

LOS PROGRAMAS SOCIALES SON USADOS CON FINES ELECTORALES

- **4 millones de beneficiarios pueden ser sujetos a ofertas clientelares**
- **La pobreza sigue siendo factor de explotación política: “se aprovechan de nuestras necesidades para comprarnos el voto”**

El estudio “Monitoreo de programas sociales en contextos electorales”, financiado por Sedesol y entregado a esta dependencia en diciembre de 2005, revela que:

- 8 por ciento de los beneficiarios de los programas sociales analizados fueron sujetos del clientelismo, es decir, recibieron algún tipo de oferta a cambio de su voto.
- Si se proyectan las cifras, la población susceptible de recibir ofertas clientelares durante las elecciones presidenciales de 2006 podría alcanzar 4 millones de votantes.
- Los programas sociales constituyeron la segunda oferta clientelar en los cuatro estados estudiados. Las ofertas clientelares incluyen bienes y servicios —útiles, colchones, despensas, cemento, varilla, servicios médicos, dentales y de óptica—, dinero en efectivo y la incorporación a programas sociales.
- Los beneficiarios de Liconsa y Oportunidades son los más susceptibles al clientelismo. Del total de encuestados que recibieron la oferta de incorporación a algún programa, 79 por ciento en Nayarit y 66 por ciento en Veracruz terminaron efectivamente inscritos en el mismo.
- A los beneficiarios del Programa de Adultos Mayores, en particular, se les ofreció la incorporación al Seguro Popular y a Oportunidades.
- El Programa de Apoyo Alimentario aumentó su padrón de beneficiarios en 57 por ciento, en el Estado de México en el año electoral de 2005, mientras que en otros 27 estados no sólo no hubo aumentos, sino que bajaron 23.4 por ciento, en promedio.
- En el caso de Liconsa, en los años de elecciones estatales, las tasas de crecimiento del programa fueron superiores a las del resto del país: 7.5 por ciento más en el Estado de México; 8 por ciento más en Nayarit; y 36.7 por ciento más en Tlaxcala.

“Se aprovechan de nuestras necesidades para comprarnos el voto”; “un voto puede ser la diferencia y determinar qué candidato ganó”; **“en Aguamies el Presidente daba 200 ó 300 pesos y se llevaba tu credencial y la devolvía hasta el día de la votación”**; y “dicen que el que ganó como Gobernador daba 500 pesos a los viejitos por su voto”, son algunas de las expresiones de los beneficiarios de programas sociales respecto al clientelismo.

El estudio fue coordinado por Fundar y administrado por el CIESAS. Participaron investigadores de El Colegio de México y las empresas Probabilística y Berumen. Se analizaron los programas federales: Oportunidades, Apoyo Alimentario de Diconsa, Abasto Social de Leche de Liconsa, Programa de Adultos Mayores y al Fondo de Aportaciones para la Infraestructura Social Municipal (FISM) en los estados de Veracruz, Nayarit, Tlaxcala y Estados de México.

La versión electrónica del estudio puede consultarse en www.fundar.org.mx

Para mayores informes favor de dirigirse a:

Alberto Serdán
04455-1967-5979
5681-0855 ext. 222
alberto@fundar.org.mx

Alicia Athié
04455-1278-7451
5595-2643 ext. 226 y 221
alicia@fundar.org.mx

--oo00oo--