.

Es muy importante señalar que esto no debe confundirse con una clasificación del tipo investigación (Hernández, 2014, p. 90). Precisamente como no es una clasificación, los alcances que pueda tener una investigación pueden caer en una o más categorías. Como es el caso de esta investigación.

La presente investigación tiene dos tipos de alcances, descriptivo y correlacional. A continuación, se define cada uno de ellos y se argumentan.

Estudio descriptivo: busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analiza. Describe tendencias de un grupo o población. (Hernández, 2014, p. 92)

Este estudio es de tipo descriptivo debido a que recabará información -a través de encuestas- de la demografía y pictográfica del ciudadano en el distrito 9, por ejemplo, el índice de capital social. En el cual, se tratarán algunos de los hábitos de los ciudadanos, como consultar medios de comunicación, pertenencia a comunidad, actos altruistas, entre otros.

Hasta el cierre de la presente investigación, todas las bases de datos públicas en México con respecto al capital social no incluyen al estado de Jalisco, mucho menos al municipio de Guadalajara. Por lo cual, esta aportación es bastante descriptiva para el campo del marketing político. La sección I y II del instrumento de medición corresponden a los alcances descriptivos.

Estudio correlacional: Asociación de variables mediante un patrón predecible para un grupo o población. (Hernández, 2014, p. 93). Contrastaremos todas las variables antes descritas en los modelos, pero de manera muy particular el capital social sobre los tres fenómenos de estudio.

A través de las regresiones lineales y el modelo logit, se puede constatar el tipo de relación que conservan el capital social y las otras variables con los tres fenómenos de estudio de esta tesis.

Es importante señalar que, además de determinar el tipo de relación entre las variables, los estudios de correlación tienen otro valor adicional. “La investigación correlacional tiene, en alguna medida, un valor explicativo, aunque parcial, ya que el hecho de saber que dos conceptos o variables se relacionan aporta cierta información explicativa.” (Hernández, 2014, p. 94).

Las aportaciones que realiza el análisis cuantitativo de datos permiten complementar la otra parte de respuestas para los fenómenos de investigación.

Esta característica significa la esencia de la relación entre capital social y los fenómenos electorales, según las teorías de Robert Putnam. Si bien el capital social no explica los fenómenos electorales, en los trabajos de Putnam (Making democracy work 1993 and bowiling alone, 2000) y referencia principal de este trabajo, efectivamente se verificó una correlación parcialmente explicativa.

En estos trabajos Putnam encontró que las sociedades más sociables entre sí (mayor capital social) favorecen a la democracia, lo cual fue el parteaguas para comenzar otras investigaciones más profundas y de corte explicativo.

A continuación, se explicará el instrumento de investigación y la metodología del levantamiento, a través de las cuales se obtendrá la información.

## *Metodología de levantamiento*

Estrategia de levantamiento: tomando como referencia el antecedente de las pruebas piloto, los lugares más convenientes para realizar los levantamientos son las plazas comerciales o zonas aledañas. En circunstancias donde las personas se encuentren tranquilas o incluso esperando algo, por ejemplo, las paradas de camión.

Basándose en lo anterior se tomó la decisión de que los puntos en los que se aplicarán las encuestas son los siguientes:

1. Glorieta del obrero: ubicada en Av Artesanos 1556, Colonia Oblatos, 44700 Guadalajara, Jal.
2. Plaza comercial independencia: ubicada Calzada Independencia Nte 3295, Ricardo Flores Magón, 44300 Guadalajara, Jal.. Dentro de la plaza y zonas aledañas.
3. Gran terraza oblatos: ubicada en Av. Circunvalación. División del Norte. 2700, Oblatos, 44716 Guadalajara, Jal.
4. Mercado Belisario Domínguez: Ubicado en Calle Mesa del Norte Colonia Belisario Domínguez 44320 Guadalajara, Jal.

Los anteriores puntos de levantamiento fueron seleccionados bajo los siguientes criterios.

- Son céntricos y entre los cuatro cubren más del 7 por ciento del área del distrito 9
- Son espacios públicos de gran afluencia, pero también se cuidó que no fueran del mismo giro. Por ejemplo, los puntos 2 y 3 son de vocación altamente comercial, sin embargo, los puntos 1 y 4 son espacios más plurales como puntos de encuentro de la comunidad donde se ofrecen alternativas recreativas.
- Por motivos de seguridad personal no fue conveniente la técnica de muestreo por domicilio, debido a que el encuestado se puede encontrar más vulnerable para ser asaltado en el levantamiento.
- Por motivos de eficacia, los encuestados mostraban más disposición para ser encuestados en situaciones de calma, como en estos puntos, a diferencia de ser interrumpidos en su hogar o en su tránsito cotidiano en calle.
- Al utilizar la técnica de encuestar casa por casa, tratando de cubrir todas las secciones, la muestra de encuestados se sesgaba hacia el genero femenino de manera significativa.

Criterios de distribución demográfica:

El criterio fue de hacer los esfuerzos para distribuir de manera proporcional los encuestados en 3 categorías; jóvenes de 18 a 30 años, adultos de 31 a 50 años y adultos de 51 o más años. Esto para evitar el sesgo por la presencia mayoritaria de alguna categoría.

De manera rigurosa se aplicó el criterio de distribuir las encuestas equitativas entre hombres y mujeres, esto para conservar en la medido de lo posible el 50 % de cada genero.

Técnicas de encuesta: de manera presencial y cara a cara, a través de dos vías. Una será en papel y llenada a mano, la segunda a través de un dispositivo electrónico e internet, dentro de un formulario disponible vía internet.

Dependerá del lugar y circunstancias del encuestador cuál método sea el más adecuado para aplicar el cuestionario.

Preguntas filtro.

1. *Lugar aproximado de residencia del encuestado:* Antes de levantar la encuesta se le preguntó y pidió al encuestado señalar dentro de un mapa de la ciudad donde se encuentra su domicilio. Si efectivamente su domicilio se encontraba dentro del área del distrito 9, entonces se procedía con la encuesta.

*Nota: Se descartó consultar en la credencial para votar del encuestado la sección electoral como filtro de la encuesta por motivos de protección de datos personales y practicidad del estudio.

2. *Credencial para votar: A*l encuestado se le preguntó si contaba con credencial para votar, con la intención de verificar si efectivamente es mayor de edad y en posibilidad de ejercer el voto. En caso de que la respuesta fuera afirmativa se procedió a aplicar la encuesta.

## *Instrumento de investigación (cuestionario) y sus características*

Como se mencionó y explico en el apartado del modelo logit, la única fuente de información sobre el objeto de estudio para esta investigación es el instrumento de investigación. En lo sucesivo será denominado cuestionario, y recibe este nombre, debido a que se constituye por cuestionamientos o preguntas directas hacia el ciudadano.

A continuación, se explicarán las características del cuestionario, sobre su fiabilidad, rasgos distintivos de los datos y método de aplicación.

***Fiabilidad***

Por tratarse de una encuesta sobre la información personal, actitudes y percepciones del individuo será levantado a través de una encuesta cara a cara y por medio de internet.

Existe un margen de error en este trabajo debido a la oportunidad de que se susciten dos inconsistencias de parte del ciudadano, las cuales son de tipo insubsanables.

Veracidad. Como puntualizó el director de esta tesis, el Dr. Andrés Valdez, este cuestionario se contesta "partiendo del supuesto de que todos dicen la verdad". Comprobar la veracidad de los datos provistos por el ciudadano, está fuera de los alcances de esta investigación, por lo tanto, se tomarán los datos por honestos y de buena Fe.

Inconsistencia. Partiendo del supuesto de que el entrevistado contestó a las preguntas de manera honesta y sincera y que no es suficiente. Su respuestas -aunque honestas- no son garantía de que así actúe realmente. Debido a, por un lado, medimos actitudes, no hechos, por el otro, aunque no con dolo, los ciudadanos (electores) en ocasiones no actúan como dicen que van a actuar de manera deliberada, situación que permite las inconsistencias.

Esto lo afirma Ferrell (2012, p. 159) en el elemento 4 "decisión de compra" dentro de su modelo titulado *El proceso de compra del consumidor.* Menciona que hay factores que influyen y que cambian la intención del individuo de último minuto.

### *Categorías de los datos*

El cuestionario está integrado por cuatro secciones. La primera y segunda sección están orientadas a dar respuesta a los alcances de tipo descriptivo. La tercera y cuarta sección están contempladas para dar respuesta a los alcances de correlación de esta investigación.

A continuación, se explicará la clasificación de los datos dentro de una investigación cuantitativa y cualitativa según Roberto Hernández Sampieri (2014). Para conocer de manera específica a qué clasificación de datos pertenece cada pregunta, es necesario consultar la *tabla de referencia* del instrumento de investigación ubicada en el área de apéndice del presente documento.

Datos nominales: "en este nivel hay dos o más categorías del ítem o la variable. Las categorías no tienen ni orden ni jerarquía. Lo que se mide (objeto persona etc.) se coloca en una u otra categoría, lo que indica tan solo diferencias respecto de una o más características." (Hernández, p. 214) por ejemplo el género.

Datos del tipo Ordinal: "En este nivel hay varias categorías, pero además mantienen un orden de mayor a menor. Las etiquetas o los símbolos de las categorías si indican jerarquía." (Hernández, p. 215) por ejemplo el nivel educativo.

Datos de tipo Intervalos: "Además del orden o la jerarquía entre categorías, se establecen intervalos iguales en la medición, la distancia entre las categorías son las mismas a lo largo de toda la escala, por lo que hay un intervalo constante, una unidad de medida(…) En este nivel de medición el cero es arbitrario, no es real, ya que se asigna arbitrariamente a una categoría el valor de cero y a partir de esa se construye una

escala.” (Hernández, 2014, p. 216) según Hernández a esta categoría pertenecen los datos sobre actitudes de las personas, levantados en escala Likert.

Medición de razón: “En este nivel además de tenerse todas las características del nivel de intervalo, el cero es real y absoluto (no es arbitrario).” (Hernández, p. 216) por ejemplo, las preguntas del capital social.

### *Escala utilizada en las preguntas de intervalo.*

La escala que se utiliza la investigacion tiene el objetivo de estimar la intensidad de la actitud que tiene el individuo en referencia a diferentes temas u objetos.

“Las actitudes están relacionadas con el comportamiento que mantenemos entorno a los objetos o conceptos a que hace referencia” (Hernández, p. 237) a través de la observación y estimación de la actitud es como se pude predecir parcialmente el comportamiento del individuo.

Para medir la actitud de un individuo, la escala que ha ganado mayor aceptación a nivel mundial es la escala Likert, la cual se utilizará en la presente investigación.

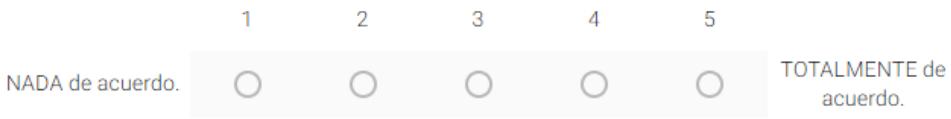
### Escala Likert

“Escalamiento Likert: conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías.” (Hernández, p. 238)

“Las afirmaciones califican al objeto de actitud que se está midiendo. El objeto de actitud puede ser cualquier cosa.” (Hernández, p. 238)

Con base a lo anterior se especifica. Que los ítems son las preguntas o también mencionadas como variables que integran el cuestionario de esta investigación.

Cada pregunta que se encuentre escalada de 1 a 5 y se redactó en sentido afirmativo. No está presente el valor cero dentro de la escala. A continuación, se explica.




1. Nada de acuerdo con la frase.
2. Poco de acuerdo con la frase.
3. Neutral con la frase.
4. Poco de acuerdo con la frase.
5. Totalmente de acuerdo con la frase.

Esta escala permite expresar en rango de número la intensidad de la actitud y/o percepción del individuo. El dato como número nos permite tratarlo con modelos estadísticos, en este caso el método logit, para poder determinar correlaciones y así dar respuesta las preguntas de investigación.

Con esto se concluye el apartado de marco teórico, a continuación, los resultados.

## Resultados de la investigación.

El presente apartado se integra por tres secciones. Primera sección; presenta la distribución del capital social con dos perspectivas demográficas y psicográficas. Segunda sección; se responden las tres hipótesis de investigación con base en los resultados de la investigación. Tercero; conclusiones del trabajo de investigación.

Posterior a la aplicación del cuestionario se recabaron 676 muestras, las cuales arrojaron los siguientes resultados:

### *Distribución el capital social*

El capital social es la variable de mayor importancia para objetos de estudio de esta investigación. Aunque analizar su distribución a través de perspectivas descriptiva (demográficas y psicográficas) no responde a las hipótesis, nos permitirá entender el contexto del elector mexicano.

Además, es referencia estadística de este concepto en Jalisco, debido a la ausencia de bases de datos sobre capital social de los ciudadanos de este estado, a nivel nacional.

La base de datos está dividida por tres variables: edad, nivel de estudios y ocupación. las cuales, según los datos, son las más determinantes en el comportamiento del individuo.

El comportamiento de los individuos dentro de esas tres categorías será contrastado con las siguientes variables: capital social y las variables dependientes.

En primer lugar, para describir las características de la población del distrito 9 y por el otro lado para buscar identificar patrones de conducta.

#### Edad y variables dependientes (voto 2018, alternancia y empoderamiento)

Se proponen tres categorías. Jóvenes; de 18 a 30 años. Adultos; de 31 a 50. y adulto mayor de 51 en adelante.

| **¿Cuál es tu edad? – variables dependientes.** | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Edad & variables dependientes | | | voto_2018 | % | Alternancia | % | poder >3 | % |
| 18 a 30 | 314 | 46% | 261 | 83 % | 284 | 90 % | 157 | 50 % |
| 31 a 50 | 224 | 33% | 192 | 86 % | 190 | 85 % | 108 | 48 % |
| 51 o mas | 138 | 20% | 126 | 91 % | 116 | 84 % | 63 | 46 % |
| total | 676 | 100% | 579 | 86 % | 590 | 87 % | 328 | 49 % |

- Poder >3 : En esta categoría se contabilizo a los ciudadanos que consideran que tienen el poder de hacer algo por su país con una intensidad igual o mayor a 4.

En la categoría de jóvenes se marcó como dato perdido la muestra de 119 jóvenes que prácticamente eran menores de edad en 2015, no podemos afirmar que existe una tendencia de abstencionismo dentro de esta categoría.

En materia de la variable "voto en 2018" existe una ligera tendencia. Entre mayor edad tiene un individuo mayor es la intensión de ejercer el voto. Los "adultos mayores" (51 o más años) tienen una intensión del 91 % a ejercer el voto, un 8 % más que los "jóvenes".

En relación con la variable de votar por la alternancia electoral, existe una pequeña diferencia de 6 % entre los dos extremos. Los "jóvenes" con un 90 % tienen la intención de buscar una alternancia electoral, por otro lado, los "adultos mayores" también, aunque solo un 84 %.

En relación con el empoderamiento ciudadano, el 49 % en general se considera con el poder de hacer algo por su país por igual o mayor a 4 en escala Likert (1 a 5).

*¿Cuál es tu edad? y como se distribuye su capital social.*

| Edad & capital social | | Sí Medios | | voto 2015 | | Altruismo | | Comunidad | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 18 a 30 | 314 | 258 | 82% | 141 | 45% | 77 | 25% | 46 | 15% |
| 31 a 50 | 224 | 192 | 86% | 173 | 77% | 69 | 31% | 49 | 22% |
| 51 o + | 138 | 118 | 86% | 121 | 88% | 27 | 20% | 20 | 14% |
| total | 676 | 568 | 84% | 435 | 64% | 173 | 26% | 115 | 17% |

- En la categoría de **jóvenes** 119 personas para el 2015 es muy probable que fueran menores de edad. Por lo tanto, en la encuesta se registró como dato perdido. Con base en lo anterior no podemos afirmar que hay una tendencia de abstencionismo en los jóvenes.

En la categoría de **asuntos públicos** (medios & voto 2015) no hay evidencia suficiente para poder aseverar que el comportamiento entre las tres categorías de edades dista de manera significativa.

En la categoría **redes sociales y actos de cooperación** (altruismo y comunidad) la información sugiere una probable correlación entre altruismo y cooperación. El incremento en cualquiera de estas variables tiene un efecto sobre la de manera proporcional.

Cabe destacar que la categoría que muestra información de tener mayor acceso a redes y actividades cooperativas es la de **adultos.**

### *Descripción por nivel educativo.*

Con objeto de presentar la información más clara, se agrupó la población en tres categorías: Básico; ningún nivel educativo y primaria. Medio; secundaria y preparatoria. Superior; licenciatura y posgrado.

### *Nivel educativo y variables dependientes.*

| ¿Cuál es tu nivel educativo? Y si distribución de capital social. | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Nivel educativo | | Voto_2018 | % | Alternancia | % | Poder >3 | % |
| básico | 81 (12%) | 65 | 80% | 63 | 78% | 30 | 37% |
| Medio | 371 (55%) | 305 | 82% | 324 | 87% | 169 | 46% |
| Superior | 224 (33%) | 209 | 93% | 203 | 91% | 129 | 58% |
| Total | 676 | 579 | 86% | 590 | 87% | 328 | 49% |

De la tabla anterior se puede aseverar un efecto muy significativo del nivel de estudios del individuo sobre las tres variables dependientes. El nivel educativo afecta los fenómenos colectivos como la intención de la participación electoral y la preferencia electoral y fenómenos individuales como la percepción de poder.

Entre mayor es el nivel educativo de un individuo, mayor es la intención de ejercer el voto, en este caso creció la intención de votar en un 13 %. Este efecto no fue consistente al analizarlo bajo el modelo logit.

En materia de alternancia electoral el efecto es prácticamente igual (13%) en comparación con la participación electoral, evocando únicamente a la estadística descriptiva. Entre mayor es el nivel de estudio, mayor es la intención de votar por la alternancia electoral. Efecto que sí se vio reflejado en el modelo logit de alternancia.

En materia de empoderamiento ciudadano, el efecto de la variable nivel de estudio es significativamente mayor en comparación de los fenómenos electorales. Existe una diferencia de un 21 % entre el nivel básico y el nivel superior, sobre la percepción del poder que tiene cada individuo de hacer algo por su país.

Con base en esta información, a reserva de los resultados del modelo logit, el nivel educativo tiene un aparente efecto sobre la percepción y actitud del individuo en relación a los fenómenos electorales, pero de manera más significativa aun sobre el empoderamiento ciudadano.

### *Nivel educativo y capital social*

| | | Medios | | Voto 2015 | | Altruismo | | Comunidad | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Básico | 81 (12%) | 65 | 80% | 56 | 69% | 13 | 16% | 11 | 14% |
| Medio | 371 (55%) | 303 | 82% | 220 | 59% | 80 | 22% | 48 | 13% |
| Superior | 224 (33%) | 200 | 89% | 159 | 71% | 80 | 36% | 56 | 25% |
| total | 676 | 568 | 84% | 435 | 64% | 173 | 26% | 115 | 17% |

En sustento a la información presentada en la tabla anterior en lo que concierne a la categoría de *interés en asuntos públicos* no existe gran diferencia en el comportamiento del individuo, al menos en términos del nivel educativo.

Sin embargo, en la categoría del "redes sociales y actos de cooperación" (altruismo y pertenencia comunidad) sí existe una diferencia significativa.

Podemos constatar que entre mayor sea el nivel de estudios de los individuos, mayor es su nivel de participación en comunidades (acceso a redes) y también en actos de cooperación (altruismo). Además, cabe destacar que la relación entre actos de cooperación (altruismos) y acceso a redes (comunidades) se sigue conservando aún.

### *Descripción por ocupación*

En el campo de las ocupaciones, son pocas las que presentan comportamiento atípico en comparación el resto de ellas. Las tablas que a continuación se muestran presentan el total de cada ocupación dentro de la muestra. Además, dentro de cada columna el porcentaje que respondió sí o no a la variable del título, dentro de esa categoría.

| | | Voto 2018 | | Alternancia electoral | | Poder >3 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Ocupación** | | **No** | **Si** | **No** | **Sí** | **No** | **Sí** |
| Am@ de casa | 102 | 16% | 84% | 17% | 83% | 63% | 37% |
| Autoempleo | 41 | 7% | 93% | 10% | 90% | 56% | 44% |
| Comerciante | 65 | 25% | 75% | 14% | 86% | 71% | 29% |
| Empresario | 12 | 0% | 100% | 17% | 83% | 33% | 67% |
| Estudiante | 103 | 9% | 91% | 13% | 87% | 47% | 53% |
| Jubilado | 16 | 19% | 81% | 6% | 94% | 75% | 25% |
| Maestro | 13 | 15% | 85% | 8% | 92% | 62% | 38% |
| Otra | 10 | 10% | 90% | 10% | 90% | 40% | 60% |
| Profesionista independiente | 20 | 15% | 85% | 10% | 90% | 30% | 70% |
| Trabador en el servicio público | 60 | 12% | 88% | 7% | 93% | 35% | 65% |
| Trabajador en la iniciativa privada | 234 | 16% | 84% | 14% | 86% | 48% | 52% |
| **Total general** | **676** | 14% | 86% | 13% | 87% | 51% | 49% |

| | | Medios | | Voto 2015 | | Altruismo | | Comunidad | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **676** | **Sí** | **No** | **Sí** | **No** | **Sí** | **No** | **Sí** | **No** |
| Am@ de casa | 102 | 87% | 13% | 73% | 27% | 16% | 84% | 8% | 92% |
| Autoempleo | 41 | 76% | 24% | 71% | 29% | 22% | 78% | 7% | 93% |
| Comerciante | 65 | 80% | 20% | 65% | 35% | 26% | 74% | 18% | 82% |
| Empresario | 12 | 100% | 0% | 92% | 8% | 50% | 50% | 25% | 75% |
| Estudiante | 103 | 80% | 20% | 31% | 69% | 29% | 71% | 22% | 78% |
| Jubilado | 16 | 88% | 13% | 94% | 6% | 25% | 75% | 6% | 94% |
| Maestro | 13 | 85% | 15% | 85% | 15% | 31% | 69% | 15% | 85% |
| Otra | 10 | 100% | 0% | 70% | 30% | 40% | 60% | 30% | 70% |
| Profes. Independiente | 20 | 85% | 15% | 70% | 30% | 50% | 50% | 35% | 65% |
| Traba. servicio público | 60 | 90% | 10% | 83% | 17% | 35% | 65% | 20% | 80% |
| Traba en la iniciativa privada | 234 | 84% | 16% | 64% | 36% | 22% | 78% | 18% | 82% |

De la primera tabla sobre las ocupaciones, cabe destacar en materia de participación electoral, que las personas que presentan mayor comportamiento asociado a la independencia financiera, como es ser empresario y el autoempleo, son individuos con intención alta de ejercer el voto.

En materia de alternancia electoral, las ocupaciones que destacan de manera significativa por afectar a la alternancia electoral son: los jubilados y servidores públicos.

En lo que concierne a la categoría de *redes sociales y actos de cooperación* cabe destacar que las amas de casa, jubilados y personas de autoempleo presentan los niveles más bajos de pertenencia a comunidad o asociación. A su vez, son las tres categorías que presentan los niveles más bajos de actos altruismos.

Por ende, se puede aseverar una vez más que si existe una relación positiva entre los actos de colaboración dentro de una comunidad (altruismo) y la pertenencia a una comunidad. Tal y como lo plantea Robert Putnam en “Bowling alone” (2000)

## *Capital social y variables dependientes.*

| **Total** | 676 | **Voto_2018** | % | **Cambio** | % | **Poder >3** | % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Medios | 568 (84%) | 498 | 88% | 496 | 87% | 285 | 50% |
| Voto 2015 | 435 (64%) | 406 | 93% | 380 | 87% | 220 | 51% |
| Altruismo | 173 (26%) | 153 | 88% | 151 | 87% | 96 | 55% |
| Comunidad | 115 (17%) | 107 | 93% | 100 | 87% | 70 | 61% |

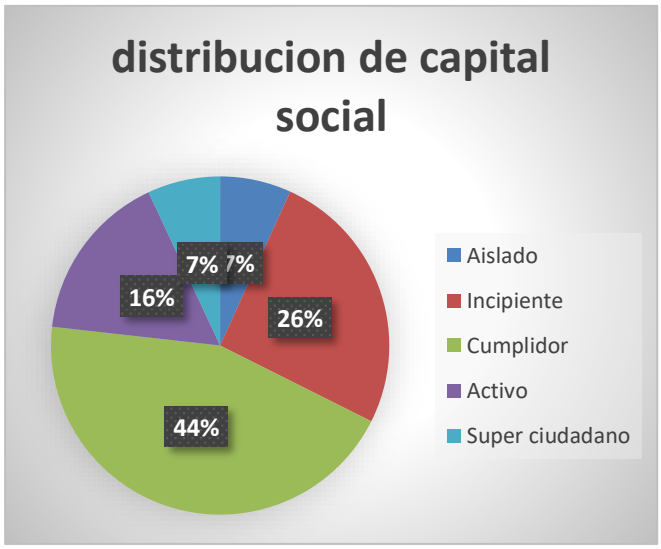
En la presente tabla se aprecia cuatro columnas. De izquierda a derecha se explica su contenido de la siguiente manera. La primera columna con el título de total se presenta

la cantidad de la muestra (676) y el porcentaje de ciudadanos declaran haber realizado o practicado de manera periódica dicha actividad, cada una por separado.

Cabe destacar que, en esta estadística descriptiva, el voto 2015 tiene un impacto sobresaliente sobre la intención del voto en 2018. Además, dentro de las personas que pertenecen a una comunidad, es un porcentaje mayor las que manifiestan sentirse empoderados de manera significativa (mayor a 3) en comparación con las otras variables del capital social.

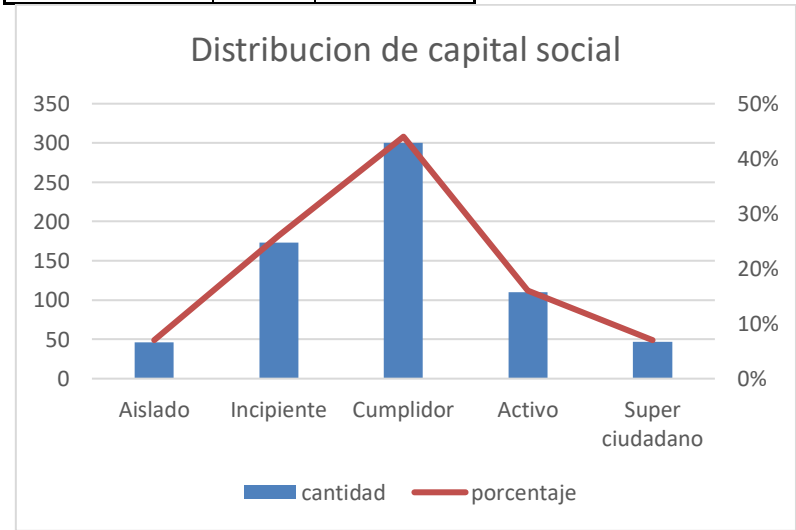
Distribución del capital social en los diferentes tipos de ciudadanos.

Como se desarrolló en el capítulo del capital social dentro del marco teórico, se propuso crear un índice con escala de 0 a 4 (medición de razón)[9]. Dicha escala estimaría la intensidad con la que el individuo se mantiene informado, participa, vota y colabora dentro de su sociedad. Por cada variable que tenga el individuo de las cuatro del capital social, corresponde a un punto en la clasificación.




La distribución de la intensidad de capital social según la escala de medición de razón se expresa de la siguiente manera:

| Categoría | Índice | cantidad |
|---|---|---|
| Aislado | 0 | 46 |
| Incipiente | 1 | 173 |
| Cumplidor | 2 | 300 |
| Activo | 3 | 110 |
| Super ciudadano | 4 | 47 |
| Total | | 676 |




[9] Consultar la referencia de tipos de datos, en el apartado del instrumento de investigación.

Con los datos arrojados por los gráficos anteriores se puede verificar que la distribución de capital social en la población del distrito 9 local de Jalisco es de tipo *Normal*, por lo cual es conveniente someterla a análisis estadístico.

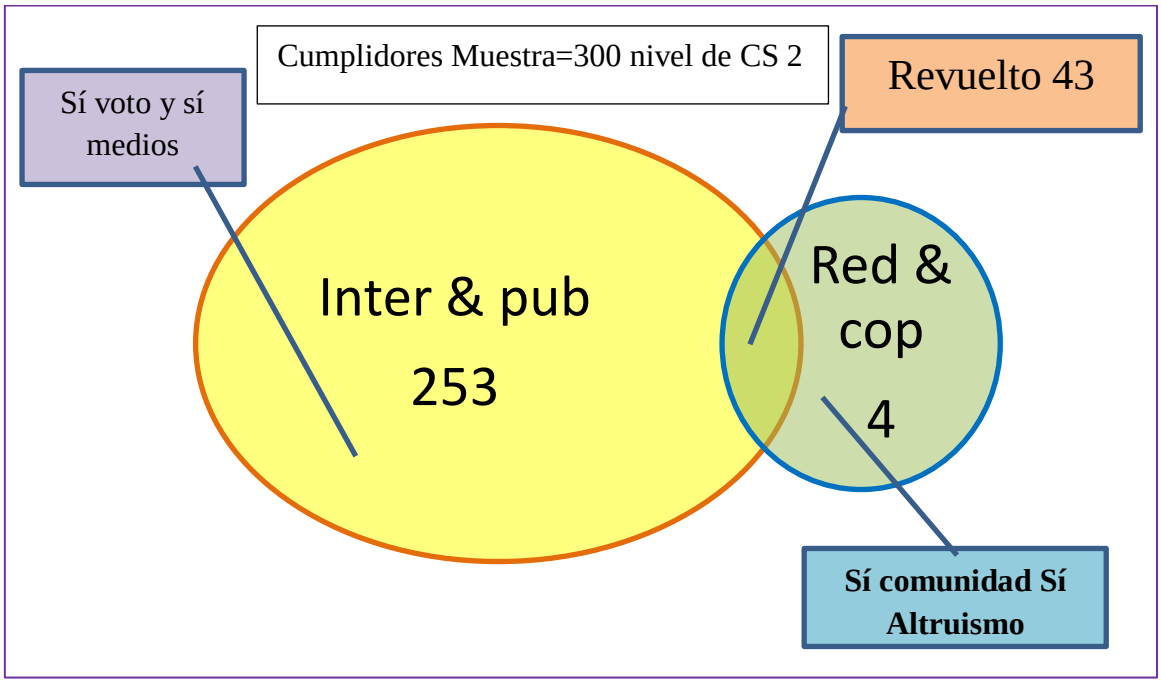
Para poder comprender el comportamiento del ciudadano, se propone clasificarlo según su nivel de capital social de la siguiente manera:

Es conveniente no perder de vista las cuatro variables de capital social (voto 2015, consulta medios comunicación, pertenencia a comunidad y practicar altruismo)

- Aislado: ciudadano que manifiesta no practicar ninguna de las variables de capital social.
- Incipiente: Ciudadano que practica solo una variable de capital social.
- Cumplidor: Ciudadano que practica dos variables de capital social.
- Activo: Ciudadano que practica 3 variables de capital social, con un interés cívico considerable.
- Super ciudadano: Ciudadano que practica todas las variables del capital social, con el mayor interés cívico posible.

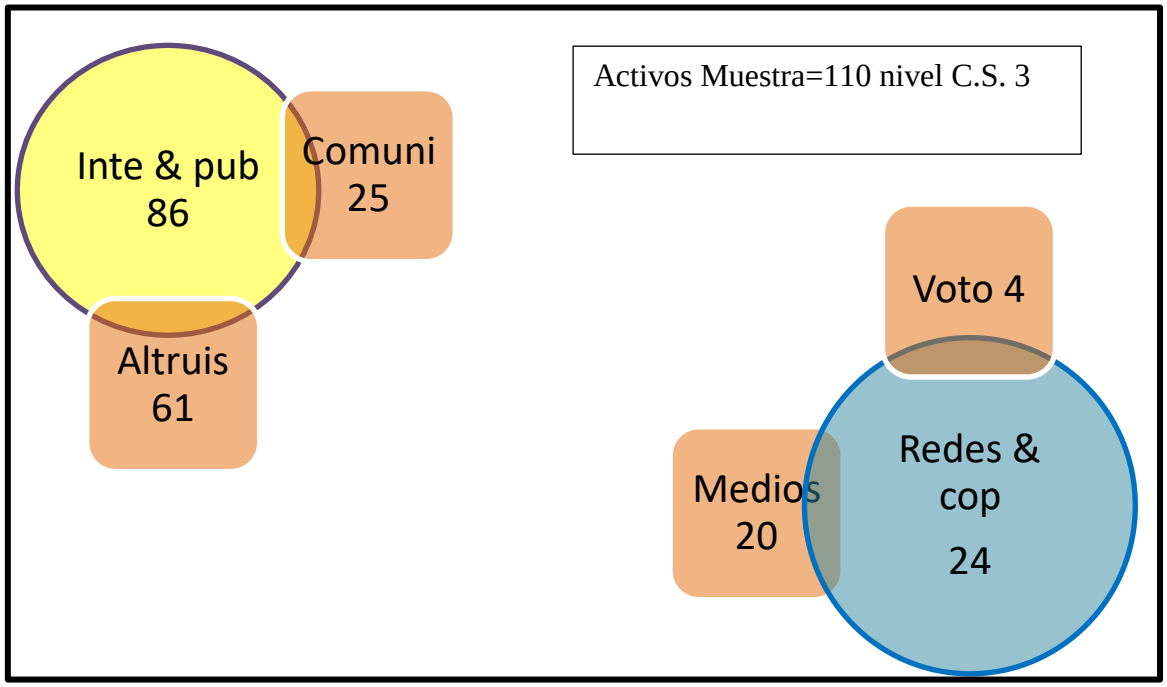
Sin embargo, al analizar a detalle la distribución del capital social dentro de la categoría "cumplidor" y "activo" se encuentra información significativa que sugiere que un porcentaje superior al 36 % de la muestra total en este distrito, presenta una conducta de ser electores solitarios participativos.

De las personas que presentan un capital social nivel 2, se dividirán en las dos categorías *interés en asuntos públicos* (voto 2015 y consulta de medios) y *redes sociales y actos de cooperación* (pertenencia a comunidad y altruismo).



Esta gráfica presenta la muestra de 300 personas que pertenecen a la categoría de cumplidores. Ciudadanos que tiene un nivel 2 de capital social. Es interesante destacar que el 253 de ellos sólo consultan los medios de comunicación y votaron en la elección de 2015, pero no pertenecen a ninguna comunidad ni cooperan con parte de su tiempo con su comunidad. 253 representa el 84 % de la categoría 2 y el 37 % de la muestra total del estudio (676).

Es decir, son personas solitarias pero que no son indiferentes para actuar en relación a los eventos que acontecen a su alrededor. Es importante destacarlo, porque la tendencia de las personas que votan a no cooperar ni asociarse con su comunidad se mantiene incluso en el siguiente nivel de capital social.




Como se puede observar, de los 110 ciudadanos que conforman la categoría de ciudadanos activos, 86 ciudadanos votan y consultan los medios de comunicación (interés en asuntos públicos). Esta cantidad representa el 78 %, es decir solo 6 % menos que en la categoría 2.

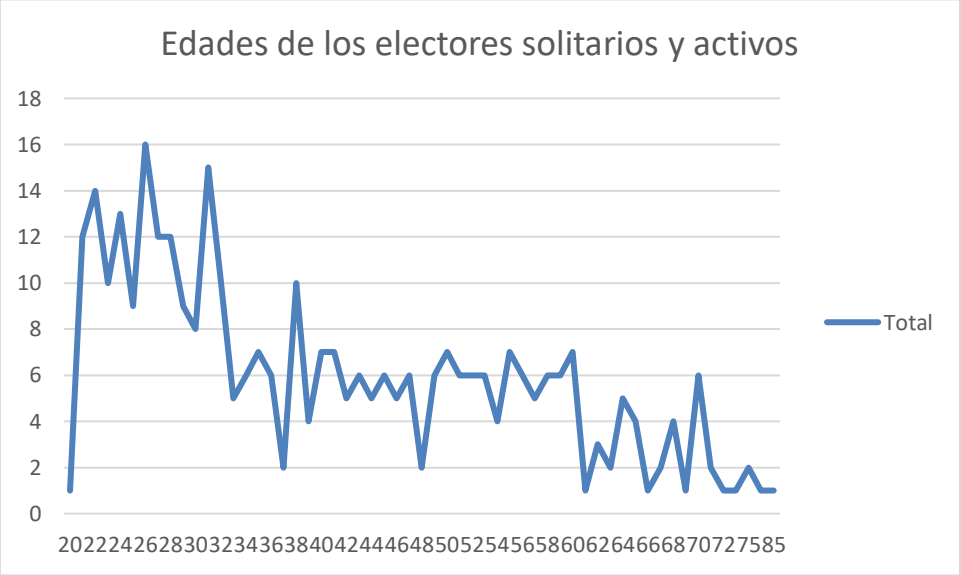
Los datos anteriores dejan por evidente una posible tendencia dentro del elector mexicano a estar informados y ejercer el voto, pero a involucrarse y actuar poco en su comunidad. Al sumar los 253 electores de la categoría 2 y 86 electores de la categoría 3 nos arroja el resultado de 339 electores.

Estos 339 electores los define la práctica de la categoría de *interés en asuntos públicos* (voto 2015 y medios de comunicación) y solo a una pequeña parte de este conjunto algo de altruismos o pertenencia de comunidad. Estos 339 corresponden al 50.14 % del padrón electoral.

Sería conveniente, para investigaciones futuras, analizar el origen de este fenómeno de comportamiento dentro del elector mexicano y averiguar si tiene algún efecto sobre la preferencia electoral.

Algunos autores, como Jorge Castañeda, fueron citados en el marco teórico, resaltando el poco interés del mexicano por asociarse entre sus pares, argumento que coincide con la información recaba por esta investigación. También lo señalaba Octavio Paz en su libro *Laberinto de la soledad (1999)* en el cual menciona que los mexicanos procuramos la soledad.

Por último, es conveniente analizar, de esta cantidad de 339 electores conformada por los ciudadanos *cumplidores y activos* está integrada de manera importante por jóvenes. En futuras investigaciones sería conveniente analizar si efectivamente los jóvenes en el distrito 9 comparten alguna conducta de aislamiento pronunciada. Conducta que puede ser descrita como que hay una cantidad importante de jóvenes electores en Jalisco que si votan y también se informan, pero poco se asocian y cooperan con otros vecinos.




- El eje vertical es la frecuencia y el eje horizontal la edad.

## Respuesta a las hipótesis de investigación.

A continuación, se dará respuesta a cada una de las tres hipótesis planteadas al principio de esta investigación. Esto será posible a través de interpretación de los resultados de cada modelo logit o de regresión lineal, según corresponda.

### Respuesta a primera hipótesis de investigación.

En este modelo de investigación se analizará el efecto del capital social sobre la intención del individuo para votar en las elecciones presidenciales del 2018. Además de contrastar con las otras variables para enriquecer su análisis. Es necesario retomar la hipótesis de este modelo.

**Hipótesis Primera**: La construcción de capital social es un requisito indispensable para generar una mayor probabilidad de participación de los ciudadanos en los procesos electorales constitucionales.

Se procesaron todas las variables del primer modelo de investigación a través de un modelo logit. Se precisó dicho modelo, con la herramienta stepwise y una restricción de solo incluir variables con un nivel de significancia superior a .25.

Con esta restricción, de manera automática se revisarían todas las opciones posibles entre las variables y así se incluiría únicamente la mejor combinación posible de variables, en función de que tuvieran la mayor significancia superior a .25.

Se realizaron tres corridas diferentes para explicar la variable voto 2018: Primera; con la variable de capital social completa (4 variables). Segunda; con la variable de capital social compuesta por dos subcategorías ya explicadas, interés en asuntos públicos y redes sociales y actos de cooperación, cada una integrada por dos variables. Tercera; con las cuatro variables de capital social incluidas en el modelo de manera individual y como variables independientes.

Se decidió probar las variables por separado, debido a que como es evidente en las gráficas anteriores que más del 50 %, la mitad de la muestra de los electores tienden a ser solitarios, bien informados, jóvenes en su mayoría y practican poco altruismo o pertenencia a alguna comunidad.

A continuación, se explica cada una de las tres tablas.

*Tabla primera: capital social y voto 2018.*

| variable | dy/dx | Std. Err. | z | P>\|z\| | [ | 95% C.I. | ] | X |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Impor_~r | .0675223 | .00953 | 7.08 | 0.000 | | .048838 | .086206 | 4.32692 |
| Cap_So~l | .0314976 | .01118 | 2.82 | 0.005 | | .009586 | .053409 | 1.90828 |
| Edad | .0016269 | .00078 | 2.08 | 0.037 | | .000097 | .003157 | 36.1953 |
| Educa | .0201987 | .01093 | 1.85 | 0.065 | | -.001232 | .041629 | 2.86834 |

La columna dy/dx significa el efecto en términos de probabilidad, o también denominados como marginales, de las variables independientes en relación a la variable dependiente *voto en la elección presidencial de 2018*. Las columnas tres y cuatro de izquierda a derecha, encabezada por el titular P> \ Z\ y Z significa el nivel de significancia de la variable con relación al fenómeno de estudio.

Con base en lo anterior, se estima un posible efecto de la variable "importancia del voto" del 6.7 % de probabilidades para de incentivar el voto.

La variable del capital social (4 variables) tiene un efecto del 3.14 % positivo de probabilidad, para que un individuo vote en las elecciones de 2018.

*Tabla segunda: Separado capital social, en Interés en asuntos públicos y redes cooperación.*

| variable | dy/dx | Std. Err. | z | P>\|z\| | [ | 95% C.I. | ] | X |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Impor_~r | .0657295 | .00938 | 7.01 | 0.000 | .047339 | .08412 | | 4.32692 |
| Inter_~b | .0545895 | .01458 | 3.74 | 0.000 | .026016 | .083163 | | 1.48225 |
| Educa | .0199414 | .01061 | 1.88 | 0.060 | -.00086 | .040743 | | 2.86834 |
| Edad | .0012637 | .00077 | 1.64 | 0.100 | -.000243 | .002771 | | 36.1953 |

Corrido el modelo logit con la variable de capital social separada en dos variables y categorías, se encontró que el efecto es ligeramente diferente. Esto debido que solo la variable de interés en asuntos públicos resulto ser más significativa al momento que explicar la intención del ciudadano por ejercer el voto, por el contrario, la variable de redes y cooperación quedo descartada.

Además, la variable de interés en asuntos públicos creció en poder explicativo y por lo tanto en su efecto sobre la variable dependiente Voto_2018 Creció de 3.14 % a 5.45 % de probabilidad para predecir el voto.

Este cambio significa que la pertenencia a una comunidad y realizar actividades altruistas (redes sociales y actos de cooperación), al menos en el distrito 9, no tiene significancia para explicar de manera consistente la intensión del individuo al votar en la elección del 2018. Al separar ambas categorías creció el nivel se significancia de interés en asuntos públicos.

El efecto del nivel educativo sobre la intención del voto es muy pequeño de apenas 1 %. Mucho menor en comparación con las variables significativas del capital social.

*Voto 2018 con las variables "voto 2015 & pertenencia a comunidad"*

| variable | dy/dx | Std. Err. | z | P>\|z\| | [ | 95% C.I. | ] | X |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Impor_~r | .0571323 | .00956 | 5.97 | 0.000 | .038386 | .075879 | | 4.31926 |
| Vot~2015* | .162023 | .03809 | 4.25 | 0.000 | .087371 | .236675 | | .733108 |
| Sex_Num* | -.0350126 | .01944 | -1.80 | 0.072 | -.073111 | .003085 | | .505068 |
| Pert_com* | .0342914 | .02041 | 1.68 | 0.093 | -.005709 | .074291 | | .173986 |
| Rep_pr~x | .0098543 | .00831 | 1.19 | 0.236 | -.006429 | .026138 | | 2.04223 |

En la tabla anterior analizamos por separada el efecto de las 4 variables del capital social (medios de comunicación, voto 2015, pertenencia, comunidad, altruismo). Con base a lo anterior se pueden observar los siguientes efectos:

- La variable de mayor significancia y de mayor efecto sobre la intención del voto es la variable "voto_2015" con un efecto del 16.20 % en términos de probabilidades sobre la intensión de votar en las elecciones presidenciales 2018.
- El efecto de la variable de importancia del voto se mantuvo de manera consistente.
- Pertenencia a la comunidad de manera individual si tiene un efecto sobre la intención del voto 2018. Es decir, las personas que pertenecen a alguna comunidad en Guadalajara tienen un 3.42 % de probabilidad mayor de ejercer el voto en la elección del 2018.
- El ser del género masculino tiene un efecto del 3.5 % menor de probabilidad de ejercer el voto en la elección presidencial 2018. Es decir, se muestran un poco más apáticos los hombres que las mujeres para votar.

*Resumen del modelo:*

La variable voto 2015 resultó ser la más significativa de todo el modelo. Por ende, los electores que han ya participado en procesos electorales son los más propensos a votar de nuevo. Pertenecer a una comunidad también tiene un efecto positivo sobre la intención de votar, pero no tan significativa.

En lo que respecta a el distrito 9, el nivel de pertenencia a una comunidad es la variable, de todas las del capital social, con menor participación pues es tan solo 115 ciudadanos o sea. el 17 % pertenecen a alguna. Esto no quiere decir que se descarte esta variable para explicar la participación electoral de manera más significativa en el futuro o que tenga poco impacto. Significa que dada *nuestra soledad* como dice Octavio paz, en los electores del distrito 9 no es tan consistente debido a su poca presencia en el distrito.

El INE ha acertado cuando dirige sus esfuerzos para convencer a los ciudadanos de que su participación es importante, debido a que esta variable es muy significativa y consistente. Aunque, en algún momento, el efecto de algunas de las variables de la categoría del capital social voto 2015 y pertenencia a comunidad superaron al efecto de la variable de importancia del voto, aun así, la variable de importancia demostró ser muy consistente en un modelo logit.

Por último, con base en el modelo logit y sus resultados, se puede concluir que efectivamente el capital social es importante para generar una mayor probabilidad de que un ciudadano ejerza su voto. Sin embargo, en calidad de indispensable son las variables de voto 2015 y pertenencia a comunidad en conjunto podrían implicar casi un 20 % de probabilidad de pronosticar el voto de un ciudadano en el distrito 9 local.

## Respuesta a la segunda hipótesis.

A continuación, se presentarán los resultados que arrojó el modelo 2 logit con la variable dependiente de alternancia electoral para la elección presidencial 2018.

Se presentan dos tablas. La primera tabla que tiene por título "Capital social & alternancia electoral"; resuelve la segunda hipótesis del trabajo de investigación. La segunda tabla que tiene por título "A quién Sí le importa votar" es un modelo logit pero únicamente con los ciudadanos que manifestaron interés por votar. Se tomó en cuenta únicamente a los ciudadanos que en escala Likert (1 a 5) manifestaron su interés por votar mayor a 2. Por lo tanto, todos los que contestaron a esa pregunta 1 o 2 fueron descartados.

### *Primera tabla: capital social & alternancia electoral*

Antes de presentar la tabla siguiente, es conveniente retomar la segunda hipótesis de capital social.

**Hipótesis Segunda:** El capital social impacta la percepción del individuo que tiene la intención de votar, de tal manera que tiende a estar menos satisfecho y, por lo tanto, tiende a tener una mayor probabilidad de votar por la alternancia electoral en las elecciones para presidente de México del 2018.

Es importante aclarar que, en el análisis de datos, se recorrieron todas las variables de capital social de manera independiente y en conjunto. Se obtuvieron los siguientes resultados:

| variable | dy/dx | Std. Err. | z | P>\|z\| | [ 95% C.I. | ] | X |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Apru_p~s | -.0333019 | .01144 | -2.91 | 0.004 | -.055715 | -.010889 | 1.7929 |
| Educa | .0295063 | .01037 | 2.84 | 0.004 | .009174 | .049839 | 2.86834 |
| Apru_eco | -.0300663 | .01165 | -2.58 | 0.010 | -.052896 | -.007237 | 1.81805 |

La tabla anterior presenta las variables que resultaron ser significativas al menos a un nivel de .25. Sustentándose en esta información es posible dar respuesta a la segunda hipótesis. El capital social y ninguna de sus variables resultaron ser significativas para

explicar la intención del individuo para buscar la alternancia electoral, por lo cual está clara la respuesta de la hipótesis 2: el capital social no afecta la alternancia.

A continuación, daremos respuesta al segundo modelo de investigación y los posibles efectos de sus variables en la alternancia electoral.

En lo que respecta al segundo modelo de la *alternancia electoral* se encontraron tres variables significativas: la aprobación del desempeño del presidente en turno, la aprobación del desempeño económico y el nivel educativo del individuo.

Aprobación del desempeño del presidente en turno: es una relación inversamente proporcional entre esta variable y la alternancia electoral. Tiene un efecto del -3.33 % sobre la intención de un individuo de votar de nuevo por el partido del presidente en turno. Es decir, entre mayor sea la aprobación de la gestión del presidente en turno, menor será la probabilidad que alguien vote por lo alternancia electoral, pudiendo tener un efecto de hasta el 3.33 %.

Aprobación del desempeño económico del gobierno en turno: Es una relación inversamente proporcional entre esta variable y la alternancia electoral, tiene un efecto del -3.00 % sobre la intención de un individuo para votar de nuevo por el partido del presidente en turno.

Nivel educativo: a pesar de no estar contemplado en este modelo, el nivel educativo tiene una relación proporcional directa con la intención del individuo por votar por la alternancia electoral. El nivel educativo tiene un efecto de 2.99 % probabilidad de que un individuo vote por otro partido político diferente al actual en él poder. Cabe señalar que ese efecto es prácticamente igual que la aprobación del desempeño económico, es decir, muy representativo.

A continuación, se presenta la siguiente tabla titulada *A quién Sí le importa votar* con la restricción de incluir únicamente a las personas que en la *pregunta qué tan importante es para Ud votar*, respondieron un valor mayor a 2. Se eliminaron 81 observaciones para quedar con una muestra de 595 ciudadanos.

| variable | dy/dx | Std. Err. | z | P>\|z\| | [ 95% C.I. | ] | X |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Apru_p~s | -.0402548 | .01171 | -3.44 | 0.001 | -.063209 | -.017301 | 1.81008 |
| Educa | .0324291 | .01049 | 3.09 | 0.002 | .011872 | .052986 | 2.94286 |
| Apru_eco | -.0217908 | .01203 | -1.81 | 0.070 | -.045364 | .001783 | 1.83697 |
| Prop_c~d | .0213807 | .01224 | 1.75 | 0.081 | -.002605 | .045366 | 4.63361 |

Con la tabla anterior, que incluye sólo a las personas que sí les importa votar (voto>2) se puede dar respuesta a la premisa 4 descrita en el segundo modelo. Se retoma a continuación:

Premisa 4: Los consumidores (electores) que le asignan más importancia a una decisión de compra (voto) se comportan diferente.

Efectivamente, los electores que consideran importante votar, probablemente se comporten de manera diferente, debido a que en términos estadísticos tienen una opinión distinta.

Como ya se citó en el marco teórico de este trabajo, intención es un medio para pronosticar el comportamiento del individuo. Por lo cual el elector, al que sí le importa votar, manifiesta una intensión diferente, en términos estadísticos, con los electores (consumidores) que no les importa tanto votar (voto<3), por lo tanto, se puede aseverar que muy probablemente se comportan de manera distinta. Lo anterior en concordancia a lo propuesto por Hoyer en su modelo de conducta del consumidor (también en el marco teórico)

La tabla muestra la evidencia de la aseveración anterior. Los ciudadanos a los que sí les importa votar (595) resultaron ser significativos en la variable de *propuestas del candidato,* con un efecto del 2.13 por ciento. La cual en el modelo anterior no arrojó un resultado relevante.

Esta variable compone la evidencia de que el individuo al que sí le importa votar tiene la intención de informarse sobre las propuestas del candidato y por consiguiente podemos inferir que considera elementos diferentes al momento de elegir por quién votar, por lo tanto, se comporta distinto.

Debido a ello se puede afirmar la premisa 4 de este trabajo de investigación en concordancia al postulado de Hoyer (2010).

**Efectos estadísticos**: cabe señalar que, en comparación con la tabla anterior de la alternancia electoral, la variable de nivel educativo incrementó su efecto sobre la alternancia electoral, creció medio por ciento.

La variable *aprobación de desempeño económico* perdió efecto dentro de este grupo, pues de un 3.00 % se redujo a 2.21, es decir, perdió casi un cuarto de su efecto.

Con respecto a la particularidad mencionada en la página 43 del segundo modelo de investigación se encontró que aplicar el modelo logit con la población total y descartando a las personas que manifiestan no votar en las elecciones de 2018, las mismas variables se mantienen y los efectos no cambian de manera significativa.

*Resumen del segundo modelo de investigación:*

Los datos expuestos del segundo modelo permiten realizar las siguientes aseveraciones.

1. La aprobación del desempeño del presidente y la aprobación del desempeño en materia económica del gobierno federal en turno, ambas, son variables que explican la alternancia electoral en el distrito 9, así como las utilizó Ernesto Pérez (2015) en su trabajo.

2. Las personas a las que les importa votar, efectivamente, se comportan distinto a las que son indiferentes. Su comportamiento se destaca, parcialmente, por buscar información sobre las propuestas de los candidatos y tomarlo en cuenta al momento de decidir el voto. En concordancia a el modelo de conducta del consumidor de Hoyer.
3. Se descubrió que el nivel educativo es una variable significativa para explicar la intención del individuo al votar por la alternancia electoral. Tan cierto es, que tiene un efecto del 2.99 % o hasta 3.20 % en los electores para explicar la alternancia electoral.

Es interesante el efecto del nivel educativo de los ciudadanos. En un principio se propuso en el marco teórico que la variable de consulta de medios de comunicación estaría relacionada con la generación de expectativas en los electores y por consecuencia tendría una relación son su satisfacción y la intención de votar por la alternancia electoral.

Sin embargo, la variable de medios de comunicación no resultó tener significancia sobre la preferencia electoral (alternancia) ni siquiera entre los electores para los que votar es una actividad relevante (ciudadanos exigentes).

Por el contrario, el nivel educativo sí mantiene un efecto sobre la alternancia electoral, en el común de la población y también en el grupo de *a quien si le importa votar* (importancia votar >2).

Esta información sugiere la siguiente premisa: el nivel educativo es responsable y afecta las expectativas de los ciudadano en relación con el desempeño del gobierno. lo que en un principio se planteó para los medios de comunicación y que resulto no ser real.

La premisa anterior concuerda con la idea que planteo Martínez de la roca en su libro *Estado, educación y hegemonía de México* (2010) donde propone que el estado y particularmente los grupos políticos en el poder moldean la opinión de los gobernados a través de la educación, pues “Adecuar la conciencia y la manera de pensar de los individuos al interés de los dominadores, es la base del funcionamiento del estado” (p,14).

A continuación, se desarrolla el tercer y último modelo de investigación.

## Respuesta a la tercera hipótesis:

En este modelo se analiza el efecto del capital social sobre un fenómeno individual (empoderamiento ciudadano) a diferencia de los dos anteriores fenómenos colectivos (participación y alternancia electoral).

Se utilizó en un modelo de regresión lineal para estimar el efecto de la variable *capital social* sobre la percepción del individuo con relación al empoderamiento ciudadano.

Las variables utilizadas fueron:

1. Capital social,
2. Nivel educativo
3. Ingreso

Es conveniente retomar la hipótesis del tercer modelo:

**Hipótesis tercera:** El capital social de un ciudadano y la percepción de su capacidad de poder hacer algo por su país, tiene una relación positiva. De tal manera que entre mayor sea su capital social, mayor será la percepción del ciudadano sobre el poder que tiene de hacer algo por su país.

Al analizar los datos se encontró que los ciudadanos que respondieron a esa pregunta fueron solo el 60 % de la muestra aproximadamente. Es probable que sea por falta de información o por que tiene poco efecto, lo cierto es que el efecto del nivel de ingreso es muy ligero para conservarse dentro de la regresión lineal, por lo cual se retiró de este modelo.

Además, se encontró que las variables de capital social en lo individual tuvieron mayor efecto sobre la variable dependiente de *yo tengo el poder de hacer algo por mi país* que ser conservadas dentro del indicador de capital social.

```
.  stepwise, pe(.25): reg Yo_poder Edad Sex_Num Educa Pert_com Medio_com
                      begin with empty model
p = 0.0000 <  0.2500  adding  Educa
p = 0.0031 <  0.2500  adding  Sex_Num
p = 0.0082 <  0.2500  adding  Medio_com
p = 0.0643 <  0.2500  adding  Pert_com

      Source |       SS           df       MS      Number of obs   =       676
-------------+----------------------------------   F(4, 671)       =     10.80
       Model |  89.7155678         4  22.4288919   Prob > F        =    0.0000
    Residual |  1393.92349       671  2.07738224   R-squared       =    0.0605
-------------+----------------------------------   Adj R-squared   =    0.0549
       Total |  1483.63905       675  2.19798378   Root MSE        =    1.4413

------------------------------------------------------------------------------
    Yo_poder |      Coef.   Std. Err.      t    P>|t|     [95% Conf. Interval]
-------------+----------------------------------------------------------------
       Educa |   .2238269   .0528695     4.23   0.000     .1200174    .3276364
     Sex_Num |   .3081527   .1115365     2.76   0.006     .0891501    .5271552
   Medio_com |   .3908193   .1520214     2.57   0.010     .0923245    .6893142
    Pert_com |   .2788809   .1504707     1.85   0.064    -.0165691     .574331
       _cons |   2.127816   .2032217    10.47   0.000     1.728789    2.526843
------------------------------------------------------------------------------
```

Correlaciones parciales:

| Variable | Partial Corr. | Semipartial Corr. | Partial Corr.^2 | Semipartial Corr.^2 | Significance Value |
|---|---|---|---|---|---|
| Educa | 0.1661 | 0.1627 | 0.0276 | 0.0265 | 0.0001 |
| Medio_com | 0.1036 | 0.1006 | 0.0107 | 0.0101 | 0.0120 |
| Pert_com | 0.0800 | 0.0776 | 0.0064 | 0.0060 | 0.0526 |
| Voto_2015 | -0.0061 | -0.0059 | 0.0000 | 0.0000 | 0.8824 |
| Altru | -0.0168 | -0.0162 | 0.0003 | 0.0003 | 0.6847 |
| Sex_Num | 0.1021 | 0.0991 | 0.0104 | 0.0098 | 0.0134 |

Con base en las tablas anteriores se puede aseverar lo siguiente:

1. Las variables del *capital social*, como "consulta de medios de comunicación" y "pertenencia en conjunto tienen el mayor efecto sobre la variable dependiente <u>percepción del empoderamiento ciudadano.</u> Por lo cual se puede afirmar que si, efectivamente, el capital social tiene un efecto positivo sobre la percepción del empoderamiento ciudadano (fenómeno individual) en este caso con dos coeficientes de .39 y .27 respectivamente. Una correlación de .1836 como suma de ambas, esto significa que estas variables puedes explicar hasta 18 de cada 100 casos.
2. El *nivel educativo* tiene un efecto positivo sobre la percepción del empoderamiento ciudadano que tiene el individuo de sí mismo. Se llega a esta conclusión a partir del coeficiente positivo de .22. Además de una correlación de .16, es decir que el nivel educativo podría explicar hasta 16 casos de cada 100.
3. Los *hombres* se sienten más empoderados. De las variables demográficas sorprende el efecto de la variable demográfica del género. Ser hombre en el distrito nueve es una condición que tiene un efecto de .30 sobre la percepción de empoderamiento ciudadano. La condición de ser hombre y la percepción del empoderamiento

ciudadano tiene una correlación de .1021, es decir podría explicar 10 de cada 100 casos.

| | Escala percepción de poder | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Genero | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Total |
| Mujer | 70 | 57 | 64 | 57 | 92 | 340 |
| Hombre | 51 | 39 | 67 | 59 | 120 | 336 |
| **Total x área** | **121** | **96** | **131** | **116** | **212** | **676** |

La tabla anterior presenta la distribución de ciudadanos por género y su respuesta para la pregunta sobre si tienen el poder de hacer algo por su país. Son prácticamente iguales la cantidad en el total de muestras entre hombres y mujeres.

Como se puede constatar, en las casillas de 1 y 2 que son valores bajos, el género femenino contestó con mayor respuesta. En la medida que aumenta la escala, también crece el número de hombres y superan el número de mujeres. En la última casilla 5 la diferencia es casi de un 25 % más. Esto explica por qué en la regresión lineal la variable de ser hombre resultó ser significativa.

*Resumen del tercer modelo de investigación.*

Basándose en la tabla anterior, se pueden aseverar los siguientes postulados:

El nivel educativo tiene un efecto positivo y muy significativo sobre la percepción que tiene el individuo de sí mismo, en relación con su capacidad de hacer algo por su país.

El capital social tiene un efecto positivo y muy significativo sobre la percepción que tiene el individuo de sí mismo, en relación con su capacidad de hacer algo por su país. Comparado con el nivel educativo, el capital social tiene un efecto ligeramente mayor sobre el empoderamiento ciudadano.

Los hombres presentan una percepción mayor de empoderamiento de manera significativa, al menos en la población del distrito 9 de Jalisco.

Para concluir este capítulo es conveniente puntualizar que, al hablar de la percepción del individuo, el fenómeno de estudio es únicamente la opinión que tiene el ciudadano de sí mismo, independientemente de si en la realidad esto acontece. Queda por sentado que el capital social y el nivel educativo tienen un efecto muy significativo sobre la percepción del empoderamiento ciudadano.

## Conclusiones.

Las conclusiones del presente trabajo están divididas en tres áreas: **Hechos,** las ideas que se pueden afirmar a partir de la información de la presente investigación. **Conjeturas**; algunas inferencias construidas a partir de los hallazgos de la investigación**. Investigación**; algunas ideas que se consideran pertinentes para futuras investigaciones.

### *Hechos.*

Podemos afirmar que el capital social tiene un efecto en términos de probabilidad sobre la participación electoral de manera consistente, puede ser como indicador (suma de las 4 variables) o también con las variables que integran este concepto de manera independiente. Las variables de capital social que resultaron con mayor efecto son el voto 2015 y la pertenencia a una comunidad.

Se descartó por completo la posibilidad de que el capital social esté relacionado de alguna manera con la intensión de individuo de votar por la alternancia electoral.

339 ciudadanos que corresponden a el 50.14 % de la muestra, son personas que declararon que votaron en 2015 y desean votar en 2018. Son electores que se distinguen por ser solitarios y participativos electoralmente. Por el contrario, participan de manera muy incipiente en su comunidad. Llama la atención que este sector se integra de manera mayoritaria por jóvenes de 35 años o menos.

Un hallazgo interesante es que el nivel educativo del ciudadano no tiene efecto, en términos de probabilidad, para incentivarlo a votar. Sin embargo, el nivel educativo si tiene impactos significativos en la intención del individuo para votar por la alternancia electoral y también sobre la percepción de sí mismo para poder hacer algo por su país.

Que a un ciudadano le importe votar tiene poco efecto sobre el fenómeno de la alternancia electoral. Sin embargo, el ciudadano al que le importa votar se comporta diferente al resto, debido a que tiene la intención de tomar una decisión informada (Hoyer 2010, p.36), evidencia de esto es que para este sector la variable *propuestas del candidato* si resultó ser significativa para determinar el voto por la alternancia electoral.

Para describir el fenómeno de la alternancia electoral las variables de aprobación del presidente y desempeño económico del gobierno, resultaron significativas. De manera inesperada el nivel educativo también resultó ser significativo con un efecto igual de intención como la aprobación económica.

El género femenino se percibe menos capaz de poder hacer algo por su país, en comparación con el género masculino. La diferencia si es significativa.

### *Conjeturas.*

En relación con incentivar el voto, es acertada la estrategia del INE en destacar la importancia del mismo, debido a que es una de las variables más consistentes para

explicar la intención de votar. Sin embargo, esta variable no supera la significancia de las variables del capital social.

Por lo anterior se reitera la condición indispensable de fomentar el capital social para incentivar la participación electoral.

Las personas con bajos niveles de estudio tienden a tener menores expectativas sobre el desempeño del gobierno. Las personas con niveles educativos bajos se sienten menos capaces de hacer algo por su país. En definitiva, la educación determina en gran medida la calidad de ciudadanía en el país.

La idea anterior concuerda con la propuesta por Martínez de la roca donde postula que la educación es una herramienta de control por parte del estado. Debido a que a través de la educación, los grupos de poder político podrían influir en la preferencia electoral de los ciudadanos.

Los electores en el distrito 9 tienden a ser solitarios y activos electoralmente, esto concuerda con la literatura de Octavio paz y Jorge Castañeda. Al parecer los jóvenes integran de manera mayoritaria esta categoría.

### *Futuras investigaciones.*

Con base en las conclusiones se sugiere para futuras investigaciones las siguientes premisas de investigación:

- **Conservar al elector:** De todas las variables el capital social, la del voto 2015 es la más significativa para pronosticar el voto en 2018. Es decir, es más probable que alguien que ya votó lo vuelva a hacer. Esto coincide con un criterio de marketing para conservar al cliente. Con base en lo anterior es conveniente analizar cuáles son las expectativas de las personas que ya votan para incentivar que vuelvan a votar (recompra).
- **Elector solitario y participativo:** con base en la distribución del capital social, es una parte muy importante de los electores que se encuentran aislados de una comunidad y no cooperan con ella. Este fenómeno se asocia a consecuencias negativas en términos económicos y democráticos dentro de una sociedad. Por lo cual se siguiere investigar su posible origen y probables consecuencias.
- **Mujeres sin poder:** El 37 % de las mujeres opinaron que poco o nada pueden hacer por su país. Este porcentaje es 10 % mayor en comparación con los hombres. Para poder ejercer la participación ciudadana se debes estar consciente de que se tiene la capacidad. Por lo cual es pertinente investigar el origen de esta diferencia en percepciones.

# Apéndices

## *Cuestionario.*

El presente formulario es parte del trabajo de investigación del estudiante Francisco Javier Armenta Araiza con código 206708803 para ser acreedor al grado de Maestro. Este trabajo de investigación es sobre la actitud de los ciudadanos de Guadalajara hacia la alternancia electoral para presidente de México en las elecciones de 2018.

**Sección 1: Datos demográficos**

Favor de marcar con una X el recuadro o punto que corresponda a la respuesta correcta

1) ¿Cuál es tu edad? _____
2) ¿Cuál es tu sexo? Hombre ● Mujer ● Otro ●

3) ¿Cuál es tu nivel de estudios?

| | | | |
|---|---|---|---|
| Primaria | | Licenciatura / técnica | |
| Secundaria | | Posgrado | |
| Preparatoria | | Ninguno | |

4) ¿Cuál es tu ocupación? puedes seleccionar 1 o más.

| | | | |
|---|---|---|---|
| Trabajador iniciativa privada | | Am@ de casa | |
| Empresario | | Profesionista independiente | |
| Maestro | | Trabajador servicio publico | |
| Estudiante | | Jubilado | |
| Comerciante | | autoempleo | |

5) Opcional: por favor escribe el ingreso promedio de tu casa (incluyendo a todos los que trabajan. X=_____

**Sección II: Capital Social**

1) ¿Consultas algún medio de comunicación formal al menos una vez por semana? como periódico, noticiero o programa de radio.
   Si_____ No____
2) ¿Usted es pertenece a alguna comunidad, grupo, equipo o club? de manera voluntaria.
   Si_____ No____
3) ¿Usted destina parte de su tiempo en alguna actividad altruista? al menos una vez al mes.
   Si_____ No____
4) ¿Usted voto en las elecciones de 2015?
   Si_____ No____
5) ¿Usted tiene la intención de votar en las elecciones para presidente de México en 2018?
6) Si_____ No____

**Sección III: Evaluación de la situación actual del país**

En la siguiente sección aparecerán diferentes oraciones escritas en oración afirmativa, por favor califica donde 1 es nada de acuerdo con la oración y 5 totalmente de acuerdo

1) Apruebo la gestión del presidente de México actual.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| NADA de acuerdo. | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | TOTALMENTE de acuerdo. |

2) Apruebo el avance en materia económica del actual gobierno.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| NADA de acuerdo. | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | TOTALMENTE de acuerdo. |

3) Tengo el poder de hacer algo por mi país.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| NADA de acuerdo. | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | TOTALMENTE de acuerdo. |

4) Estoy dispuesto a hacer valer la ley y seguirla, aunque eso me perjudique.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| NADA de acuerdo. | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | TOTALMENTE de acuerdo. |

5) Estoy dispuesto a compartir parte de mi tiempo para mejorar mi país, de manera altruista.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| NADA de acuerdo. | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | TOTALMENTE de acuerdo. |

6) Me siento parte de mi país.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| NADA de acuerdo. | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | TOTALMENTE de acuerdo. |

7) Es importante para mí votar en las elecciones.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| NADA de acuerdo. | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | TOTALMENTE de acuerdo. |

**Sección IV: El candidato**

8) Es importante para mí conocer las propuestas del candidato.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| NADA de acuerdo. | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | TOTALMENTE de acuerdo. |

9) Es importante para mí conocer la trayectoria política y reputación del candidato.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| NADA de acuerdo. | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | TOTALMENTE de acuerdo. |

10) Me siento representado por el presidente de México.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| NADA de acuerdo. | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | TOTALMENTE de acuerdo. |

11) Si hoy fueran las elecciones... ¿Tiene usted la intensión de votar por el candidato a presidente de MX, del Actual partido político en la presidencia?

Si_____ No_____

12) ¿Por cuál partido político usted nunca votaría? Puede elegir más de 1

| | | | |
|---|---|---|---|
| PAN | | PANAL | |
| PRI | | VERDE ECOLOGISTA | |
| PRD | | PARTIDO SOCIAL DEMÓCRATA | |
| MORENA | | PARTIDO DEL TRABAJO | |
| Movimiento Ciudadano | | NINGUNO EN ESPECIAL | |

13) ¿Qué candidato o partido político usted considera que resultara ganador en las próximas elecciones?

○ AMLO- MORENA ○ Josè Antonio Meade - PRI

○ Ricardo Anaya - PAN PRD MC ○ Jaime Rodriguez Calderon - Bronco

*Tabla de consistencia.*

| Problema | Objetivos | Hipótesis | Variables |
|---|---|---|---|
| **Problema general** | **Objetivo general** | **Hipótesis general** | **Variable independiente** |
| **La preferencia de los ciudadanos por la democracia supera apenas el 50 % de la población. El porcentaje de participación electoral supera apenas el 50 %. Síntomas que no muestran una salud consistente en el sistema democrático mexicano** | **Analizar qué tipo de efecto tiene el capital social sobre la participación electoral.** | **El capital social tiene una correlación positiva con la participación electoral. Es decir, entre más capital social tenga un individuo, tiene mayor probabilidad ese individuo de votar en las elecciones para presidente de México del 20018.** | **Intensión del individuo de votar para elección constitucional ordinaria de presidente de México 2018.** |
| **Problemas específicos** | **Objetivos específicos** | **Hipótesis especificas** | **Indicadores** |
| **Se requiere del gobierno -es actor clave- para desarrollar políticas públicas que generen capital social en el ciudadano. Si el capital social se relaciona con la preferencia electoral, entonces podría afectar intereses políticos de la clase gobernante.** | **Indagar si el capital social tiene algún efecto sobre la preferencia del individuo que tiene la intención de participar en las elecciones para presidente de México 2018.** | **El capital social tiene un efecto positivo sobre preferencia hacia la alternancia electoral de los ciudadanos que votarán en la elección presidencial del 2018.** | **correlación entre el capital social y la variable independiente dicotómica si el individuo "tiene la intención de buscar alternancia electoral"** |

*Tabla de referencias instrumento*

| Categoría | Pregunta | escala/índice | referencia |
|---|---|---|---|
| Demográfica | Edad | Razón (numero) | Datos utilizados en la encuesta sobre la calidad ciudadana INE 2015 |
| | Sexo | Nominal | |
| | Ocupación | Nominal | |
| | Ingreso promedio mensual en su hogar | Razón (numero) | |
| | Ultimo nivel de estudios | Ordinal | |
| Capital Social | ¿Consultas algún medio de comunicación al menos una vez por semana? | Dicotómica jerarquía | Making democracy work 1993 Robert Putnam "La teoría del capital social de Robert Putnam: Originalidad y carencias Reflexión Política" Urteaga, Eguzki 2013 |
| | ¿Usted pertenece a alguna comunidad, grupo, equipo o club? De manera voluntaria | Dicotómica jerarquía | Bowling alone 2000 robert putnam |
| | ¿Usted destina parte de su tiempo en alguna actividad altruista? Al menos una ves al mes, cara a cara | Dicotómica jerarquía | Bowling alone 2000 robert putnam |
| | ¿Usted voto en las elecciones de 2015? | Dicotómica jerarquía | Making democracy work 1993 Robert Putnam "La teoría del capital social de Robert Putnam: Originalidad y carencias Reflexión Política" Urteaga, Eguzki 2013 |
| Contraste | Es importante para mí votar en las elecciones | Intervalo Likert 1 a 5 | O.C. Ferrell & Michael D. "Estrategia de marketing", p.155 Comportamiento del consumidor " de Wayne D. Hoyer 2010 |
| | Apruebo la gestión del presidente de México actual | Intervalo Likert 1 a 5 | "Teoría económica del voto y elecciones presidenciales" autor Ernesto Pérez 2015 |
| | Apruebo el avance en materia económica del actual gobierno. | Intervalo Likert 1 a 5 | "Teoría económica del voto y elecciones presidenciales" autor Ernesto Pérez 2015 |
| | Es importante para mí conocer la trayectoria política y reputación del candidato. | Intervalo Likert 1 a 5 | "el miedo a la libertad" Erich Fromm, 1949, |
| | Es importante para mí conocer las propuestas del candidato | Intervalo Likert 1 a 5 | Campañas de contraste, Andres Valdez Zepeda 2015 |
| | Me siento representado por el presidente de México | Intervalo Likert 1 a 5 | Informe de calidad ciudadana INE 2015 p.77 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **dependientes** | **¿Tiene usted la intensión de votar en las elecciones para presidente de México en 2018?** | **dicotómica** | **Modelo logit. "Los efectos del capital social sobre la participación política en México " autor Fernanda Somuano 2013** |
| | **¿Tiene usted la intención de votar por el candidato a presidente de México, del actual partido político en la presidencia?** | **dicotómica** | **Modelo logit "Teoría económica del voto y elecciones presidenciales" autor Ernesto Pérez 2015** |
| | **Tengo el poder de hacer algo por mi país** | **Intervalo Likert 1 a 5** | **"México: ¿empoderamiento ciudadano?"** Dra. Ivonne Acuña (2006) |

*Referencias artículos y revistas académicas*


1. Acuña Murillo I. (2006) ¿Empoderamiento ciudadano? Revista Andaluza de Solidaridad, Paz y Cooperación, ( No. 31).
2. Coleman J. (2000) [1988] Social capital in the creation of human capital. Washigton D.C. The international bank for reconstruction and development.
3. Díaz , M. Mateo, y Zovatto, D. (2005). Voter turnout in Latín America during the third wave of democratization in the light of latin American barometer data. Conferencia 10 años de latinobarómetro. Oxford.
4. Elinor Ostrom Y T. K. Ahn (2003) Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva. Revista Mexicana de Sociología, año 65, (núm. 1), México, D. F.,
5. Esteves, E. (2008) Security and Intelligence in the Democratic State. Illia Foundation.
6. Kuschick R. (2004) "Teorías del comportamiento electoral y algunas de sus aplicaciones"
7. Moscote F & Rincon William A. (2012). Modelo Logit y Probit: un caso de aplicación. Comunicaciones en Estadística Diciembre, Vol. 5,( No. 2) universidad de santo tomas Colombia
8. Ortiz Palafox K. & Zepeda A. (2014). Retos y desafíos del INE en México. Ciudad de México.
9. Pérez A. Manuel E. (2015) La teoría de voto económico y la elección presidencial mexicana de 2012. México
10. Putnam Robert (1993) Making democracy work. Colombia
11. . Retolaza, A. & Grandez, G. (2003). Revista Medios y Educación, 25, 93-115 Expectativas y satisfacción de los usuarios de un centro de salud mental. En Actas Españolas de Psiquiatría 2003/04.
12. Singer, Matthew M. (2009). Defendamos lo que hemos logrado. El voto económico en México durante la elección presidencial de 2006 Política y Gobierno, Centro de Investigación y Docencia Económicas, A.C. Distrito Federal, México
13. Urteaga E.(2013), La teoría del capital social de Robert Putnam: Originalidad y carencias Reflexión Política, vol. (15, núm), pp. 44-60
14. Valdez Zepeda A. & Huerta Franco D.(2011) ¿Qué mueve a los votantes? un análisis de las razones y sinrazones del comportamiento político del elector. México.
15. Valdez Zepeda A. (2014) Las Campañas de Contraste. Su Aplicación Estratégica en un Contexto de Crisis Económica
16. Valdez Zepeda A. (2014) El Mito del Voto Libre. México
17. Valdez Zepeda A. (2004 ) -Los múltiples procesos de la mercadotecnia política: profundizando en su concepto. México

*Referencias libros*


18. Almond G. y Verba S. (1963). The civil culture: political attitudes and democracy in five nations. Nueva Jersy, EE.UU: Princeton university press.
19. Aristóteles (1988). La política, traducción Manuela García Valdés. Madrid, España: Gredos.
20. Castañeda G. (2011). Mañana o pasado: el misterio de los mexicanos. Ciudad de México, México: Aguilar.
21. Domínguez Martínez Borja M. (2016). La personalización y la importancia del marketing político en la política actual: análisis comparativo en prensa de las campañas del 20 de diciembre y 26 de junio, máster en comunicación institucional y política. Sevilla, España.
22. Ferrell O.C. & Hartline l D. (2012). Estrategia de marketing. Ciudad de México: GENGAGE
23. Fromm E. (2012). Miedo a la libertad. México: Paidós.
24. García Jiménez L. (2009). Y El Protagonista Es El Candidato: La Personalización Como Enfoque En Comunicación Política. En R. Zamora Medina (coord.) El Candidato Marca: Cómo Gestionar La Imagen Del Líder Político. Madrid. España: Editorial Fragua.
25. Hernández S. (2004). Metodología de la investigación. Ciudad de México: Editorial Mc Graw Hill.
26. Hoyer Wayne D. (2010). Comportamiento del consumidor. Dacota. EE. UU.: Hanstol Bridge
27. Martínez C. (2012). Estadística y muestreo. Bogotá, Colombia: Paidós
28. Martínez Della Rocca S. (2010). Estado, educación y hegemonía de México. Ciudad de México, México: Porrúa.
29. Moreno A. (2005). Nuestros valores, los mexicanos en México y en estados unidos al inicio del siglo XXI. México: grupo financiero Banamex.
30. Mujica P. (2010). Libro la igualdad política
31. Instituto Nacional Electoral. (2015). La calidad de la ciudadanía en México. Trabajo a cargo de María Fernanda Somuano del colegio de México. Ciudad de México.
32. Payton L. y Moodyl P. (2008). Comprensión de la filantropía. Su significado y su misión, estados unidos universidad de indiana. Luisiana: Borderlines ed.
33. Paz O. (1999). El laberinto de la soledad. Ciudad de México: Fondo de cultura económica,
34. Putnam Robert (2000) Bowling alone
35. Reyes Heroles Federico (2004) Entre las bestias y los dioses- del espíritu de las leyes y de los valores. Madrid, España: Océano.

36. Rosental & Iudin (1959) Diccionario filosófico abreviado. Montevideo de Rosario, Argentina: Pueblos unidos editores.
37. Rosental & Iudin (1965) Diccionario filosófico abreviado Montevideo de Rosario, Argentina: , Ediciones Pueblos Unidos.
38. Salvador M.& Llamazares (2011) La protesta política ¿Quiénes se movilizan y por qué lo hacen? Madrid, España: Ediciones Bellaterra,
39. Wooldridge Jeffrey M. (2015) Introducción a la econometría. Ciudad de México, México

*Referencias páginas de internet*

40. Real academia española- significado de legitimidad http://dle.rae.es/?id=N55v3yM
41. Real academia española- significado de contraste http://dle.rae.es/?id=AdC2D9J
42. Real academia española- significado de satisfacción http://dle.rae.es/?id=XLJpCxk
43. Base de datos INE - https://www.ine.mx/
44. Fusion stepwise: https://jjgibaja.wordpress.com/2007/10/23/seleccion-de-variables-explicativas-en-la-regresion/
45. Fusion stepwise: https://www.stata.com/manuals13/rstepwise.pdf
46. Canal del periodista Bill Kristol, entrevista realizada a Robert Putnam, publicada el 13 de marzo del 2016. https://www.youtube.com/watch?v=2ZHZc-kcyQQ .
47. https://www.noroeste.com.mx/publicaciones/view/perfila-ine-45-millones-para-spots-en-2018-1107583 20/11/2017 | 04:04 AM