



Iberoforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana

ISSN: 2007-0675

revista.iberoforum@uia.mx

Universidad Iberoamericana, Ciudad de México  
México

Castro Maravilla, Rosalinda

¡Es puro interés! Los clientes de la red clientelar de Tecámac, Estado de México

Iberoforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana, vol. XIII, núm. 26, 2018, -Julio, pp. 216-246

Universidad Iberoamericana, Ciudad de México

México

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=211059782018>

- ▶ [Cómo citar el artículo](#)
- ▶ [Número completo](#)
- ▶ [Más información del artículo](#)
- ▶ [Página de la revista en redalyc.org](#)

UIAEM [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## ¿ES PURO INTERÉS! LOS CLIENTES DE LA RED CLIENTELAR DE TECÁMAC, ESTADO DE MÉXICO

*It's Pure Interest! Clients from Tecámac (Estado de México) Client Network*

*Rosalinda Castro Maravilla*

**Rosalinda Castro Maravilla**

Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM). Líneas de investigación: clientelismo, redes clientelares, caciquismo.  
Contacto: rosalingacm@yahoo.com

### Resumen

**E**l propósito de este documento<sup>1</sup> es describir cómo los clientes que conforman la red clientelar del municipio de Tecámac se integran a esta

estructura. ¿Cómo participan en la red?, ¿su estancia obedece únicamente a los incentivos materiales que perciben o existe otro tipo de incentivo que los motiva a hacerlo? Es necesario mencionar que esta investigación no se centra en averiguar si los clientes votan o no por el candidato que apoya el líder de la red clientelar, sino en las cuestiones anteriores. Para dar respuesta a éstas y otras preguntas se realizó un estudio de caso con la intención de investigar exhaustivamente la red clientelar que se ubica en el municipio de Tecámac y conocer a profundidad los elementos que la conforman. La técnica utilizada para extraer la información consistió en aplicar entrevistas semiestructuradas a diferentes miembros<sup>2</sup> de la red. En este sentido, se observó a partir del resultado empírico de que éstos permanecen en la estructura clientelar específicamente por los incentivos materiales que perciben en ella.

**Palabras claves:** clientelismo, red clientelar, patrón, mediador, clientes.

<sup>1</sup> Cabe resaltar que parte de este documento proviene de mi tesis doctoral.

<sup>2</sup> Los nombres originales de todas las personas entrevistadas han sido modificados con la finalidad de proteger su identidad.

**Abstract**

*The purpose of this document is to describe how the clients that make up the clientelar network of the municipality of Tecámac are integrated into this structure, how they participate in the network and whether their stay in this type of structure is solely due to the material incentives they receive or if there is another type of incentive what motivates them to do so. It is necessary to mention, that this investigation does not focus on finding out if the clients vote or not on the candidate that the leader of the clientelist network supports, but on the previous issues. In order to answer these and other questions, a case study was conducted with the intention of exhaustively investigating the clientelar network located in the municipality of Tecámac and knowing in depth the elements that comprise it, the technique used to extract the information consisted of apply semi-structured interviews to different members of the network. In this sense, it was observed from the empirical result that clients remain in the client structure specifically for the material incentives they perceive in it.*

**Keywords:** *clientelism, clientelar network, pattern, mediator, client.*

**Introducción**

El municipio de Tecámac se localiza en la parte nororiente de la capital del Estado de México y se ubica al norte de la Ciudad de México. Limita al norte con el municipio de Tizayuca, Hidalgo; al sur con Ecatepec y Coacalco; al oeste con Zumpango, Nextlalpan, Tonanitla, Tultitlán y al este con Temascalapa y Teotihuacán. Es considerado como uno de los municipios que forman parte de la Zona Metropolitana del Valle de México.

Desde el punto de vista político, el municipio de Tecámac pertenece al 41 Distrito Federal Electoral y al XXXIII Distrito Local Electoral,<sup>3</sup> con sede en Tecámac de Felipe Villanueva. Se encuentra dentro de la Región V del Estado de México, con cabecera en Ecatepec, a la que pertenecen los municipios de Acolman, Axapusco, Ecatepec, Nopaltepec, Otumba, San Martín de las Pirámides, Tecámac, Temascalapa y Teotihuacán.

---

<sup>3</sup> Antes de 2016 este distrito estaba constituido por dos municipios: Ecatepec (parte) y Tecámac, teniendo como sede distrital la cabecera municipal de Ecatepec (parte).

Pese a que en Tecámac los tres partidos más importantes a nivel nacional (PRI, PAN y PRD) tienen presencia formal. Es hasta las elecciones de 1997<sup>4</sup> cuando el PAN y el PRD realmente pudieron competir contra el PRI en los diferentes procesos electorales.

La reforma política de 1996<sup>5</sup> trajo al escenario político nuevos elementos que permitieron a las diferentes fuerzas partidarias competir más eficazmente que antaño, algunos de estos elementos fueron que el gobierno estatal<sup>6</sup> ya no pudo controlar las candidaturas a través de sus comités municipales, todos los partidos políticos pudieron acceder a espacios en televisión y a importantes recursos públicos y privados, mientras que el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) sería el encargado de dirimir la inconformidad de quienes consideraran violados sus derechos políticos, y el gobierno federal estaría excluido de este proceso.

Esto generó la posibilidad a que ciertos actores políticos aspiraran a ocupar la alcaldía de Tecámac sin contar con el respaldo de “su” partido; así como que pudieran ser candidatos de otros partidos sin que ello significara el fin de su carrera política, además de contar con los mecanismos necesarios para acceder al poder.

Bajo este contexto, Aarón Urbina Bedolla decide postularse como candidato a la presidencia municipal de Tecámac bajo el auspicio del PRI, sin embargo, miembros relevantes de este partido le niegan<sup>7</sup> la posibilidad de acceder a ese espacio político y él toma la decisión de postularse por el PAN.

Al obtener el triunfo representando al partido que lo auspició, se genera la primera alternancia municipal en 70 años. Esta transición obedece a dos factores: el primero consistió en una serie de reacomodos políticos de los grupos de poder local y el segundo, a la inconformidad de los habitantes de Tecámac ante el desinterés que mostraban las familias políticas, que siempre habían gobernado el municipio, por el bienestar de los ciudadanos tecamaquenses. Y aunque Urbina Bedolla obtuvo el triunfo como candidato del PAN, esto se logró con una baja participación de los habitantes del municipio, ya que del 40% de ciudadanos que acudieron a votar sólo el 22% lo eligieron a él.

<sup>4</sup> En 1996 la reforma electoral brinda plena autonomía a los organismos electorales de los ámbitos nacional y estatal.

<sup>5</sup> La reforma política-electoral se acordó por unanimidad en la Cámara de Diputados el 19 de julio de 1996, la cual consistió en la salida del gobierno de los órganos electorales (su salida total del IFE), en elevar a rango constitucional los derechos políticos, en otorgar a la Suprema Corte de Justicia competencia en materia electoral y en integrar el TRIFE al Poder Judicial. Incluyó limitar a 300 los legisladores que puede tener un solo partido y se propuso evitar la sobrerepresentación de una sola fuerza política al establecer que ningún instituto político podrá tener un porcentaje en la Cámara Baja que exceda en ocho puntos su porcentaje de votación nacional. Asimismo, en esta reforma electoral de 1996, se reforzó la reglamentación en torno al financiamiento de los partidos y su acceso a los medios de comunicación. Se estableció que los partidos no pueden superar en 50% en recaudaciones privadas la cantidad que les entrega el gobierno en calidad de subsidio y que los medios electrónicos de comunicación (radio y televisión) estarían obligados a dar espacios a los partidos políticos con registro ante el IFE de manera equitativa sin tomar en cuenta su proporción en la última elección inmediata. Esta reforma resultó fundamental en la siguiente elección federal, realizada en 1997, pues los partidos de oposición compitieron con menores desventajas frente al PRI que en el proceso electoral de 1994, concentró el 85% del financiamiento público y privado.

<sup>6</sup> En el caso del Estado de México.

<sup>7</sup> Gaspar Ávila Rodríguez y Eduardo Guadalupe Bernal Martínez, ambos expresidentes municipales de Tecámac, le negaron esa posibilidad, ya que ellos, en ese momento, controlaban el comité municipal del PRI y el Ayuntamiento.

En este proceso electoral Urbina contó con el apoyo de diferentes organizaciones sociales, con una amplia trayectoria dentro del municipio, que le brindaron su apoyo al ver en él a un joven político que podía competir contra las antiguas familias políticas de Tecámac, que habían dirigido a este municipio durante varias décadas. Mientras que el PAN auspició su candidatura porque lo consideró un político con capacidad de interlocución con los diferentes grupos sociales y con una alta probabilidad de triunfo electoral.

En su primer periodo como alcalde de Tecámac, Urbina desarrolló un vínculo clientelar con los habitantes del municipio al dar respuesta oportuna a las necesidades de quienes se acercaban a solicitar su apoyo, pero éste no fue el único vínculo, creó con los ciudadanos tecamaquenses, en este mismo periodo de tiempo dio origen a una red clientelar<sup>8</sup> que le ha permitido mantenerse en el poder durante varios años.

El origen de esta red está vinculado al rechazo de sus antiguos opositores y su único objetivo ha sido posicionar políticamente a Urbina y a quienes integran su grupo político. Esta estructura ha logrado expandirse en todo el territorio municipal gracias a los diferentes espacios políticos que este actor ha ocupado a lo largo de casi veinte años de trayectoria y que le han permitido alimentarla a partir de los diferentes programas municipales, estatales y federales.<sup>9</sup>

Las investigaciones sobre el clientelismo electoral<sup>10</sup> en México son abundantes, sin embargo, los análisis sobre las redes clientelares son escasas, esto se debe principalmente a que el acceso a la información que fluye en el interior de estas estructuras es complejo y quienes las dirigen no permiten

---

<sup>8</sup> Red en que ha especializado este tipo de prácticas clientelares, hasta convertirla en su principal bastión electoral.

<sup>9</sup> Este planteamiento se expone a partir de la entrevista realizada a Carlos Rodríguez, expresidente municipal de Tecámac, en donde explica que esta estructura clientelar se financia a partir de los programas sociales municipales, estatales o federales e incluso, el entrevistado plantea que de ser necesario se podría hacer uso del dinero del líder de la red clientelar para ganar las elecciones. No se hace alusión a que las redes clientelares también utilizan recursos de fuentes privadas o ilegales, como dinero del narcotráfico o de contratistas o empresarios, entre otros, ya que para argumentar eso, en este caso, se requeriría demostrar con pruebas este planteamiento.

<sup>10</sup> Dentro de los estudios que se han realizado en México sobre el clientelismo electoral encontramos a Audelo (2004), este autor distingue al clientelismo tradicional del moderno, y lo separa de prácticas con las que está relacionado, pero que son diferentes una de otras: corrupción y corporativismo. Pinzano (2001) analiza el fenómeno del clientelismo desde una perspectiva histórica y expone que éste no es un fenómeno nuevo en América Latina. Buve (2003) plantea que las variables demográficas, geográficas, culturales, sociales y político-económicas de México mantuvieron un clima social idóneo para el desenvolvimiento de un poder personalista y exclusivo, el caciquismo. Ruiz (2009) argumenta que analizar el concepto de familia política en su vertiente consanguínea puede ser útil para estudiar algunas manifestaciones de poder. Corrochano (2002) expone que es necesario hablar de dos tipos de clientelismo, el tradicional y el moderno, y enuncia las características de lo que él denomina el clientelismo posmoderno. Mantilla (2013) explica que en el clientelismo instrumental nace y crece la competencia; el intercambio de bienes toma un carácter claramente material, tangible y es incesante el aumento de los costos del intercambio. Ramírez (2011) revisa el caso del Estado de México y el apoyo que tiene el ejecutivo local y la relación que existe con el gasto municipal. De acuerdo a Ramírez, la conexión viene en la creación de grupos clientelistas que asocian los bienes que reciben con determinado partido político. Mancha (2011) muestra que el concepto de participación ciudadana es utilizado para seguir promoviendo políticas y programas de carácter desarrollista impulsados tanto por el aparato gubernamental mexicano y que estos programas son utilizados con fines clientelares por los propios miembros del aparato gubernamental mexicano.

que personas externas a las redes puedan acceder a este tipo de información, esto hace muy difícil explicar lo que sucede al interior de ellas impidiendo su comprensión y análisis.<sup>11</sup>

Es necesario mencionar, que esta investigación no se centra en averiguar si los clientes votan o no por el candidato que apoya el líder de la red clientelar, sino en las cuestiones anteriores.

Para dar respuesta a éstas y otras preguntas se realizó un estudio de caso con la intención de investigar exhaustivamente la red clientelar que se ubica en el municipio de Tecámac y conocer a profundidad los elementos que la conforman. La técnica utilizada para extraer la información consistió en aplicar entrevistas semiestructuradas a diferentes miembros<sup>12</sup> de la red y a personas externas a ella. Es importante mencionar que las entrevistas se realizaron en el 2014 y que son parte de una investigación más amplia.

Cabe resaltar que esta investigación se centra en los clientes de esta red y en responder a las preguntas anteriores que competen a su participación dentro de esta estructura, sin embargo, aunque se hace mención del líder, la red clientelar y los diferentes mediadores o *brokers* que componen esta estructura, se retoman de forma breve a causa de lo limitante del espacio de este documento.

Este trabajo se compone de dos partes: en la primera, se plantean algunos elementos conceptuales y teóricos sobre el clientelismo y las redes clientelares. En la segunda parte, se expone el resultado de algunas de las entrevistas realizadas para explicar que los clientes permanecen en la estructura clientelar específicamente por los incentivos materiales que perciben en la red.

### **Clientelismo**

En consideración al término clientelismo, González (1997: 23) establece que en una relación clientelar se genera un vínculo dialéctico entre los actores que la integran, el líder y sus seguidores, y que este tipo de vínculo permite a los últimos el acceso a recursos que de otra forma no podrían tener, sin embargo, estos recursos no siempre se obtienen de forma inmediata ni todos pueden ser considerados como bienes materiales (González, 1997: 23).

Bajo este mismo tenor, Combes (2011: 15) retoma a Médard (2000) para explicar que en un vínculo de tipo clientelar se desarrolla una relación de dependencia entre los actores que la conforman, basada en un intercambio bilateral, en donde ambos actores se benefician mutuamente intercambiando recursos con características desiguales. En este sentido, se trata, dice la autora, de una

---

<sup>11</sup> Durante las entrevistas realizadas para esta investigación, todos los entrevistados se mostraron temeroso de ser descubiertos dando información sobre la red con alguien externo a ella.

<sup>12</sup> Los nombres originales de todas las personas entrevistadas han sido modificados con la finalidad de proteger su identidad.

relación de tipo bilateral, particular y borrosa, de una relación que parte de un intercambio beneficioso para ambos socios.

Carneiro (2009: 140) también comparte la idea de que en una relación de este tipo se genera un intercambio diádico y desigual entre dos actores que conforman una relación clientelar, uno de estos actores (patrón), dice el autor, ostenta un estatus alto y poder económico que usa para otorgar beneficios a una persona de estatus bajo (cliente), quien a su vez ofrece apoyo de diversa índole al patrón. Carneiro explica que el patrón utiliza sus recursos e influencia para alcanzar el poder político o mantenerse en él.

A partir de las definiciones arriba citadas, el clientelismo presenta una serie de características que lo distinguen de otro tipo de relaciones; en este sentido, de acuerdo a Moreno (1994) va a presentar los siguientes elementos: 1) los vínculos clientelares se apartan de las reglas y de la moral oficial, y pueden entrar en el terreno de la corrupción, ya que quienes lo usan hacen uso de bienes públicos para su beneficio; 2) se basan en el favor, en la arbitrariedad y no en el derecho; 3) el núcleo de este vínculo se basa en un intercambio de recursos desiguales; 4) la relación clientelar puede que no sea únicamente instrumental, ya que pueden verse involucrados elementos de tipo afectivo; 5) los actores que conforman este tipo de vínculos ostentan una posición de desigualdad con respecto a los recursos que poseen; 6) en la mayoría de los casos las relaciones clientelares pueden mantenerse durante largo tiempo; 7) este tipo de relaciones son consideradas como voluntarias, no impuestas, para ambas partes. Es relevante que cada uno de los actores participantes puede tener la oportunidad de retirarse en cualquier momento.

### ***Redes clientelares***

De acuerdo a algunos autores (Arriagada, 2008; Bourdieu 2000), las redes clientelares se componen de tres actores principales: el patrón, el *broker* y los clientes; cada uno de ellos poseen características que los distinguen uno de otro, y actividades que desarrollan dentro de estas estructuras que le permiten funcionar.

El primero de estos actores es el patrón, esta figura se ubica en la parte más alta de la jerarquía de una red clientelar, ocupa esta posición porque posee un alto estatus en la estructura social, cuenta con capital económico, social y político que le permite el acceso a recursos que otros actores de su entorno no poseen. El patrón utiliza estos recursos para obtener el apoyo de estos actores y lograr así su apoyo electoral para llegar al poder o mantenerse en él (Arriagada, 2008: 7).

El actor que se ubica en la segunda posición de una estructura clientelar es el *broker* o mediador político; este actor que, por lo general, pertenece al mismo estrato social de los clientes, es el encargado de vincular al patrón con su base electoral a través de la canalización de diferentes tipos de recursos que tiene a su disposición; además se encarga de canalizar las demandas de los clientes al patrón, así como, el apoyo electoral de éstos hacia aquél. Argumenta Bourdieu (2000: 150), que por la posición que ocupa suele acumular capital social que le permite negociar con el político los votos que éste necesita, por lo que el poder del mediador dependerá del número de clientes o electores que él puede movilizar en tiempos electorales.

Por último, el cliente es el actor que ocupa la parte más baja en la jerarquía de una estructura clientelar. De acuerdo a Arriagada (2008), este actor carece de recursos que le permitan sobrevivir, por ello se integra a una relación de tipo clientelar, su participación dentro de la estructura consiste en brindar apoyo político a quien ocupa la posición más alta dentro de la estructura, el patrón, a cambio de bienes, servicios o favores que le son necesarios para su seguridad o supervivencia (Auyero, 2002).

Un aspecto fundamental de las redes clientelares es el control de sus miembros, sólo así se evitan las fugas de integrantes, incentivos o votos hacia otros partidos, algunas redes lo logran a través de la internalización de la pérdida de los beneficios, otras a partir de la vigilancia estricta entre ellos. Para el caso de esta red clientelar, el patrón no es el encargado de vigilar a cada integrante de la estructura clientelar, esta actividad la llevan a cabo cada uno de los integrantes, y si un miembro flirtea con otro partido o realiza alguna actividad no permitida por la red, todos lo sabrán, y la sanción será pública para que esta conducta no se vuelva a repetir.

### **Red clientelar Tecámac**

El desarrollo de este apartado se elaboró a partir de las entrevistas realizadas a miembros de la red clientelar del municipio de Tecámac, cuya finalidad consistió en conocer de voz de quien integra esta red si los clientes permanecen en esta estructura clientelar por los incentivos materiales que perciben en ella o si hay otro tipo de incentivo lo que los motiva a hacerlo. De igual forma, estas entrevistas nos permitieron entender cómo ingresan a la red, qué beneficios obtienen, de qué instancias reciben estos beneficios y cómo es su participación en la red, entre otras cuestiones.

Las respuestas a éstas y otras preguntas se generaron a partir de veinticuatro entrevistas realizadas a integrantes de la red y a personas externas a ella,<sup>13</sup> sin embargo sólo se citan algunos de estos testimonios. Estas entrevistas se aplicaron en el año 2014, durante el desarrollo de una investigación más amplia.

### **El municipio de Tecámac, Estado de México**

Según el INEGI (1996), Tecámac se ha caracterizado por un amplio crecimiento en su población. De acuerdo a este instituto, en 1950 Tecámac contaba apenas con 9,104 habitantes, con 11,971 en 1960; 20,882 en 1970. Pero es en la década de los ochenta cuando su tasa de crecimiento anual creció a 12.2%, aumentando su población a 84,129 habitantes. Para 1990 ya habitaban en Tecámac 123,218 personas y para el 2000, 172,813. Mientras que para el 2010 ya albergaba a 364,579<sup>14</sup> habitantes.<sup>15</sup>

De acuerdo a Coneval (2015), para el 2015 el municipio de Tecámac contaba con 496,907<sup>16</sup> habitantes, de los cuales 122,805 (36.8 %) estaban en situación de pobreza. De este número 15,868 (3.2 %) se hallaban en pobreza extrema y 166,731 (33.6 %) en situación de pobreza moderada. Para este mismo instituto sólo 135,381 (6.8 %) del total de la población de este municipio pueden ser considerados como no pobres y no vulnerables.

Este acelerado crecimiento de la población se debe a varios factores: al surgimiento de nuevos asentamientos humanos (nuevas colonias o ampliaciones)<sup>17</sup> impulsados por los movimientos migratorios, el despoblamiento de la Ciudad de México, el barato costo del suelo y a causa también de políticas públicas municipales encaminadas a poblarlo.<sup>18</sup>

<sup>13</sup> Es necesario mencionar que la intención de la investigación era realizar más entrevistas a quienes integran esta red clientelar, sin embargo, las entrevistas solicitadas no fueron aceptadas ante el temor latente de ser descubiertos y sancionados por dar información de la red.

<sup>14</sup> INEGI. *Censo de población y vivienda del 2000*. (México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2000).

<sup>15</sup> Ubicándose con estos datos entre los 20 municipios con mayor población en el Estado de México.

<sup>16</sup> Es necesario mencionar que estos datos no coinciden con los presentados por Sedesol para el mismo periodo de tiempo y en donde su balance para el municipio investigado dice lo siguiente "Los esfuerzos para abatir la pobreza y garantizar el ejercicio de los derechos sociales en el municipio se reflejan en la disminución consistente de las carencias. Mediante un comparativo de los años 2010 y 2015 se observa que la mayor disminución en puntos porcentuales se dio en la carencia por acceso a los servicios de salud, que disminuyó de 38.97% a 22.6% (16.37 puntos porcentuales menos). Asimismo, el indicador de la carencia por hacinamiento en la vivienda tuvo una disminución relevante, al pasar de 7.87% en 2010 a 3.9 % en 2015. Otra caída importante se aprecia en el indicador de la carencia por rezago educativo, que pasó de 11.19% a 7.9%, lo que implica una disminución de 3.29 puntos porcentuales". Sedesol. Ver Diario Oficial de la Federación, México, Tecámac, 2017. [https://www.google.com/search?q=diariooficial.gob.mx%2FSEDESOL%2F2017%2FMexico\\_081.pdf&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b](https://www.google.com/search?q=diariooficial.gob.mx%2FSEDESOL%2F2017%2FMexico_081.pdf&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b) (consultada: 23 de Julio de 2017).

<sup>17</sup> Ibarra (2017) especifica que entre 2000 y 2009 Tecámac concentró el 20.32% del total de viviendas construidas en el Estado de México. Mientras que Isunza y Méndez (2012) consideran que en ese mismo periodo de tiempo se construyeron un promedio de 100,000 casas y se autorizaron 18 unidades habitacionales.

<sup>18</sup> Al respecto Correa (2010: 73) apunta lo siguiente: "En su primera administración Urbina alentó la otorgación de permisos para la construcción de desarrollos habitacionales, origen del desmedido crecimiento demográfico municipal. De un momento para otro, y sin consultar a la población, las inmobiliarias Urbi, GEO y Sadasi obtuvieron la autorización para construir 27,631 viviendas de interés social (AMT, 1998). La insuficiente planeación urbana con que estos nuevos asentamientos se construyeron implicó problemas en el abasto de agua potable y dotación de infraestructura urbana. En

De acuerdo con Alejandro *et al.* (2015: 9) este intenso crecimiento urbano trajo consigo las siguientes problemáticas para esta comunidad:

1. Un disfuncional ordenamiento de la infraestructura urbana-industrial y de servicios dada la insuficiente cobertura del equipamiento necesario.
2. Agravamiento de problemas ambientales (entre otros), dada la inexistente planificación de los espacios destinados a la protección de nichos ecológicos indispensables para la manutención del equilibrio y el saneamiento del ambiente urbano.
3. Una escasa participación de la administración pública municipal en los puntos 1 y 2, y deficiente participación de las instancias estatales en ambos rubros.
4. Agudización de los contrastes sociales (no cobertura de vivienda y nula vida urbana en el sentido sociocultural).

A lo anterior, se suma la ausencia de políticas encaminadas a la creación de empleos para los nuevos habitantes del municipio,<sup>19</sup> obligándolos a mantener sus empleos<sup>20</sup> fuera de Tecámac, convirtiendo a esta alcaldía en una “ciudad dormitorio”.

La carencia de servicios para la población los volvió un sector vulnerable, situación que fue aprovechada por autoridades municipales o estatales, actores y partidos políticos que se han vinculado con ellos a través del clientelismo al condicionarles los servicios a su apoyo electoral, circunstancia que lejos de resolverse aumentó con la finalidad de seguir obteniendo su apoyo en las urnas.

#### *El líder de la red clientelar*

Aarón Urbina Bedolla proviene de una familia con recursos económicos, su padre era el dueño de una mueblería ubicada en la cabecera municipal de Tecámac y de varios terrenos, a pesar de esta circunstancia afortunada, el padre de Urbina lo impulso desde muy pequeño a reconocer el valor del dinero.

La familia Urbina Bedolla siempre ha mantenido una relación de cordialidad con quienes integran su comunidad, varios son los testimonios que expresan que en diversas ocasiones los padres de Urbina apoyaron a sus vecinos entregándoles obsequios en fechas especiales.<sup>21</sup> Esta actitud de

---

pocas palabras, lo que aparecía como una transición política en 1996, se traducía al poco tiempo en una inyección benéfica para el crecimiento demográfico”.

<sup>19</sup> La situación no ha cambiado.

<sup>20</sup> Por las varias horas de traslado hacía sus trabajos ubicados en la Ciudad de México o en los municipios aledaños y por el elevado costo del transporte en el Estado de México, muchas personas deciden vivir en esos espacios y sólo regresan a Tecámac los fines de semana o incluso deciden vender sus casas recién compradas en este municipio o traspasarlas.

<sup>21</sup> Como en Navidad, Año Nuevo o el día de los Reyes Magos.

cordialidad la siguen manteniendo los hermanos Urbina Bedolla, a pesar de que ambos padres ya fallecieron.<sup>22</sup> Aarón Urbina se casó con Rosalina Salazar, integrante de una reconocida familia de políticos<sup>23</sup> tecamaquenses.

### *Trayectoria política*

A pesar de que Aarón Urbina era un empresario exitoso, éste se incorporó a las filas del Partido Revolucionario Institucional (PRI). Y en 1996 mostró su intención de ser el candidato de este partido a la alcaldía del municipio,<sup>24</sup> pero dos actores prominentes<sup>25</sup> de este partido a nivel municipal rechazaron su postulación y le negaron esta posibilidad.

Ante el rechazo del PRI y aunque ese partido era el más representativo del municipio,<sup>26</sup> Urbina Bedolla logra convencer a los hermanos Félix Ismael German Olivares y Sergio Octavio German Olivares<sup>27</sup> para que fuera él el candidato del Partido Acción Nacional (PAN) a la alcaldía de Tecámac, ellos aceptaron debido a que ambos dirigentes vieron en Urbina las cualidades políticas y los recursos económicos que podían permitirle ganar la elección.

Así Aarón Urbina Bedolla se convierte en el primer presidente municipal de Tecámac (periodo 1997-2000) en ganar por un partido que nunca había gobernado el municipio. Desde su primer periodo como presidente municipal, este actor político construye un vínculo clientelar con los habitantes de esta alcaldía.<sup>28</sup>

La gente aquí en Tecámac ya estaba aburrida de los políticos que estaban en el PRI como Gaspar Ávila, Eduardo Bernal, Nazario Cruz y los Alarcón. Y ven con buenos ojos a Aarón Urbina en el Partido Acción Nacional y esto lo lleva a la presidencia en su primer periodo de gobierno. Realmente Aarón Urbina gana, pero digamos, de la gente que yo he tenido información sobre él es que realmente hace un buen gobierno los tres años e incluso es un gobierno muy paternalista porque toda la gente que va a la presidencia la atiende, la apoya, se habla por ahí de ejemplos de apoyar a una quinceañera, apoyar

<sup>22</sup> El padre de Urbina, Vicente, falleció cuando unos ladrones entraron a su mueblería a robar; los entrevistados refieren que el señor los persiguió, le dispararon y se desangró; su madre falleció hace varios años, pero algunos de sus hermanos siguen habitando la casa paterna. Actualmente, Aarón Urbina vive entre los municipios de Tecámac y Toluca.

<sup>23</sup> Algunas personas argumentan que este vínculo familiar le ayudó a Aarón Urbina a formar parte de la clase política del municipio.

<sup>24</sup> Para el periodo 1997-2000.

<sup>25</sup> Ambos expresidentes municipales de Tecámac: Gaspar Ávila Rodríguez, 1988-1990, y Eduardo Gpe. Bernal Martínez, 1994-1996.

<sup>26</sup> Ya que lo había gobernado desde 1945.

<sup>27</sup> Quienes lograron, posteriormente, ser presidentes del municipio gracias al impulso que logró el PAN con la llegada al Ayuntamiento de Aarón Urbina Bedolla como el primer alcalde panista. Félix Ismael German Olivares (2000-2003) y Sergio Octavio German Olivares (2006-2009).

<sup>28</sup> Situación que se refuerza a partir de su segundo periodo como alcalde en donde el cabildo “le autoriza un gasto de fondo de 500 mil pesos diarios para cubrir las necesidades materiales y en especie de los habitantes del municipio” (García, 2014).

a gente que fallecía, incluso de dinero de su bolsillo; entonces esto obviamente le da mucha presencia frente a la población porque rápidamente se corren los rumores y pues la gente acude a la presidencia, la gente que tiene necesidad y realmente de lo que yo he sabido por lo menos, [es] que sí los apoya.<sup>29</sup>

Cuando finaliza su primera gestión como alcalde de Tecámac, Urbina se postula para alcanzar un curul en el Congreso Estatal, ante su notoriedad el PAN decide arroparlo nuevamente, no obstante, su triunfo en este nuevo proceso electoral obedece más a su renombre político y no a una afiliación partidista.

Él es un gran personaje, por lo menos en Tecámac es un gran personaje y en su momento destacó por dar, proteger, lo que hace un caudillo, la gente no quería al PRI, la gente votó por Aarón. Pero él con su inteligencia regresó al PRI, pero ya no es el mismo Aarón, aunque la gente cree que sigue siendo el mismo. Ya no es el mismo, ya no se acerca a la gente, ya no los recibe, tampoco da, por lo menos de su bolsillo, que es lo que les hacía creer. Sin embargo, si Aarón se pasa al PRD, ganaría el PRD, ése es su poder.<sup>30</sup>

En ese momento Urbina Bedolla no sólo tiene el respaldo ciudadano, también dispone del apoyo de diversos grupos políticos y organismos sociales que lo impulsan en su intención de convertirse en diputado local.

En su primer periodo como diputado local<sup>31</sup> Urbina opera a favor del PRI al convencer a doce diputados panistas para declararse independientes (Gómez, 2001), con este acto le devuelve la mayoría a dicho partido en el Congreso Estatal y Arturo Montiel puede operar sin dificultad cada una de sus políticas propuestas.<sup>32</sup> Esta jugada le gana a Urbina Bedolla el apoyo y el respaldo incondicional de renombradas figuras priistas a nivel estatal, lo que le permite postularse por segunda ocasión a la presidencia municipal de Tecámac, pero ahora por el PRI.

La cercanía política entre Aarón Urbina y Eruviel Ávila se remonta a la época en que los dos fueron alcaldes, en dos periodos coincidentes, de los municipios vecinos de Tecámac y Ecatepec. Cuando Eruviel fue presidente del Congreso local, en la LIV Legislatura, Urbina fue su principal operador

---

<sup>29</sup> Entrevista realizada a Héctor Arriaga.

<sup>30</sup> Entrevista realizada a Martín García.

<sup>31</sup> 2000-2003.

<sup>32</sup> Así fue como "La LIV Legislatura fue una de las más polémicas por la supuesta compra de legisladores para favorecer al PRI y aprobarle todas las iniciativas al exgobernador Arturo Montiel. En esta Legislatura el PRI recuperó la mayoría absoluta gracias a una división del PAN, que de 29 legisladores se quedó con 16, pues los 13 legisladores que lo abandonaron operaron a favor del PRI" (Gómez, 2006).

político aun cuando era diputado por el PAN. De hecho, Aarón fue el ariete con el que Ávila e Isidro Pastor, por instrucciones de Arturo Montiel, compraron y cooptaron a trece diputados del PAN que se declararon independientes y así rompieron la mayoría panista en aquella legislatura (García, 2014).

Urbina Bedolla regresa a Tecámac, después de tres años como diputado local, ya como una importante figura política a nivel estatal. Su grupo político ya figura dentro del Ayuntamiento, en el comité municipal del PRI lima asperezas y construye vínculos con quienes en ese momento lo integran, esto le permite consolidar su grupo y su poder con los mismos priistas que antaño eran cercanos colaboradores de sus antiguos adversarios políticos.

Aarón Urbina empieza a conciliar su grupo con algunos priistas que fueron muy cercanos colaboradores de Gaspar Ávila y de Eduardo Bernal.<sup>33</sup>

En ese momento, Gaspar Ávila<sup>34</sup> y Eduardo Bernal<sup>35</sup> se encuentran fuera del municipio, cada uno de ellos buscando el desarrollo de sus carreras políticas, pero al hacerlo provocaron que el PRI municipal se quedara sin sus dos figuras más emblemáticas,<sup>36</sup> hecho que aprovechó Urbina Bedolla para consolidar su poder político en el municipio y en el partido que una vez le negó la candidatura a la alcaldía. La ausencia de Gaspar Ávila y Eduardo Bernal significó para los otrora dueños del PRI municipal la pérdida de su influencia política y, actualmente, se ven en la necesidad de negociar con Urbina Bedolla posiciones políticas para ellos y sus allegados.

Pero la consolidación de su liderazgo político le llega a Urbina, varios años después, con la elección como presidenta municipal de Tecámac de Rocío Díaz Montoya<sup>37</sup> para el periodo 2013-2015, al mismo tiempo que él es reelegido por tercera ocasión como diputado local para el mismo periodo, logrando así, obtener dos de los tres espacios más influyentes de la política estatal.

Sus “cualidades” políticas o vínculos con personajes renombrados de la política estatal o nacional no son el único capital político con que cuenta Urbina Bedolla, desde su primera gestión como presidente municipal comprendió el beneficio de construir un vínculo de tipo asistencialista

<sup>33</sup> Entrevista realizada a Martín García.

<sup>34</sup> Gaspar Ávila sale del escenario político municipal para convertirse en diputado federal y después en secretario de la CNC a nivel estatal.

<sup>35</sup> Eduardo Bernal se convierte en secretario general del PRI del Estado de México y posteriormente se va a la campaña de Carlos Hank Ron a Baja California.

<sup>36</sup> “Fue un error de ellos de irse alejando de Tecámac porque hacen presencia o participación política personal, pero, pues, obviamente Gaspar se va como diputado federal y secretario de la CNC a nivel estatal y entonces él hace su trabajo político, pero, fuera de Tecámac. Sucede lo mismo en el caso de Bernal quien se convierte en secretario general del PRI del estado y posteriormente se va a la campaña de Carlos Hank Ron a Baja California, entonces digamos que el PRI se queda descabezado, como quien dice de esas dos figuras” (Entrevista realizada a Martín García).

<sup>37</sup> Una de sus más cercanas colaboradoras y miembro de su grupo político.

con los habitantes de Tecámac (Augusto, 2015) y desde ese momento dio origen a una red clientelar que le ha permitido a él y a su grupo posicionarse políticamente.

### Origen de la red clientelar de Tecámac

La red clientelar que se ubica en el municipio de Tecámac tiene su origen en 1997, como respuesta al rechazo que sufrió Urbina a su intención de convertirse en el candidato del PRI a la alcaldía de ese municipio en el proceso electoral de 1996, esta red responde a su necesidad de posicionarse políticamente dentro y fuera del municipio sin tener que depender de algún partido político. Sin embargo, es necesario mencionar que esta red apoya desde hace años al PRI, desde que Aarón Urbina se convirtió por segunda ocasión en presidente municipal de Tecámac por este partido.<sup>38</sup> Aunque para él esta decisión no es definitiva, ya que considera que podría ganar con cualquier otro partido gracias a “su” estructura clientelar.<sup>39</sup>

Esta red clientelar que abarca todo el territorio del municipio, está compuesta por el patrón, un coordinador general, 24 coordinadores de región, 157 coordinadores de sección, 3,925 coordinadoras de grupo y 98,125 clientes aproximadamente.

La organización de esta estructura clientelar obedece a la distribución en secciones electorales que hizo el Instituto Electoral del Estado de México (IEEM) del municipio de Tecámac, cada una de estas 157 secciones que componen al municipio son lideradas por un *broker* nombrado coordinador de sección. Estas 157 secciones han sido divididas a su vez en 24 regiones y a cada una le corresponde un *broker* que es denominado coordinador de región. Los 24 coordinadores de región le responden al coordinador general de la red y éste a su vez al patrón de la red.

Sin embargo, la organización de esta red clientelar no termina en lo ya mencionado, ya que cada uno de los coordinadores de sección tiene la responsabilidad de organizar a aproximadamente 35 coordinadoras de grupo, estas mediadoras son el vínculo principal de esta red con los clientes que

---

<sup>38</sup> Para el periodo 2003-2006.

<sup>39</sup> Un dato a destacar es que dentro del PRI existen otras redes clientelares con un número mucho menor de clientes, pero los diferentes recursos que sus líderes distribuyen los obtienen a través de los vínculos estatales que establecen con autoridades del Estado de México o mediante posiciones laborales que ellos llegan a ocupar en el gobierno estatal, sin embargo, estas redes no pueden competir con los recursos a los que tiene acceso la estructura clientelar que es objeto de esta investigación.

En otro aspecto, el partido político que más recursos tiene a su disposición en el municipio es el PRI gracias a las diversas ocasiones en que ha ocupado el ayuntamiento a través de sus diversos representantes, así como, a los diferentes gobiernos estatales de corte priista que les han facilitado el acceso a más beneficios. Para el PAN y el PRD la situación es diferente, aunque el PAN tienen un número de militantes mayor al de PRD y ha ocupado el ayuntamiento en dos ocasiones, cuando no es gobierno, no tienen acceso a recursos materiales que podrían posibilitarle la construcción o mantenimiento de una estructura clientelar de este tipo, por lo que hasta el momento no se pudo observar la existencia de redes clientelares en su interior o externas vinculadas al que le provean de votos. Mientras que el PRD es un partido que cuenta con un número muy limitado de militantes, en su interior existen fracciones que se pelean el poco poder político al que tienen acceso y aunque hasta el momento no han logrado ganar una elección municipal, sí han obtenido algunas regidurías en algunos de los procesos electorales, pero éstas han sido mínimas.

ellas lideran y organizan en grupos. Las coordinadoras organizan en números aproximados a 35 clientes cada una, por ello, se plantea que en la red hay 98,125 clientes.<sup>40</sup>

Como se puede observar, en esta red que opera en Tecámac hay cuatro tipos de *brokers*: el coordinador general, el coordinador de región, el coordinador de sección y la coordinadora de grupo, lo cual nos indica que es una red muy amplia.

Actualmente, en esta estructura se desarrolla una base de datos sofisticada que permite conocer el total de miembros de la estructura, quiénes se integran, a quién se le está entregando recursos y quiénes están votando por el partido con la finalidad de repartirlos de la mejor manera, y de corroborar el apoyo electoral en los diferentes procesos electorales; esto porque Ángel Núñez, coordinador general de la red, expone que no es conveniente entregar recursos a quien no está votando por el partido que apoya la red clientelar.

Carlos Rodríguez, expresidente municipal de Tecámac, explica que esta estructura no funciona de forma ininterrumpida, sino que es intermitente, y que es sólo en procesos electorales cuando entrega recursos a sus clientes, no obstante, en el desarrollo de esta investigación y a partir del trabajo de campo se pudo observar que esta red funciona de forma regular todos los días del año, pero es en procesos electorales cuando los apoyos a los clientes se intensifican y son de mejor calidad.

Los recursos entregados a quienes integran esta red clientelar son de diversa índole, desde despensas, becas, material para construcción, créditos, dinero en efectivo, enseres domésticos, boletos para el cine hasta el pago del predial o del recibo del agua, entre muchos otros. El origen de estos recursos de acuerdo a Carlos Rodríguez proviene principalmente de los diferentes programas municipales, estatales o federales.<sup>41</sup>

### *Posiciones*

La red clientelar está estructurada jerárquicamente: en la parte más alta de la estructura se encuentra el patrón de la red, le sigue el coordinador general, el coordinador de región, el coordinador de sección, la coordinadora de grupo y, finalmente, el cliente:

---

<sup>40</sup> Éste es un número aproximado, porque hay coordinadoras de grupo que coordinan hasta a 60 clientes.

<sup>41</sup> Este planteamiento se expone a partir de la entrevista realizada a Carlos Rodríguez, expresidente municipal de Tecámac, en donde explica que esta estructura clientelar se financia a partir de los programas sociales municipales, estatales o federales e incluso, el entrevistado plantea que, de ser necesario, se podría hacer uso del dinero del líder de la red clientelar para ganar las elecciones. No hace alusión a que esta red utiliza recursos de fuentes privadas o ilegales, como dinero del narcotráfico o de contratistas o empresarios, entre otros; ya que para argumentar eso, en este caso, se requeriría demostrar con pruebas este planteamiento.

### Posiciones en la red clientelar



Elaboración propia a partir de los textos de Auyero (2002) y Arriagada (2008).

En esta estructura clientelar no se observó algún tipo de independencia de los diferentes mediadores de la red respecto al líder,<sup>42</sup> ellos no tienen su propia clientela y no pueden negociar apoyo electoral con otro actor político, esto se debe a que tres de los coordinadores de esta red —coordinador general, coordinador de región y coordinador de sección— dependen del patrón de la red porque además de participar en esta estructura también laboran en el ayuntamiento municipal, lo que les impide actuar con independencia, ya que de hacerlo, además de ser expulsados de la red y perder los beneficios que obtienen en ella, también perderían sus empleos.

Algunas de las características de quienes ocupan —coordinadores de región y sección— las posiciones más altas en la estructura jerárquica de la red son la experiencia administrativa previa, tanto en el ayuntamiento como en el comité municipal del PRI, poseen capital social y económico producto del trabajo previo con la gente de sus comunidades lo que les aporta una base social de apoyo, poseen conocimiento sobre cómo funciona el trabajo político-electoral en su región.<sup>43</sup> Son hombres y mujeres, jóvenes y adultos que forman parte de la estructura clientelar, pero también laboran en el ayuntamiento municipal ocupando puestos directivos en éste.<sup>44</sup>

<sup>42</sup> Como es el caso de la red clientelar investigada por Tosoni (2007) en el municipio de Nezahualcóyotl, Estado de México.

<sup>43</sup> Entrevista con Mario Pérez, coordinador de sección de *La Red*.

<sup>44</sup> De acuerdo a las entrevistas realizadas por participar en la red, sólo perciben una bonificación mensual de dos mil pesos que les permite pagar los gastos extras.

Las coordinadoras de grupo<sup>45</sup> se destacan por ser en su mayoría mujeres de diferentes edades, con un bajo nivel educativo, no laboran formalmente lo que les permite dedicar su tiempo<sup>46</sup> a la estructura clientelar, viven en la misma sección que los clientes que integran sus grupos. Muchas de ellas han permanecido en esta estructura clientelar durante varios años

Este importante grupo de mediadoras de la red está compuesto por casi 3,925 personas. Los grupos que ellas coordinan están constituidos casi exclusivamente por personas con las que están vinculadas a partir de lazos familiares, de amistad o de vecindad. En contadas ocasiones los coordinadores de sección o de región les solicitan que incorporen a alguna persona desconocida a “su equipo” por eso, se puede decir que, son ellas quienes eligen a las personas que formarán parte de “sus grupos”.<sup>47</sup>

Las coordinadoras de grupo son el conjunto de mediadores de la red que desarrollan las actividades más relevantes<sup>48</sup> y arduas<sup>49</sup> en la estructura clientelar, ya que ellas: 1) logran el vínculo entre los clientes y el patrón de la red;<sup>50</sup> 2) distribuyen los recursos disponibles de la red a los clientes;<sup>51</sup> y 3) en la jornada electoral incentivan a los clientes a devolver el favor recibido al patrón de la red.<sup>52</sup>

### **Los clientes**

Esta estructura clientelar consta de aproximadamente 98,125 clientes. Este importante grupo de sujetos es el que ha permitido con su apoyo que el líder de la red clientelar y su grupo político logran permanecer en el poder político del municipio por más de 20 años, ocupando diferentes posiciones

---

<sup>45</sup> Para un conocimiento más profundo sobre este grupo de mediadoras de la red. Véase: Castro, Rosalinda (2019), “Las coordinadoras de grupo de la red clientelar del municipio de Tecámac, Estado de México: ¿es puro interés?”, UAEM, Toluca, México. Artículo en prensa, aceptado para publicarse.

<sup>46</sup> Entre otras cosas, ellas deben estar disponibles para asistir a las diferentes reuniones a las que son convocadas por los coordinadores de sección,<sup>46</sup> asistir a los diferentes eventos políticos o sociales organizados por el coordinador general de la red y además tener la posibilidad de buscar en sus hogares a cada uno de los clientes que conforman sus grupos para solicitarles diversos documentos o avisarles de los eventos a los que deben asistir, etc.

<sup>47</sup> En esta estructura se observa como las coordinadoras de grupo construyen en términos de Granovetter (1983) lo que él denominó “lazos fuertes”, es decir, un conjunto de relaciones intensamente entrelazados a través de la proximidad con quienes forman su grupo, para este autor, los lazos fuertes son esenciales, ya que, para él, las personas que sostienen lazos fuertes presentan una mayor motivación por apoyarse mutuamente (Granovetter, 1983, citado en Ritzer, 2002: 449).

<sup>48</sup> Todo el trabajo que ellas realizan lo hacen dirigiéndose a la casa de cada uno de los clientes que conforman sus grupos.

<sup>49</sup> Desde promover al candidato elegido repartiendo volantes y utilitarios en las secciones a las que pertenecen, limpiar calles, pintar zonas específicas elegidas por el coordinador general de la red, hasta sembrar árboles.

<sup>50</sup> Organizan a los clientes para que asistan a los diferentes eventos políticos que organiza la red, desde ir a votar (el más importante), hasta formar parte de campañas políticas.

<sup>51</sup> Informa a los clientes los incentivos que les serán entregados y les solicita los documentos necesarios para la entrega de esos beneficios: INE, CURP, predial, recibo de luz, actas de nacimiento, boletas de calificaciones, además ellas deciden a quien entregar esos recursos o a quien invitar a los diferentes eventos que organiza la red.

<sup>52</sup> El día de la elección se encarga de recordar a cada uno de los miembros de su grupo que deben asistir a votar.

tanto en Tecámac como en el Estado de México; por ello, es de suma importancia su participación dentro de esta estructura y aspectos como su ingreso a esta red, qué incentivos obtienen en ella, en qué momento son requeridos, de qué instancias obtienen los beneficios. Pero, sobre todo, ¿por qué permanecen en esta estructura clientelar? ¿Su permanencia en esta red obedece exclusivamente a los incentivos materiales que en ella se distribuyen o hay otro tipo de incentivo lo que los motiva a hacerlo? Las respuestas a estas preguntas nos permitirán entender la dinámica de su participación en estructuras de este tipo y lo relevantes que son estos actores para las redes clientelares.

### *Como ingresan a la red clientelar*

De acuerdo a las entrevistas realizadas, los clientes especificaron que su ingreso a la red clientelar fue diverso, sin embargo, la principal forma fue a través de la invitación de alguna de las coordinadoras de grupo que operan en la red clientelar, ya que fueron ellas quienes se les acercaron para invitarlos a formar parte de sus grupos, no obstante, también existieron casos en dónde los propios clientes se acercaron a ellas para solicitarles ingresar a sus grupos.

Pues hace como cuatro años fui contactada por un familiar y pues empecé a formar parte del grupo.<sup>53</sup>

Yo fui a ver a la señora Rosa y le pregunté sobre los apoyos que daban, las ayudas que daban y ella fue la que me dijo que si quería, podía pertenecer a su grupo, entonces fue por eso que me uní ahí al grupo, pero yo fui la que fui a buscar para preguntarle.<sup>54</sup>

Ella fue la que me buscó, la coordinadora, hace más o menos seis años.<sup>55</sup>

Mi suegra.<sup>56</sup>

Los clientes argumentaron que el interés por ingresar a estos grupos radica en los apoyos que recibirían por formar parte de esta estructura, en el caso de los clientes que solicitaron su ingreso explicaron que acceder a los recursos a través del Ayuntamiento es complicado y que es más fácil obtenerlos si forman parte de los grupos de estas mediadoras de la estructura clientelar.

En este sentido, los entrevistados mencionaron que en ningún momento han recibido algún recurso brindado por el Ayuntamiento Municipal, aunque tampoco ellos le han solicitado algún

<sup>53</sup> Entrevista realizada a Rosa López, citada en Castro, Rosalinda (2014), *Movilización electoral y poder político a través de redes clientelares. El caso del municipio de Tecámac, Estado de México* (Tesis Doctoral), UAEM, Toluca, México.

<sup>54</sup> Entrevista realizada a Ana Rocha, ibídem, 245.

<sup>55</sup> Entrevista realizada a Alejandro Alvarado, ídem.

<sup>56</sup> Entrevista realizada a Rosa López, ídem.

recurso. En este sentido, es interesante observar que los clientes que integran esta red no vinculan los recursos que reciben a los diversos programas federales, estatales o municipales y que ellos consideran que los beneficios obtenidos derivan del partido que apoya la estructura clientelar (PRI).

No, ninguno, del Municipio ninguno, he sabido que han dado demasiados a diferentes personas, pero no he recibido beneficios de parte del Municipio.<sup>57</sup>

Pues, no, solamente ha sido por medio de las coordinadoras.<sup>58</sup>

No, nunca me he acercado al Municipio a pedir apoyo.<sup>59</sup>

No, no le he solicitado ayuda.<sup>60</sup>

A partir de la investigación desarrollada, se pudo observar que los recursos que entrega la red clientelar y que provienen de los diferentes programas sociales sólo se entregan a quienes conforman esta estructura, dejando de lado a los sectores vulnerables para los que estaban destinados. Los habitantes de Tecámac pueden solicitar el apoyo de forma directa en el Ayuntamiento, pero les será difícil acceder a él convirtiendo a la estructura clientelar en el canal más efectivo para obtener algún tipo de ayuda.<sup>61</sup> Se suma a esto el hecho de que la información sobre la disponibilidad de los diferentes programas sólo circula al interior de la red, lo que impide que los ciudadanos fuera de ella se enteren de esos apoyos.

Esto coincide con lo que expuesto por Ángel Núñez, coordinador general de la red, al explicar que los programas que se distribuyen desde el ayuntamiento se entregan a través de la estructura clientelar, ya que para el municipio o para la estructura del PRI sería muy complicado y costoso entregar los recursos en todas las comunidades a través de convocatorias públicas, además de que no se podría generar el vínculo entre el recurso entregado y el partido o candidato apoyado por la red.<sup>62</sup>

Para los clientes de esta estructura la idea de recibir incentivos por formar parte de ella está tan arraigada y normalizada que cuando las mediadoras los buscan para entregarles folletos sobre

---

<sup>57</sup> Entrevista realizada a Angélica Cervantes, *ibídem*, 247.

<sup>58</sup> Entrevista realizada a Isabel Ojeda, *ídem*.

<sup>59</sup> Entrevista realizada a Alejandro Alvarado, *ídem*.

<sup>60</sup> Entrevista realizada a Rosa López, *ídem*.

<sup>61</sup> Entrevista con Ángel Núñez, coordinador general de la red clientelar de Tecámac. Él argumenta que “*La red*, además de llevar un registro permanente, busca consolidarse como una estructura organizada para “bajar” los programas que se distribuyen desde el Ayuntamiento. En este sentido, dice él, que resultaría muy complicado y costoso para el ayuntamiento municipal o para la estructura del PRI entregar los apoyos a todas las comunidades del municipio. Se puede pensar que un recurso también podría distribuirse a través de convocatorias públicas o espectaculares, pero, no todas las personas podrían ir por el recurso, y más aún, no podría establecerse la relación entre apoyo y compromiso de votar por el PRI”.

<sup>62</sup> Entrevista con Ángel Núñez, coordinador general de la red clientelar de Tecámac.

alguno de los candidatos que apoya el líder de la red, les reclaman por apoyos. Un dato a destacar es que muchos de los clientes ya llevan varios años formando parte de esta estructura.

### **Frecuencia con la que son requeridos**

Varios son los momentos en que los entrevistados son requeridos por las coordinadoras de grupo, pero esto no interviene con las actividades que ellos llevan a cabo de forma cotidiana. Algunos eventos a los que acuden son los mítines políticos a los que asiste el líder de la red clientelar o algún integrante de su grupo político, eventos en los que al final se les entrega diversos incentivos materiales por su participación como despensas, tarjetas con dinero o utilitarios, entre otros; destaca que no todos los clientes acuden a todos los eventos que se llevan a cabo; las mediadoras utilizan un sistema de rotación para que algunos clientes vayan a algún evento y otros a otro, con la intención de que todos los clientes asistan, por lo menos, a un evento. Para el caso de la entrega de apoyos como despensas, todos los clientes de la mediadora deben asistir porque ahí todos son beneficiados y deben recibir su incentivo de forma personal o no se les hace entrega del beneficio. Finalmente, al evento más importante al cual deben acudir todos los clientes que conforman los grupos de las mediadoras es el día de las elecciones, ahí las mediadoras son las encargadas de incentivar a los clientes, desde muy temprano y hasta que acudan a emitir su voto, a devolver el favor al líder de la red clientelar.

Pues unas tres, cuatro veces al año.<sup>63</sup>

Cada... como por decir... cada dos meses.<sup>64</sup>

Pues cada dos meses, cada tres meses según los planes que tenga el grupo, o sea dependiendo lo que tengan ellos organizado pues nos dicen.<sup>65</sup>

### *Actividades durante las elecciones*

Acudir a votar es el principal acto de los clientes el día de las elecciones. De acuerdo a ellos, en la jornada electoral son las coordinadoras de grupo quienes llegan hasta sus casas para solicitarles votar en las primeras horas del día, si el cliente no acude las mediadoras regresarán de nuevo para hacer la misma solicitud. No obstante, explican que ellas no les dicen de forma explícita hacia qué partido o

---

<sup>63</sup> Entrevista realizada a Alejandro Alvarado.

<sup>64</sup> Entrevista realizada a Rosa López.

<sup>65</sup> Entrevista realizada a Angélica Cervantes.

candidato inclinar su apoyo, pero ellos saben por quien votar debido a las reuniones anteriores con los coordinadores de sección quienes les advierten los beneficios que obtendrán al votar por el candidato que apoya la red clientelar.

Pues nada más nos llama para ir a votar, nada más. No nos dice por quien votar, uno es libre.<sup>66</sup>

Sólo a votar.<sup>67</sup>

### *Cargo de la persona que organiza el grupo al que pertenece*

Los clientes que forman parte de esta estructura clientelar identifican la posición que ocupa en esta estructura —coordinadora de grupo— la persona que dirige el grupo al que pertenece, pero no conoce a las personas que ocupan la misma posición u otras posiciones en la red clientelar. Esto se explica a partir del estrecho vínculo que establece con quien los organiza y a la ausencia de contacto con quienes ocupan otras posiciones en esta red clientelar, esto se debe al gran número de integrantes que conforman esta estructura. Pero esto no sucede con el líder de la red al cual identifican plenamente a pesar del nulo contacto con él.

La coordinadora.<sup>68</sup>

Coordinadores, se les nombra coordinadores.<sup>69</sup>

Se les llama coordinadoras.<sup>70</sup>

### *Apoyos que recibe por formar parte de la red clientelar*

De acuerdo con Carlos Rodríguez, expresidente municipal de Tecámac, los recursos que alimentan a la red provienen del gobierno federal, estatal y municipal a través de diversos programas sociales. Entre los incentivos que se distribuyen a los clientes se encuentran despensas, becas a madres solteras y de bajos recursos, becas a estudiantes de preparatoria, secundaria y primaria, laptops, tabletas, material para construcción, ayuda económica a personas enfermas y de la tercera edad, créditos,

---

<sup>66</sup> Entrevista realizada a Alejandro Alvarado, *ibídem*, 245.

<sup>67</sup> Entrevista realizada a Rosa López, *ibídem*, 246.

<sup>68</sup> Entrevista realizada a Alejandro Alvarado.

<sup>69</sup> Entrevista realizada a Rosa López.

<sup>70</sup> Entrevista realizada a Isabel Ojeda.

tarjetas bancarias, animales de granja, plantas hortícolas, utilitarios y recientemente boletos para el cine y para espectáculos musicales.

Lo que más nos bajan es la despensa, es lo que más dan.<sup>71</sup>

Becas, pero no las dan continuamente.<sup>72</sup>

Despensas, cuando hay becas; becas para los chicos de primaria, secundaria, prepa casi no.<sup>73</sup>

Los incentivos que distribuye esta red a sus clientes son continuos, aunque se intensifica la distribución en procesos electorales, pero la red ha entregado recursos de forma permanente desde hace casi veinte años. Con respecto a esto, los únicos beneficiarios de los apoyos que distribuye esta red son quienes forman parte de ésta, quienes no lo hacen son excluidos. Y sólo se puede acceder a los diversos programas si se está integrado en alguno de los grupos de las coordinadoras de grupo de esta red clientelar.

Pues nos dan la despensa nada más, la despensa. Lo que te digo de las despensas como tres, cuatro veces al año, nada más.<sup>74</sup>

Pues hasta ahorita lo único que he recibido son apoyos de despensa y en una ocasión una beca que le dieron a mi hija, nada más es lo que he recibido... Ah no y también recibí un apoyo de, no recuerdo si fue de... no fue de madres solteras fue un apoyo de... Pues ni me acuerdo cómo se llamó ese apoyo que nos estuvieron dando durante creo que seis meses, es que no recuerdo qué nombre tenía ese apoyo.<sup>75</sup>

Si yo voy a las reuniones o a donde tengo que ir, que me dicen que tengo que ir me dan una despensa o si no, también, bueno ahorita habrían estado dando una despensa casi cada dos meses, algo así nos estaban dando pero ahorita ya no, ya tiene unos tres, cuatro meses que no nos han dado.<sup>76</sup>

Un dato a rescatar es la consideración por parte de los clientes de que sólo dejarían de recibir los beneficios si abandonaran la red, pero no si ganara otro partido, esto a pesar, de que en diferentes reuniones se les advierte sobre esta situación.<sup>77</sup>

<sup>71</sup> Entrevista con la coordinadora de grupo Guadalupe Estrada.

<sup>72</sup> Entrevista con la coordinadora de grupo Abigail Castillo.

<sup>73</sup> Entrevista con la coordinadora de grupo Teresa Espino.

<sup>74</sup> Entrevista realizada a Alejandro Alvarado.

<sup>75</sup> Entrevista realizada a Angélica Cervantes.

<sup>76</sup> Entrevista realizada a Ana Rocha.

<sup>77</sup> Los coordinadores de sección de esta red clientelar son los encargados de transmitirles a los clientes en las reuniones previas a cada elección, sobre la posibilidad de que dejarán de recibir los incentivos materiales si otro partido gana las elecciones.

Pues solamente que ya no hubiera coordinadoras.<sup>78</sup>

Pues cuando yo deje de ir a recibirlas me imagino que te quitan el beneficio.<sup>79</sup>

Pues en el caso que dejara la votación del partido.<sup>80</sup>

Para los clientes formar parte de esta estructura clientelar tiene más beneficios que costos, esto se explica a partir de lo que obtienen y de las pocas exigencias que reciben por formar parte de esta estructura, esto incluye el poco tiempo que invierten a su participación en la red, así como a la falta de presión para votar por el candidato o partido respaldado por el líder de la red clientelar.

Pues, beneficio.<sup>81</sup>

Pues, es un beneficio, a la mejor no es tan constante pero sí te ayuda a veces un poco en el gasto.<sup>82</sup>

Más que benéfico... no es una presión, estoy ahí porque quiero estar ahí, pero benéfico, pues, dentro de lo que me puedan dar, lo que me puedan ofrecer que realmente no es mucho pero lo poco que me pueden ofrecer, pues, yo lo tomo.<sup>83</sup>

Es benéfico para mí, no es ninguna presión, es benéfico por los apoyos que nos dan.<sup>84</sup>

En general, las personas entrevistadas señalaron que no les perjudicaría salir de la red, pero, están conscientes de que estar en ella les reporta beneficios.

Pues, no me afecta en grande mayoría ¿no? pero yo había aceptado estar en el grupo porque quería más que nada yo la beca, pero ya pasaron los años, mi hija ya creció, entonces no creo que ya se la den ahorita tampoco, entonces tampoco me afecta dejarlo porque, pues, una u otra cosa el apoyo que me dan va a dar a algún lado, ya ahora que sí me toca, pues no me hace mal.<sup>85</sup>

Pues sí nos perjudica porque ya no tenemos la ayuda, pero en caso que yo saliera y hay otra persona que lo necesita, pues mejor que se lo dieran a la persona que lo necesita, o sea, no me perjudicaría tampoco.<sup>86</sup>

Pues, yo siento que es mejor formar parte del grupo porque de alguna manera ella [la mediadora] es la que me va a avisar que va a haber algún apoyo o que hay algún apoyo, y si ya fue de manera individual

<sup>78</sup> Entrevista realizada a Alejandro Alvarado.

<sup>79</sup> Entrevista realizada a Rosa López.

<sup>80</sup> Entrevista realizada a Angélica Cervantes.

<sup>81</sup> Entrevista realizada a Alejandro Alvarado.

<sup>82</sup> Entrevista realizada a Rosa López.

<sup>83</sup> Entrevista realizada a Aurora Galindo.

<sup>84</sup> Entrevista realizada a Isabel Ojeda.

<sup>85</sup> Entrevista realizada a Angélica Cervantes.

<sup>86</sup> Entrevista realizada a Isabel Ojeda.

ya sería yo la que tendría que estar yendo a ver de qué manera me podrían ayudar y realmente si me darían el apoyo.<sup>87</sup>

### *Compromiso con el PRI*

Aunque los entrevistados reciben diversos incentivos por formar parte de la estructura clientelar y éstos están condicionados a su apoyo en las urnas, ellos no se sienten comprometidos a hacerlo, por lo que, algunos de los entrevistados argumentaron que han apoyado a candidatos de otro partido político.

Pues, tanto como comprometido no, porque te digo, yo soy priista yo voto siempre por el partido.<sup>88</sup>

Yo voto, pues, sí... el voto es secreto, voto por el que en ese momento yo prefiera.<sup>89</sup>

No, no voto por otro partido ni me siento presionada a votar por el partido.<sup>90</sup>

No, no me siento comprometida, yo he votado por otro partido.<sup>91</sup>

No, no me siento comprometida y sí he votado por otro partido pero la situación que... bueno van como tres años que anulo mi voto.<sup>92</sup>

En este sentido, se observa que esta estructura clientelar carece de mecanismos eficientes que vigilen o controlen el voto de los clientes beneficiados, ya que están entregando recursos a personas que no se sienten comprometidas por devolver los favores recibidos por el líder de la red clientelar y se les están fugando recursos que pueden ser utilizados en personas que devuelvan los favores recibidos o en personas que sí necesiten esos recursos. Aunque esta estructura clientelar es muy amplia y eso también afecta el control sobre sus miembros, parece ser que en el caso de los clientes, las coordinadoras de grupo no logran controlar eficazmente a los miembros que conforman sus grupos, a pesar de que, como se dijo arriba, los vínculos que los unen no necesariamente se podrían considerar como lazos débiles<sup>93</sup> en términos de Granovetter (1983), sino al contrario, ya que estos lazos de

---

<sup>87</sup> Entrevista realizada a Ana Rocha.

<sup>88</sup> Entrevista realizada a Alejandro Alvarado.

<sup>89</sup> Entrevista realizada a Rosa López.

<sup>90</sup> Entrevista realizada a Angélica Cervantes.

<sup>91</sup> Entrevista realizada a Aurora Galindo.

<sup>92</sup> Entrevista realizada a Isabel Ojeda.

<sup>93</sup> Por lazos débiles, Granovetter (1983) entiende a una relación entre dos actores que puede no ser intensa, este vínculo en algunos casos puede servir como un puente entre dos grupos que presentan en su interior una relación intensa entre quienes lo conforman, a ese tipo de relación o vínculo, el autor lo denomina lazos fuertes. Para Granovetter, los lazos débiles son fundamentales, ya que permiten vincular a dos grupos que estarían totalmente aislados, lo cual podría conducir a un sistema social más fragmentado. Granovetter explica que si una persona careciera de lazos débiles, estaría aislado dentro de un grupo estrechamente tejido y no tendría información sobre lo que sucede en otros grupos y en la sociedad. Por lo tanto, para él los lazos débiles evitan el aislamiento y permiten a los individuos la integración en la sociedad" (Ritzer, 2002: 449).

amistad, vecindad e incluso de parentesco, deberían ayudar a fortalecer la lealtad de los clientes con las coordinadoras de grupo y reflejarse en el apoyo al líder de la red a través del voto.

Con respecto a la gestión del PRI en el municipio, los entrevistados expusieron que es preferible que sus políticas beneficien a todos los ciudadanos y no sólo a unos cuantos, ya que con los incentivos que entregan selectivamente no se mejora el nivel de vida de todos los que habitan Tecámac.

Porque el gobierno debería en vez de darnos despensas, que sí es un apoyo, debería de dar trabajo porque las despensas no solucionan la pobreza del país, sino al contrario hace que la gente sea conformista entonces no estoy de acuerdo con el apoyo de eso, a lo mejor yo lo recibo, sí lo recibo pero no me atengo a que me van a dar y la mayoría de la gente está atendida a que le den, entonces no estoy de acuerdo con ese tipo de ayudas, porque debería haber mejor trabajo, mejores trabajos, mejores salarios para vivir mejor y no estar atendidos a lo que nos van a dar porque no nos resuelve más que unos días.<sup>94</sup>

Pues, precisamente trabajo, lo que es... siempre se ha dicho ahora sí que cuando vienen los diputados a presentarse como nuevos candidatos, pues nos prometen muchas cosas ¿no? que si hacen falta como la vigilancia, que haya mejores vialidades que haya mejores servicios, todo eso que necesitamos siempre nos lo prometen y nunca nos lo cumplen, entonces, son cosas que si deberíamos mejorar porque hay lugares que, bueno que yo he visto que las autoridades se preocupan por el pueblo y aquí no, aquí sabemos abiertamente que es poco para la gente, que nomás es para ellos y es lo que digo nada más nos quieren tapan el ojo con la despensa, entonces no hay ningún beneficio para el país o para el pueblo.<sup>95</sup>

Pues, más que nada, yo siento que Tecámac es un municipio que sí tiene mucha pobreza, mucha necesidad, aparentemente, sí están ayudando pero no es una ayuda como debe de ser, yo siento que les falta mucho para poder apoyar a la gente, o sea, apoyan para obtener lo que ellos quieren, pero no apoyan en cuestión de que realmente la gente lo está necesitando.<sup>96</sup>

En este aspecto, de acuerdo a las personas entrevistadas, el PRI sólo se ha enfocado en permanecer en el poder, olvidando a los habitantes del municipio, a los que buscan sólo en procesos electorales y haciendo promesas que nunca cumplirán, por ello, explican que es preferible que resuelvan la pobreza, la inseguridad, la falta de empleos o mejoren las vialidades, porque así se mejoraría las vidas de todos los tecamaquenses.

---

<sup>94</sup> Entrevista realizada a Angélica Cervantes.

<sup>95</sup> Entrevista realizada a Angélica Cervantes.

<sup>96</sup> Entrevista realizada a Ana Rocha.

Para los entrevistados, el apoyo brindado al PRI por quienes habitan Tecámac obedece a la falta de empleos en el municipio y a la ausencia de recursos para subsistir por ello, dicen, se integran a esta estructura clientelar.

Pues no, te digo, por ejemplo, yo como soy priista, no tengo miedo de votar por el PRI, no tengo por necesidad o por miedo. Por ser militante de años.<sup>97</sup>

Muchas personas yo creo que lo hacen por la necesidad, por querer creer de nuevo en un partido y este... y, pues, a veces aunque uno no vote, pues, salen las cosas así.<sup>98</sup>

Pues, sí sería, se juntaría todo eso, necesidad, sí tienen necesidad, conveniencia, pues sí, les conviene no trabajar y que les den, y miedo, pues, no creo que tengan miedo, pero, pues, es gente que se acostumbra a que les estén dando entonces muchas veces prefieren eso a pedir un trabajo o a hacer trabajo entonces ya nada más están esperando a ver cuándo les dan o que día reciben para estar ahí, entonces yo pienso que es conveniencia y necesidad pero les gana más la conveniencia.<sup>99</sup>

Pues, por necesidad, más que nada la necesidad, nada más.<sup>100</sup>

#### *Votar por otro partido*

Para finalizar, los entrevistados consideraron que de no entregarse recursos en esta estructura clientelar, ellos no se integrarían ni permanecerían en ella, por lo que se irían a otros partidos en busca de incentivos; sin embargo, llama la atención que muchos de los clientes han permanecido en la estructura durante varios años a pesar de que los recursos que reciben no son en demasía ni tan significativos para quienes la integran, por lo que se puede considerar que a pesar de esto lo que perciben en ella los hace mantenerse en esta estructura.

Pues no, mi mismo caso de vuelta, te vuelvo a repetir, el PRI, soy priista, yo voto por el PRI.<sup>101</sup>

Yo creo que de todas maneras, el voto es libre y aunque recibas apoyo de cualquier partido, pues tú tienes la libertad de votar.<sup>102</sup>

Pues, desgraciadamente todos los partido prometen muchas cosas y la gente se va por el que más o menos les da, porque ha habido gente que promete y no le dan nada, precisamente por la necesidad se

<sup>97</sup> Entrevista realizada a Alejandro Alvarado.

<sup>98</sup> Entrevista realizada a Rosa López.

<sup>99</sup> Entrevista realizada a Angélica Cervantes.

<sup>100</sup> Entrevista realizada a Isabel Ojeda.

<sup>101</sup> Entrevista realizada a Alejandro Alvarado.

<sup>102</sup> Entrevista realizada a Rosa López.

van con el que les da aunque sea poco, entonces si es más que nada por eso porque ven que les van a dar.<sup>103</sup>

Pues, sí, creo que se van más por los que los apoyan más en despensas como económico, sí, se inclinan más por los apoyos.<sup>104</sup>

### Conclusiones

De acuerdo a Auyero (2002), el actor que se ubica en la parte más baja de una estructura clientelar es el cliente, no obstante, su presencia en las redes clientelares es sustancial para este tipo de estructuras, ya que gracias a su apoyo los líderes o representantes populares, así como, los partidos políticos logran ingresar al poder político o permanecer en éste hasta que les otorga la importancia que detentan. Expone Arriagada (2008) que los clientes ingresan a las redes clientelares por varios aspectos, pero uno de los principales obedece a su condición de precariedad.

Sin embargo, para algunos autores (Auyero, 2002; Combes, 2011; Landini, 2013; Banégas, 2011), el vínculo clientelar no se limita únicamente a una relación instrumental; para ellos, en este tipo de relaciones, con el paso del tiempo, se germinan factores subjetivos que logran que quienes integran este vínculo permanezcan, y no sólo por un interés.

Empero, para el caso de esta red clientelar investigada y que se ubica en el municipio de Tecámac, se encontró que, contrario a lo descubierto en investigaciones realizadas por Auyero (2002)<sup>105</sup> y lo expuesto en el párrafo anterior, los clientes que ingresan a esta estructura lo hacen por los incentivos materiales que se distribuyen en ella y permanecen por la misma razón y no por algún incentivo inmaterial o factor subjetivo. Para los clientes de esta red sí son importantes los incentivos materiales que perciben en esta estructura, como así lo exponen algunas de las coordinadoras de grupo, al manifestar que cuando buscan a los clientes para entregarles folletos, con información de algún tipo, los clientes les exigen despensas u otros recursos.

Esto a pesar de que algunos clientes explicaron que no dependen de estos recursos para sobrevivir,<sup>106</sup> por ello se puede decir que algunos de estos recursos se entregan a personas que no les son necesarios, mientras que a los sectores vulnerables del municipio no les llegan porque no forman parte de esta red clientelar.

---

<sup>103</sup> Entrevista realizada a Angélica Cervantes.

<sup>104</sup> Entrevista realizada a Isabel Ojeda.

<sup>105</sup> Sobre este importante grupo de actores: clientes.

<sup>106</sup> Aunado al hecho de que estos recursos no son suficientes y no se les entregan continuamente a pesar de las promesas por parte del patrón de la red de que así será.

Aunque algunos de los clientes expresaron no depender de estos recursos, quienes la integran esperan recibir algo a cambio por su participación en la estructura y seguirán ahí siempre y cuando los beneficios obtenidos sean mayores a los costos que les generen. En el caso de las personas que ingresaron a la estructura por alguna necesidad, cuando su situación mejora no abandonan la red y siguen percibiendo los incentivos materiales que ésta reparte, impidiendo que otro habitante del municipio acceda a estos recursos.

A pesar de esto, los entrevistados consideraron que sería mejor para los habitantes del municipio que se invirtieran los recursos en sectores que realmente beneficien a toda la población como las vialidades, escuelas, creación de empleos, seguridad pública u otros aspectos y no en la entrega de despensas o diversos incentivos materiales que sólo ayudan de forma momentánea y no mejoran las condiciones de vida de quienes habitan Tecámac.

Destaca el hecho de que, aunque los clientes perciben incentivos de la red clientelar permanentemente, ellos no sienten el compromiso de devolver el favor recibido, por lo que el control y vigilancia sobre este grupo de actores no está funcionando, ya que se les entrega recursos a electores que no apoyan con su voto al líder de la red en los diferentes procesos electorales, así se pudo observar en las elecciones para presidente municipal en el periodo 2012-2015, con la candidata de la coalición PRI-PVEM-NA, Rocío Díaz Montoya<sup>107</sup> que ganó ese proceso electoral con alrededor de 71,216 votos,<sup>108</sup> cuando el número de clientes de esta estructura clientelar rondan los casi 100,000 electores.

A pesar de esta situación, y aunque Ángel Núñez, coordinador general de esta estructura, explica que el objetivo de la red se está cumpliendo al asegurar entre 60 y 61 mil votos para el candidato de la red, la realidad es que los recursos que se destinan a quien la integra se están fugando, incluso aunque la red clientelar sea cada vez más especializada. En este sentido, pensar en el control de los votos de los clientes es una tarea complicada y costosa como lo plantean Kitschel y Wilkinson (2012), ya que individualmente o en un pequeño grupo no es difícil, como ellos lo argumentan, pero si hablamos de una red clientelar que está compuesta por aproximadamente 98,125 clientes, que son los que conforman esta red clientelar, se convierte en una tarea titánica.

Esta situación no es ajena al líder de la red clientelar Aarón Urbina Bedolla, ya que para el proceso del 1º de Julio de este 2018 solicitó<sup>109</sup> a las coordinadoras de grupo que integran su estructura clientelar vigilar más el voto de los clientes que conforman sus grupos; sin embargo, es la primera

---

<sup>107</sup> Cercana colaboradora del líder de la red clientelar y miembro de su grupo político. Fue presidenta municipal de Tecámac (2013-2015) y diputada federal por el Distrito Electoral Federal 28 (2015-2018).

<sup>108</sup> [http://www.ieem.org.mx/numeralia/result\\_elect.html](http://www.ieem.org.mx/numeralia/result_elect.html)

<sup>109</sup> Reunión que tuvo lugar el día 19 de mayo de 2018, a las 13:00 p. m. en la localidad de los Reyes Acozac, del municipio de Tecámac, Estado de México.

ocasión que el líder de la red hace una mención de este tipo a estas mediadoras, a pesar de que la red clientelar lleva operando poco más de veinte años.

Por todo lo anterior, las investigaciones sobre las redes clientelares no ha terminado, aún hay muchos datos por conocer desafortunadamente obtener información de alguna de estas estructuras es difícil ante el temor de sus integrantes de filtrar información, sobre todo si se habla de redes cerradas que no permiten la entrada a personas ajenas, pero el acceso a estas estructuras permitiría entender a profundidad el fenómeno clientelar, cuestiones de cómo operan, la cantidad de recursos que manejan, de dónde provienen todos esos recursos, cómo se reorganizan después de cada proceso electoral, las características de todos los miembros que las componen, son cuestiones que si tuvieran respuesta nos ayudarían a entender por qué y cómo funcionan estas estructuras, y cómo con su eficacia impiden el desarrollo y consolidación de los sistemas democráticos. Sin embargo, estas interrogantes quedarán pendientes hasta que los especialistas en estos temas puedan acceder a estas estructuras para darles respuesta.

### Referencias bibliográficas

- Alejandre, G., Pineda, J., y Y. Hernández (2015), “El desarrollo urbano de la ZMCM como construcción social de las nuevas realidades: el caso del municipio de Tecámac, Estado de México” en *Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanística* 8, pp. 1-24.
- AMT. Archivo Municipal de Tecámac, 1998, Municipio de Tecámac, Estado de México.
- Arriagada, E. (2008), “El intercambio de bienes simbólicos: fundamento de los vínculos clientelares. El partido Unión Demócrata Independiente y los sectores populares en Chile” en XXVIII International Sunbelt Social Network Conference. St. Pete Beach, Florida, 23 de enero de 2008.
- Audelo, J. (2004), “¿Qué es el clientelismo? Algunas claves para comprender la política en los países en vías de consolidación democrática” en *Estudios Sociales*, vol. 12, núm. 24, México, Coordinación de Desarrollo Regional, pp. 124-142.
- Augusto, L. (7 de mayo de 2015), “Eruviel Ávila y su Santaclós”. *El Gráfico* en <http://www.elgrafico.mx/columna/07-05-2015/eruviel-avila-y-su-santaclós> [consultado el 27 de febrero de 2018].
- Auyero, J. (2002), “Clientelismo político en Argentina: doble vida y negación colectiva” en *Perfiles Latinoamericanos*, núm. 020, México, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, pp. 33-52.

- Banégas, R. (2011), “Clientelismo electoral y subjetivación política en África. Reflexiones a partir del caso de Benín” en *Desacatos*, 36, pp. 33-48.
- Bourdieu, P. (2000), *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Beuve, R. (2003), “Caciquismo, un principio de ejercicio de poder durante varios siglos” en *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad*, vol. 24, núm. 96, México: El Colegio de Michoacán, pp. 17-39.
- Carneiro, F. (2009), “Patronazgo y estrategias de movilización partidaria: evidencia desde los gobiernos subnacionales de Uruguay” en *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, vol. 18, núm. 1, Uruguay, Instituto de Ciencia Política, pp.139-161.
- Castro, R. (2014), *Movilización electoral y poder político a través de redes clientelares. El caso del municipio de Tecámac, Estado de México* (Tesis Doctoral), UAEM, Toluca, México.
- Castro, R. (2019), “Las coordinadoras de grupo de la red clientelar del municipio de Tecámac, Estado de México: ¿es puro interés?”, UAEM, Toluca, México. Artículo en prensa, aceptado para publicarse.
- Combes, H. (2011), “¿Dónde estamos con el estudio del clientelismo?” en *Desacatos*, núm. 36, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México, pp. 13-32.
- CONEVAL. Entidades Federativas, Pobreza a nivel municipio, Tecámac, 2015. [https://www.coneval.org.mx/coordinacion/entidades/EstadodeMexico/Paginas/pobreza\\_municipal2015.aspx](https://www.coneval.org.mx/coordinacion/entidades/EstadodeMexico/Paginas/pobreza_municipal2015.aspx) [consultado el 22 de Julio de 2018].
- Correa, H. (2010), “Comunidades históricas en la gran ciudad: emergencia político-cultural en Tecámac, Estado de México” en *Nueva Antropología* 73, pp. 59-85.
- Corrochano, D., (2002), “El clientelismo posmoderno” en *Perfiles Latinoamericanos*, núm. 20, México, FLACSO, pp. 131-156.
- García, S. (2 de diciembre de 2014), “El emporio del cacique de Tecámac” en *El Universal*. <http://www.eluniversalmas.com.mx/columnas/2014/12/110070.php> [consultado el 15 de enero de 2018].
- García, S. (1 de diciembre de 2014). “El abarca de Tecámac”. *El Universal.mx*. Recuperado de <http://www.eluniversalmas.com.mx/columnas/2014/12/110031.php> (consultado el 3 de marzo de 2018).
- Gómez, E. (13 de marzo de 2001). “Rompen 12 con el PAN”. *Reforma*. Recuperado de <https://busquedas.gruporeforma.com/reforma/BusquedasComs.aspx> (consultado el 10 de enero de 2018).

- Gómez, E. (11 de enero de 2006). “Pretenden repetir”. *Reforma*. Recuperado de <https://busquedas.gruporeforma.com/reforma/BusquedasComs.aspx> (consultado el 13 de enero de 2018).
- González, J. (1997) *El clientelismo político. Perspectiva socio antropológica*. Barcelona: Anthropos.
- Granovetter, M. (1983), “The Strength of Weak Ties. A Network Theory Revisited” en Lin, N. y P. Madsen (comp.), *Social Structure and Network Analysis*, California: Sage Publications.
- Grupo Político Tecámac. (2014). *Diagnóstico del proceso político en Tecámac 1997-1999*. (Documento inédito), México.
- Ibarra, M. (2017) “Tensiones y conflictos por agua en el boom inmobiliario de Tecámac, México”, *Territorios* 37, pp. 81-99.
- INEGI. (1996), *Cuaderno Estadístico Municipal, Tecámac, Estado de México*, México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 1996.
- INEGI. (2000), *Censo de población y vivienda del 2000*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2000.
- Isunza, G. y B. Méndez (2011), “Desarrollo inmobiliario y gobiernos locales en la periferia de la Ciudad de México”. *EURE* 111, pp. 107-129.
- Kitschelt, H. y S. Wilkinson (2012), *Vínculos entre ciudadanos y políticos una introducción, Documentos de trabajo*, Salamanca: Universidad de Salamanca, Instituto de Iberoamérica.
- Landini, F. (2013), “Asistencialismo y búsqueda de ayudas como estrategia de supervivencia en contextos campesinos clientelares” en *Polis. Revista de la Universidad Bolivariana*, vol. 12, Chile, Universidad de los Lagos.
- Mancha, F. (2011), “Participación o la suma de esfuerzos individuales: Qué es lo local y como impregnarlo del concepto de desarrollo” en *Revista Enfoques: Ciencia Política y Administración Pública*, vol. 19, núm. 15, Chile, Universidad Central de Chile, pp. 177-191.
- Mantilla, L. (2013), “Al margen del poder y de la comunidad: la “cultura política” del clientelismo” en *Espiral*, vol. 20, núm. 56, México, Universidad de Guadalajara, pp. 39-66.
- Médard, J. (2000), “Clientélisme politique et corruption” en *Revue Tiers Monde*, núm. 161, París, pp. 75-88.
- Moreno, J., (1994), “Teoría del clientelismo y estudio de la política caciquil” en *Revista de Estudios Políticos* (Nueva Época), núm. 89, Madrid, pp. 191-224.
- Pinzano, L. (2001), “Caudillismo y clientelismo: expresiones de una misma lógica” en *Revista de Estudios Sociales*, núm. 9, Bogotá, pp. 75-83.

- Ramírez, M. (2011), “Un análisis del clientelismo y *Pork* en la democracia mexicana: el caso del Estado de México” en *Documentos de Trabajo*, núm. 393, México: Fundación Rafael Preciado Hernández, A.C. PAN. México.
- Ritzer, G. (2002), *Teoría Sociológica Moderna*. 5ª ed., España: McGraw Hill.
- Ruíz, J. (2009), “Poder local y clientelismo político en Puebla, el caso de la familia Ávila Camacho” en *Relaciones, Estudios de Historia y Sociedad*, vol. 30, núm. 119, México: El Colegio de Michoacán, pp. 191-223.
- Sedesol. Diario Oficial de la Federación, México, Tecámac, 2017. [https://www.google.com/search?q=diariooficial.gob.mx%2FSEDESOL%2F2017%2FMexico\\_081.pdf&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b](https://www.google.com/search?q=diariooficial.gob.mx%2FSEDESOL%2F2017%2FMexico_081.pdf&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b) [consultado el 23 de Julio de 2017].
- Tosoni, M. (2007) “Notas sobre el clientelismo político en la ciudad de México” en *Perfiles Latinoamericanos*, núm. 29, México, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, pp. 47-69.

#### ENTREVISTAS CITADAS

1. Entrevista realizada a Carlos Rodríguez, expresidente municipal de Tecámac.
2. Entrevista realizada a Mario Pérez, coordinador de sección de la red.
3. Entrevista realizada a Guadalupe Estrada, coordinadora de grupo.
4. Entrevista realizada a Abigail Castillo, coordinadora de grupo.
5. Entrevista realizada a Angélica Cervantes, cliente.
6. Entrevista realizada a Ana Rocha, cliente.
7. Entrevista realizada a Isabel Ojeda, cliente.
8. Entrevista realizada a Aurora Galindo, cliente.
9. Entrevista realizada a Rosa López, cliente.
10. Entrevista Realizada a Alejandro Alvarado, cliente.
11. Entrevista realizada a Héctor Arriaga.
12. Entrevista realizada a Martín García.