

Ponencia en extenso para el XXXII Congreso Internacional de Estudios Electorales: COALICIONES ELECTORALES EN AMÉRICA LATINA. SOME.

“Cabildeo y marketing político en los Consejos de Participación Ciudadana del Municipio de Puebla: elementos y herramientas para una participación ciudadana más efectiva”. Presentación de avances del proyecto de tesis.

Mario Alberto Ricciardi¹.

Resumen: La presente ponencia presenta al intitulado proyecto de tesis, “Cabildeo y marketing político en los Consejos de Participación Ciudadana del Municipio de Puebla: elementos y herramientas para una participación ciudadana más efectiva”, y sus avances parciales. a pregunta que se plantea aquí es la siguiente: ¿cómo se pueden mejorar las estrategias de agregación de demandas hacia el gobierno local, por parte de los Consejos de Participación Ciudadana del Municipio de Puebla 2011-2014? Para responderla, la hipótesis que guía a este trabajo argumenta que el cabildeo, al ser un proceso asertivo de agregación de demandas desde la sociedad hacia el gobierno e intrínsecamente ligado al *marketing* político, porque se trata de un proceso de comunicación y persuasión, es una manera de mejorar las estrategias de los Consejos de Participación Ciudadana del Municipio de Puebla en sus gestiones de cara al gobierno local. Pero para trabajar esa pregunta y desarrollar la hipótesis, hay una interrogante previa que surge de los trabajos de campo y avances que se presentan en esta ponencia: ¿cuáles son las características de las prácticas de participación ciudadana de los consejeros del CPCMP? Al responder esta interrogante, el presente trabajo aporta material cualitativo y cuantitativo a la investigación de tesis que se está haciendo. También, representa un avance parcial de la investigación en relación a la variable dependiente, el cabildeo, y el estudio de caso.

Palabras Clave: cabildeo, *lobbying*, *marketing* político, participación ciudadana, Consejos de Participación Ciudadana.

1. Introducción

La presente ponencia presenta al intitulado proyecto de tesis, “Cabildeo y marketing político en los Consejos de Participación Ciudadana del Municipio de Puebla: elementos y herramientas para una participación ciudadana más efectiva”, y sus avances parciales. El mismo se centra en el estudio de un tema relativamente poco estudiado en idioma castellano y para los países latinoamericanos: el cabildeo en conjunción con el *marketing* político, aplicado a las estrategias de un gobierno local y distintos grupos de la sociedad civil que conforman los Consejos de Participación Ciudadana del Municipio de Puebla. La finalidad de esta tesis es generar conocimiento teórico mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo, sobre el cabildeo que se practica en los canales institucionales de participación ciudadana que hay en los gobiernos locales, específicamente para el caso de los Consejos de Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Puebla entre los años 2011 y 2014 (CPCMP). Asimismo, la meta es hacer un análisis del impacto de sus estrategias para generar una propuesta en el modelo de

¹ Relaciones Internacionales y Ciencia Política (UDLAP). Maestrante en Opinión Pública y *Marketing* Político (ICGDE BUAP).

Contacto: mario.ricciardi@gmail.com marioa.ricciardi@viep.com.mx

participación, ligada al cabildeo y al *marketing* político, capaz de refinar la agregación de las demandas de los Consejos de Participación Ciudadana al gobierno local.

En este sentido, la pregunta que se plantea aquí es la siguiente: ¿cómo se pueden mejorar las estrategias de agregación de demandas hacia el gobierno local, por parte de los Consejos de Participación Ciudadana del Municipio de Puebla 2011-2014? Para responderla, la hipótesis que guía a este trabajo argumenta que el cabildeo, al ser un proceso asertivo de agregación de demandas desde la sociedad hacia el gobierno e intrínsecamente ligado al *marketing* político, porque se trata de un proceso de comunicación y persuasión, es una manera de mejorar las estrategias de los Consejos de Participación Ciudadana del Municipio de Puebla en sus gestiones de cara al gobierno local. Pero para trabajar esa pregunta y desarrollar la hipótesis, hay una interrogante previa que surge de los trabajos de campo y avances que se presentan en esta ponencia: ¿cuáles son las características de las prácticas de participación ciudadana de los consejeros del CPCMP? Al responder esta interrogante, el presente trabajo aporta material cualitativo y cuantitativo a la investigación de tesis que se está haciendo. También, representa un avance parcial de la investigación en relación a la variable dependiente, el cabildeo, y el estudio de caso.

Con lo dicho, los alcances de la investigación y de esta ponencia versan en dos sentidos. Por un lado es exploratorio, debido a que no existen suficientes estudios que aborden el problema del cabildeo en conjunción con el *marketing político* en contextos de gobiernos locales en México y, en particular, para el caso de los Consejos de Participación Ciudadana del Municipio de Puebla. Por el otro lado, el alcance de la tesis es descriptivo-teórico, ya que se busca detallar la estructura, el funcionamiento y los perfiles de la población objetivo que, en este caso, son los Consejos de Participación Ciudadana del Municipio de Puebla 2011-2014 en relación al cabildeo y al *marketing* político. Por este motivo, dada la ambigüedad que puede presentar el concepto de cabildeo, es necesario profundizar en esta variable y desarrollar teóricamente su concepto.

Por tanto, esta ponencia se divide de la siguiente manera. En primer instancia, se define qué es el cabildeo y quiénes lo practican, y se expone parte de la investigación sobre el estado del arte de este fenómeno. Allí se propone una definición operacional del concepto de cabildeo porque, en la literatura revisada sobre participación ciudadana y organizaciones de la sociedad civil en México, este concepto resulta un tanto ambiguo y no se relaciona frecuentemente con prácticas de participación ciudadana (Montes de Oca, 2019). Posteriormente, en segundo lugar se presentan resultados parciales de la investigación de campo, donde se utilizaron estrategias cualitativas y cuantitativas por medio de grupos de enfoque y encuestas. En esta segunda parte, se abordan aspectos metodológicos y se presentan

avances sobre el estudio de caso de la investigación de tesis. Al concluir, se plantean algunas reflexiones sobre los resultados parciales de la investigación de tesis y puntos por trabajar.

2. Cabildeo.

Grosso modo el cabildeo² es una actividad política encaminada a influir en las decisiones de las autoridades públicas (Mascot Sánchez, 2006: 6). Puesto en una perspectiva amplia, este fenómeno se trata, nada más y nada menos, de “un especial e intenso ejercicio del derecho de petición”, intrínsecamente ligado con la participación ciudadana (Dexter, 1969: 11). Pero, para definir al cabildeo con precisión se tiene que abundar sobre la noción de que, es un proceso de negociación ligado al de toma de decisiones públicas, en temas de la agenda pública y que sucede entre particulares y tomadores de decisiones del ámbito público (Lindblom, 1999: 256).

Como lo argumenta el politólogo Giancarlo Pasquino, “es un proceso por medio del cual los representantes de los grupos de interés, actuando como intermediarios, llevan a conocimiento de los legisladores o de los funcionarios de gobierno, los deseos de esos grupos” (citado por Piñeiro, 2000: 19). Comprende una variedad de técnicas de persuasión y es practicado por una amalgama de organizaciones interesadas en los distintos asuntos públicos y llevado a cabo tanto en los tres niveles de gobierno –Federal, Estatal y Municipal– como en sus tres ramas –Ejecutivo, Legislativo y Judicial– (Nowness, 2006: 11). El cabildeo, pues, es un fenómeno complejo que implica más elementos que ser una acción mediadora para engranar la agregación de demandas en el sistema político y las relaciones de gobernanza entre los múltiples actores políticos.

Para el clásico Lester Milbrath (1963) el cabildeo es un proceso de comunicación relacionado con la toma de decisiones gubernamentales, con la intención de influir en las políticas públicas y la legislación. Este autor identificó cuatro rasgos básicos del fenómeno: 1) su relación con la toma de decisiones gubernamentales; 2) su función para influir en las políticas públicas; 3) su ejecución por un intermediario o representante vinculante entre ciudadanos, o grupos de interés con los responsables de las políticas; y, 4) sus funciones como acto de comunicación. Asimismo, es practicado por un intermediario o representante vinculante entre los ciudadanos, los grupos de interés y los responsables

2 Aunque hay autores que, en idioma castellano, prefieren distinguir entre el concepto de cabildeo y el de *lobbying*, en este trabajo de investigación se utilizan indistintamente. Aunque es un debate vivo, se considera entendido que *cabildeo* es la traducción del diccionario de la RAE al término de *lobbying* y que, en todo caso, es la palabra que se utiliza en México y otros países latinoamericanos para referirse al fenómeno del *lobbying* y no algo diferente; así como en Argentina y otros países de habla hispana se le conoce como *lobby* a lo mismo que en México y otros se conoce como cabildeo.

de las políticas públicas (1963). En síntesis, lo establecido por este autor representa un punto de partida para definiciones posteriores en la materia porque, como ya se dijo, en esta aparecen cuatro dimensiones fundamentales del cabildeo: 1) que se trata de un proceso comunicativo³, 2) entre grupos de interés y responsables de legislar o elaborar políticas públicas, 3) con el fin de influir en los tomadores de decisiones gubernamentales y, 4) en la legislación y las políticas públicas (Milbrath, 1963).

Un número importante de autores enfatizan que se trata de un proceso y no de una acción aislada. De acuerdo a Miller (1998), quien coincide con el ya citado Nowness, se trata de un proceso para influir en las instituciones de gobierno e incluye a todas las partes del gobierno central, local y otros órganos públicos. De la misma manera, para Bryan (2000) es un proceso de información dirigido a funcionarios y legisladores para que las medidas sean mejor pensadas con la esperanza de reducir el efecto de las “consecuencias no deseadas”. Así, según Graziano (2001), “el lobbying se refiere a dos cosas: representación de los grupos de interés basada en información cuidadosamente investigada, usualmente seguida por negociaciones con distintos representantes del gobierno [y] movilización del público y la opinión pública. En resumen, el cabildeo es una colección de actividades encaminadas a la presión” (80). En otras palabras, es un proceso de gestión de intereses que involucra distintas acciones, tácticas y estrategias aisladas o concatenadas entre sí.

Continuando con el estado del arte del cabildeo, Hernández (2005) establece que es un proceso comunicativo en el que intervienen grupos de presión, actores gubernamentales tomadores de decisiones y representantes especializados, que pueden o no estar legalmente autorizados, para influir en las decisiones que lleguen a adoptarse. Según Thomas y Hrebenar (2008) se trata de la interacción de un grupo o de intereses con los responsables de elaborar políticas, para influir la política actual o para crear una relación que conduzca a la conformación de la política futura en beneficio del grupo o del interés. Por último, Caldevilla y Xifra (2013) hablan de influir sobre los legisladores para favorecer los intereses de un grupo privado determinado, mientras que Tirado (2015) lo conceptualiza como una manera de convencer, influir, presionar o incidir para que una decisión pública se asuma, se deseche o

3 El lobbying, como cualquier tipo de interacción, es un proceso comunicativo. Sin embargo, su relación con la negociación sugiere que se trata de un proceso comunicativo tendiente a influir en el otro por medio de determinadas estrategias. La negociación -por cierto-, en esencia es una forma de comunicación interpersonal (Lewicki *et al*, 2010).

se corrija. Es decir, el cabildeo es lo que hacen los grupos de interés o de presión⁴ para gestionar sus agendas de cara a las autoridades públicas.

En tal sentido, los grupos y organizaciones utilizan diferentes estrategias para incidir en la toma de decisiones públicas. Dependiendo del tipo de membresía y singularidades organizativas de los grupos, éstos optarán por realizar cabildeo directo o indirecto, y emplear estrategias internas o externas *-inside lobbying* u *outside lobbying*- (Dellmuth y Tallberg, 2017). El cabildeo directo es el tradicional, el que se centra en estrategias de contacto directo con los tomadores de decisiones para influir hacia adentro del sistema político. En este tipo de estrategia el manejo de información técnica adecuada, es importante para alcanzar acceso (Bowen, 2002; Petracca, 1992). Por su parte, el cabildeo indirecto o de base se liga a las estrategias exteriores donde se moviliza la base electoral, para incidir en la opinión pública y permear con ello en el sentido de las decisiones o temas a tratar. Por lo general, estas estrategias son usadas por grupos que retan al status-quo, que necesitan visibilidad en la opinión pública y mantener la base activa (Dellmuth y Tallberg, 2017; Baumgartner, et. Al, 2009).

En suma, con lo revisado y expuesto es posible plasmar una definición propia de cabildeo, que contenga muchas de las características y propiedades mencionadas. Así: *el cabildeo es el proceso reglamentado o no por medio del cual los individuos y grupos u organizaciones de la sociedad, por medio de sus representantes, buscan interactuar directa o indirectamente con tomadores de decisiones o funcionarios públicos, con la finalidad de incidir en el proceso de toma de decisión en el ámbito público, siempre buscando hacer prevalecer o empatar el interés particular del promovente con el general de la población.*

A manera de conclusión y como se aprecia en la definición, la práctica del cabildeo implica tres elementos que hacen de esta una materia relevante para un régimen político democrático. En resumen, se observa que: 1) la gestión de intereses es un proceso directo e indirecto, 2) que lo llevan a cabo, principalmente, actores insertos en la esfera pública y que, 3) existe una corresponsabilidad entre estos actores y los tomadores de decisiones públicas en relación a las soluciones que éstos producen como parte de sus responsabilidades. Asimismo, en la definición se identifican dimensiones morfológicas, estructurales, relacionales y operacionales del cabildeo que lo conceptualizan normativamente.

4 Este uno de los temas más debatidos e inconclusos de las ciencias políticas y sociales (Badia, 1977) y que ocupa un lugar importante en el marco teórico de esta tesis. Pero, por motivos de espacios de la presente ponencia, solo se dirá que muchas teorías utilizan los términos de grupos de interés o grupos de presión, así como grupos de promoción o *lobbies* para referirse a las organizaciones de los distintos sectores de la sociedad y la economía. En este trabajo se utiliza el término de grupos de interés para referirse a todos los grupos y/u organizaciones que tienen algún interés público y participan en la política. Por otro lado, dependiendo de si se utiliza la categoría “interés” o “presión” para distinguir a las organizaciones o grupos, se relaciona al cabildeo con la presión política o la persuasión.

2.2. Grupos y organizaciones.

Una vez aterrizada una propuesta de definición sobre el concepto de cabildeo, es plausible argumentar que, en este proceso de comunicación política y de gestión de intereses sustentado en el derecho de peticionar a las autoridades, hay dos tipos de actores implicados: los activos y los pasivos (Bouven: 2002). Los primeros son los sujetos que cabildean y los segundos los que lo reciben. Así, los actores activos y que cabildean son las instituciones intermedias (Bobbio, 2006), es decir, las distintas organizaciones, agencias y grupos de interés o de presión. Estas pueden definirse como un conjunto de personas, que en base a uno o varios asuntos compartidos, intenta influir en la política pública a su favor, pero que no desea controlar formalmente las instituciones del gobierno ni ser electa (Petracca, 1992).

La tipología de organizaciones que componen al sistema de grupos de interés es basta. Se pueden clasificar en base a categorías como sus sectores, industrias y características organizativas⁵ o distinguirse por ser grupos de intereses económicos, grupos de causas, de intereses públicos, de intereses institucionales públicos y privados, y grupos e intereses no asociativos (Ornstein y Elder, 1978: 54). O bien, los grupos de interés se pueden dividir en cuatro tipos: empresariales, sindicatos, organizaciones no gubernamentales (ONG) y profesionales (Dür y Mateo: 2014; 6).

En síntesis, si bien todos los grupos cabildean para promover sus temas, la relevancia, injerencia o influencia de estos está, en buena medida, relacionada con factores como: el tipo de gobierno que gobierne; la afinidad partidaria que tengan con éste; la agenda que lleven adelante; y, el régimen político y el contexto institucional (Dür y Mateo: 2014; 9). Asimismo, los grupos de interés se diferencian entre sí en función de los recursos económicos, organizativos y tipo de membresía con los que cuentan, así como por la experiencia y contactos personales que tengan sus miembros con los tomadores de decisiones públicas (Ornstein y Elder: 1978; 69). Por último, no todos los grupos tienen el mismo tipo y grado de participación en las campañas electorales, como tampoco cuentan con la misma cantidad de cabilderos contratados de tiempo completo, parcial o propios (Grinsberg, Lowi y Weir, 1999: 417), lo cual tiende a impactar en el comportamiento de los grupos y sus estrategias de cabildeo. Es decir, con sus diferencias pero todas las organizaciones y/o grupos de interés o presión cabildean.

3. Los Consejos y el cabildeo: avances de estudio de caso.

5 En base a la metodología del *Center for Responsive Politics* en www.opensecrets.org

Una vez expuestos los avances del estado del arte de la variable dependiente de esta investigación, para atender cabalmente las preguntas planteadas al inicio del trabajo, se llevó a cabo parte del estudio de campo con una estrategia metodológica mixta. Primero se realizó un *focus group* y, después, una encuesta para contrastar los resultados empíricos con la teoría, es decir, con la definición de cabildeo antes expuesta. Al respecto, los hallazgos cualitativos del *focus group* ayudaron a determinar dimensiones y categorías de análisis, así como para diseñar un instrumento y aplicar encuestas a la población objetivo. El ejercicio aportó elementos descriptivos, que “sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes” (Sampieri, 2010: 116). Por su parte, las encuestas son de las estrategias de investigación cuantitativas más utilizadas por un cúmulo de motivos, como las posibilidades que ofrece para recolectar datos y procesarlos con facilidad, así como diseñar muestras representativas que tengan validez y confiabilidad en los datos (Ibid., 277).

3.1. Notas metodológicas: La muestra.

La población del estudio está compuesta por 18 Consejos Ciudadanos que contienen 376 consejeros en total. Dentro de este conjunto de consejeros, hay uno que es presidente de la Junta Ejecutiva de los Consejos Ciudadanos del Municipio de Puebla, 18 que son presidentes de cada uno de los Consejos que componen a esa Junta Ejecutiva, 18 consejeros que son secretarios y 18 que son vigilantes de observancia de cada uno de los Consejos (COREMUN, Cap. 8). Con esos datos, se construyeron muestras de esta población para aplicar un método cualitativo de investigación y uno cuantitativo. De tal modo, se hicieron muestras diferentes para el *focus group* y para la encuesta, pero ambas con la rigurosidad metodológica sugerida por la teoría.

Para contactar a las personas y organizar logísticamente el *focus group* y, después, la encuesta, se estableció contacto con asociaciones que contienen a la población que se quiere investigar (Alvarez Gayou, 2003: 134), es decir, se contactó a la presidencia de los Consejos de Participación Ciudadana del Municipio de Puebla. Siguiendo a Sampieri (2010) la muestra por el tipo de personas, como pueden ser especialistas, se mezcló con el muestreo por cuotas, para guardar cierto equilibrio entre los integrantes de la muestra y la población (566). Así, para los *focus group* se optó por conformar dos grupos de diez participantes cada uno, para guardar proporciones entre la muestra y la composición de la población (Alvarez Gayou, 2003: 133). Sin embargo, el tamaño de la muestra sufrió variaciones de último momento, dado que se pretendía hacer dos sesiones y solamente se logró conformar un solo grupo.

Dicho lo anterior, la muestra para el *focus group* contó con un número de 10 integrantes en una muestra aleatoria y estratificada, lo cual se estima metodológicamente aceptable (Taylor-Powell, 1998, 6; Aguilar García y Irazábal, 2020: 73). Para escoger a los consejeros de participación ciudadana que conformaron la muestra, se hizo respetando la proporción de jerarquías que existe en los Consejos, entre consejeros presidentes, secretarios, vigilantes y consejeros titulares y suplentes. Justamente, el muestreo aleatorio que se hizo para simplificar el trabajo, sobre todo estuvo ligado a que me permitió hacer una muestra por cuotas (Taylor-Powell, 1998: 6). Así, se logró la presencia de 3 consejeros presidentes y 7 consejeros, a quienes, para comenzar, se les preguntó cómo describirían lo que hacen como consejeros.

Por su parte, para generar la muestra de la misma población pero para aplicar una encuesta, se estimó que, con un 95% de nivel de confianza y un 5% de error estadístico, la muestra ideal para esta población es de 191 unidades, dado que los Consejos de Participación Ciudadana del Municipio de Puebla 2011-2014 están compuestos por 376 individuos⁶. No obstante, se logró un total de 49 casos aplicando un muestreo aleatorio y estratificada, con un componente opinológico dadas las características de la población objetivo (Taylor-Powell, 1998b: p.4). Esto puede tener los problemas de confiabilidad de la muestra, porque una población pequeña debe tener una mayor proporción de números de casos al alcanzado (Ibid., p.5). Es decir, se lograron 49 de muestra y, siguiendo a la teoría, al menos se necesitaban 80 para alcanzar el 10% en el tamaño de la muestra y tener un mayor nivel de confiabilidad (Ibid., p.10). No obstante las fallas metodológicas expuestas, los resultados son insumos importantes para la investigación.

3.2 Resultados y avance del estudio de caso.

A continuación, primero se exponen los resultados del *focus group* realizado y después de la encuesta aplicada. Finalmente, se hacen conclusiones de los avances.

3.2.1. Focus group.

La sesión de *focus group* se llevó a cabo el día miércoles 5 de mayo de 2021 a las 19:00 horas, vía remota en la plataforma *Google Meets* y con las herramientas técnicas necesarias para poder recolectar datos y, posteriormente, analizarlos (Aguilar García y Irazábal, 2020: 74). La finalidad fue explorar y detectar, en lo expresado por los consejeros, ciertas dimensiones y categorías incluidas en la definición de cabildeo expuesta en el marco teórico y ligada a la metodología propuesta por Monte de

6 Este cálculo fue realizado con la herramienta estadística disponible en: <https://www.qualtrics.com/blog/calculating-sample-size/>

Oca (2019). Estas dimensiones refieren a aspectos morfológicos, estructurales, relacionales y funcionales de los Consejos, en donde se identifican categorías relevantes para responder las preguntas de investigación planteadas. De tal forma, la dimensión morfológica hace referencia a la forma o estructura de los Consejos, es decir, a la categoría de composición; la dimensión estructural, a la categoría de posición que ocupan los Consejos; la relacional hace referencia a la categoría de lógicas de vinculación; y, la dimensión funcional, se relaciona a la categoría de papel, rol o función de los Consejos.

Sumado a lo anterior, el tipo de preguntas formuladas a los participantes del *focus group*, fueron estructuradas con base a la teoría de la metodología cualitativa de Sampieri (2010b), ya que se siguió una secuencia de “preguntas generales y fáciles”, “preguntas complejas”, “preguntas sensibles”, “preguntas de cierre” (4). Asimismo, se utilizó la tipología de clases y estrategias de Mertens (2005, citado por Sampieri, 2010b: 2), con la finalidad de generar el siguiente esquema de preguntas:

Secuencia de preguntas	Objeto o concepto a investigar	Clases y Estrategias	Preguntas
Preguntas fáciles	Participación ciudadana	De conocimiento	¿Cómo describiría lo que usted hace como Consejero y lo que hacen los Consejos?
Preguntas complejas	Cabildeo	De opinión	¿Había escuchado, antes de esta reunión, el término cabildeo? Si sí lo escuchó, ¿qué opina al respecto?
Preguntas complejas	Cabildeo ciudadano	De contraste	¿Encuentra similitud entre ambos temas?

Elaboración propia con base a Sampieri (2010b).

Habiendo dicho lo anterior, los resultados del ejercicio fueron significativos en términos de insumos cualitativos para la investigación de tesis. Con respecto a cómo los consejeros ciudadanos de Puebla definen su quehacer en los Consejos Ciudadanos, por obvias razones de la forma en que estaba estructurada la primer pregunta que se les formuló, sobresalieron comentarios relacionados con las lógicas de vinculación, el papel, rol o función que tienen como consejeros dentro del gobierno local. Asimismo, destaca la información sobre la propia posición en que se encuentran como consejeros, tanto hacia adentro de la estructura de los Consejos, como de cara al gobierno municipal. Precisamente, la mayoría de los consejeros hicieron referencia al marco legal al que están atentos, el Capítulo 8 del Código Reglamentario para el Municipio de Puebla (COREMUN), “donde dice que somos órganos auxiliares del ayuntamiento en revisar planes y programas que se crea, y eso es lo que hacemos” (F.

Tejeda, sesión de *focus group*, 5 de mayo 2021). Es decir, se puede afirmar que, en términos normativos y mínimos, los consejeros conocen su función y relación de cara al gobierno.

No obstante, los consejeros hacen mención a ciertas ambigüedades en cuanto a la dimensión funcional de los Consejos. Como se explica a continuación, esto revela un aspecto importante para esta investigación. Los comentarios fueron coincidentes en describir dos tipos de prácticas que los consejeros ejercitan, mismas que están relacionadas a dos tipos de lógicas relacionales y de rol diferentes. Una ve a la participación ciudadana y al quehacer de los Consejos, como un conjunto de actividades que se llevan a cabo hacia adentro del gobierno. La otra como un conjunto de tareas o acciones que se hacen hacia afuera del propio gobierno y que involucra a los Consejos con la sociedad de forma directa. Es decir, esta ambigüedad en cuanto a la labor de los Consejos Ciudadanos revelan dos lógicas distintas: una que está más ligada a lo que, como se vio en la teoría, se conoce como cabildeo directo o *inside lobbying*, mientras que la otra al cabildeo indirecto o *outside lobbying* (Dellmuth y Tallberg, 2017).

Lo anterior se puede ejemplificar con lo que, por un lado, comenta el presidente del Consejo de Obras y Servicios Públicos:

“Lo que siempre hacemos es darle seguimiento a los planes y programas que las administraciones municipales proponen al inicio de su gestión y ver que se cumplan, para que no se desvíen del camino; y les damos consejos y opiniones técnicas sobre las obras que presentan” (F. Tejeda, sesión de *focus group*, 5 de mayo 2021).

Pero por otro lado, un consejero de Seguridad Pública hace notar otras facetas en cuanto al rol y a las lógicas de vinculación de un consejero:

“(T)ambién se tiene que estar interactuando con los gobiernos o con los municipios, con las personas que están encargadas de dar todos los insumos en situaciones donde se necesita, como en los jardines, etcétera. Entonces todo eso es una colaboración que buscamos tener con ellos pero ya, para nosotros, de una manera muy objetiva y muy precisa. Por ejemplo, en (La Unidad Habitacional) San Sebastián” (F. Orozco, sesión de *focus group*, 5 de mayo de 2021).

Son diversos los motivos por lo que los consejeros ven de maneras diferentes, aunque complementarias, sus funciones como miembros de un Consejo de Participación Ciudadana de un

gobierno local. Incluso, mientras unos identifican que su posición como consejeros y su rol o papel están relacionados a la gestión, otros mencionan otro tipo de función que identifican como operación. Mientras unos consejeros advierten que su quehacer está ligado a la gestión hacia adentro del gobierno, con el foco puesto en temas más bien reglamentarios y técnicos, otros consejeros están más inclinados a la labor social y a trabajar hacia afuera del gobierno. Es decir, por lo que comentan los consejeros hay lógicas funcionales distintas entre algunos Consejos y lo que hacen algunos de sus miembros.

Otro aspecto de dimensiones funcionales que sobresalió, fue uno ligado a las categorías de acceso a la toma de decisiones públicas, es decir, a la apertura y recepción o cerrazón y rechazo por parte de las autoridades hacia los consejeros. Mientras unos destacan casos de cierto éxito en sus cometidos como grupo y Consejo, donde lograron incidir en las decisiones del gobierno, la mayoría enfatiza en la falta de inclusión y apertura por parte de las autoridades a la hora de tomar las decisiones. Por ejemplo, el presidente del Consejo de Vialidad y Transporte dice que:

“Por ejemplo, lo que pasó con el RUTA, donde no nos tomaron en cuenta. Nosotros consideramos que algunos funcionarios se equivocaron porque nunca quisieron entender que la red puede funcionar con cualquier tipo de vehículo y no con los que compraron” (D. Delfino, sesión de *focus group*, 5 de mayo de 2021).

Abundando al respecto, por su parte, el presidente del Consejo de Juventud considera que:

“Invitamos a la a la a la directora la presidenta del DIF y a la subdirectora con nosotros, pues nos escucharon y acordamos que íbamos a colaborar. Pero después de haberse sentado, se alejaron. O sea, no volvimos a tener comunicación con ellos hasta que nosotros volvimos a reaccionar” (E. Durán, sesión de *focus group* 5 de mayo de 2021).

En otras preguntas, sin más rodeos, en la segunda pregunta de la sesión se quiso conocer la opinión de los consejeros con respecto al cabildeo, si es que conocían el término. De igual modo, en la tercera pregunta si encontraban alguna relación entre lo que ellos hacen y lo que, en su caso, entienden o conocen de este fenómeno. El ya citado presidente del consejo de obras y servicios públicos, comenta que:

“Creo que todos los Consejos hacemos esto del cabildeo. En el caso del de servicios y obras, pues nos interesa mucho siempre los reglamentos de desarrollo urbano. Entonces los tratamos de ver con los regidores, que van a llevar a Cabildo las propuestas de reglamentación,

para tratar de platicar con ellos. Ya lo hemos hecho y gracias a ese cabildeo, pues, tenemos ahí hasta un reconocimiento en el reglamento del capítulo 17, que pudimos hacer algunos cambios, es decir, convencer a los regidores” (F. Tejeda, sesión de *focus group*, 5 de mayo de 2021).

Por su parte, un consejero suplente del Consejo de Arte y Cultura, dice que:

“Para mí la palabra cabildeo o *lobby* tiene cierta connotación negativa, como de marketing, de algo para engañarte, para que apoyes algo que yo quiero que se haga. Pero también tiene que ver con tener todo un programa de computadora para clasificar información y usarla bien. Y de algún modo, en esta etapa de la participación ciudadana en Puebla yo creo que todavía no tenemos las características necesarias para que nosotros hagamos ese tipo de actividades” (Filiberto, sesión de *focus group*, 5 de mayo de 2021).

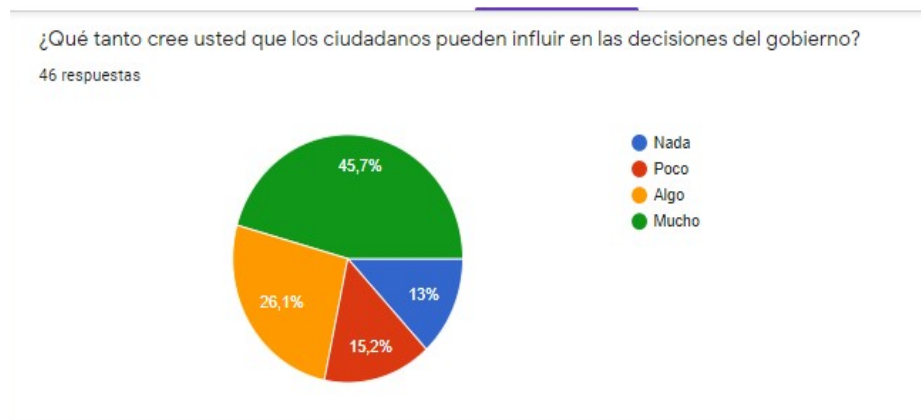
Por último, en relación a la tercera pregunta, cuando se les inquirió si encontraban alguna similitud entre los dos fenómenos, un consejero del Consejo de Ecología hace una distinción importante sobre las prácticas de cabildeo y las de participación ciudadana por parte del Consejo, a las que se les hizo referencia en el cierre de la segunda pregunta del *focus group*:

“Ese cabildeo que normalmente se da en las cámaras, en los congresos por los empresarios no es algo abierto (...) nosotros somos la voz ciudadana que planteamos la alternativa de muchos compañeros y sobre todo lo hacemos en forma abierta” (Oscar Islas, sesión de *focus group*, 5 de mayo de 2021).

3.2.2. Encuesta.

Esta encuesta tuvo el objetivo de recabar datos estadísticos sobre las mismas dimensiones que habían sido utilizadas, anteriormente, para el ejercicio de *focus group*. Asimismo, articular esas dimensiones y categorías con otras cuatro dimensiones, que destacan en la literatura sobre participación ciudadana, a saber: electoral, opinión, asociativa y cívica (Vergara-Lope Tristán y Hevia de la Jara, 2012). Por tanto, las preguntas rondaron sobre estas dimensiones que se relacionan entre sí y descubren **Gráfica 1** categorías en torno a las estrategias de gestión de intereses de los consejeros de los CPCMP.

Con lo dicho, en primer término se quisieron conocer actitudes y creencias de los consejeros, que se relacionan a dimensiones estructurales de los Consejos (Gráfica 1).



Como se observa, se indagó sobre la posición que los consejos perciben ocupar en el proceso de toma de decisiones del gobierno. En este sentido, el 46.7 por ciento de los consejeros de la muestra manifestaron que los ciudadanos pueden tener cierta influencia en las decisiones del gobierno, lo cual da una noción de la posición que los consejeros creen ocupar como ciudadanos. Porque si “una organización es un instrumento racional para lograr un objetivo” (Tirado, 2021), que el 73 por ciento de los encuestados manifieste que los ciudadanos tienen cierta influencia en las decisiones del gobierno, es un indicador estructural importante.

Gráfica 2



Otro aspecto importante a considerar cuando se estudia cómo funcionan las organizaciones, es el grado de asociacionismo que existe entre los miembros de las mismas (Gráfica 2). Por lo tanto, en la encuesta se les preguntó si, para resolver un problema que le afecte a cada uno de ellos y a otras personas, ¿alguna vez ha tratado de organizarse con otras personas afectadas? Con esta pregunta se explora una dimensión relacional de los Consejos y que, también, se vincula a otras dimensiones de la

participación como las asociativa y cívica. Al respecto, el 10.4 por ciento de los encuestados respondió que no han tratado organizarse ante un problema público. El resto, ya sea con los propios Consejos, con los Consejos y otras organizaciones o sin los Consejos pero con otras organizaciones, trataron de organizarse para afrontar sus temas. Sobre esto mismo, el 54.2 por ciento de los consejeros encuestados respondió que, al menos alguna vez, ha recaudado dinero o aportado fondos para alguna organización de causa social. Es decir, los miembros de los Consejos Ciudadanos son actores participativos e involucrados en lo público y político. Asimismo, se observa que el elemento asociativo existe en los CPCMP por lo que, las categorías de asociacionismo y organización deben ser tomadas en cuenta en el análisis.

Pasando a otra parte del análisis, al calcular la media de los datos de las variables se explican algunas dimensiones y categorías importantes para la pregunta de este trabajo en particular y de la tesis en general. La Tabla 1 (*Descriptive Statistics*) muestra las media y desviación estándar de todas las variables⁷.

Tal como se aprecia en la Tabla 1, en el caso de la media sobre la variable que indica el tiempo aproximado, que los consejeros declararon invertir de su tiempo semanal en los temas de los Consejos, es de 5.45. Cabe destacar que este dato significa la media de horas, lo cual es relevante dado que la gestión de intereses requiere de la inversión de tiempo por parte de los agentes e interesados en un determinado asunto de la agenda pública, como en este caso los consejeros. Es decir, invertir tiempo supone un cálculo de costo-beneficio que cada consejero hace a la hora de participar. Así, la media registrada en la variable que mide si los consejeros creen que los ciudadanos influyen en el gobierno es de 3.04, en un rango de valores que fueron de 1 a 4, donde éste último es mucho.

Tabla 1

⁷ La media es el promedio de un conjunto de valores numéricos e informa el valor que obtendría cada uno de los individuos si se distribuyeran los valores en partes iguales. La desviación estándar es un índice numérico de la dispersión de un conjunto de datos, un promedio de las desviaciones individuales de cada observación con respecto a la media de una distribución. Así, la desviación estándar mide el grado de dispersión o variabilidad de una variable (Wikipedia).

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
¿Qué tanto cree usted que los ciudadanos pueden influir en las decisiones d	45	1	4	3.04	1.065
Para resolver un problema que afecte a usted y a otras personas ¿Alguna vez ha tratado de organizarse con otras personas afectadas?	47	1	4	2.66	.841
Para algún fin social, colectivo o comunitario, ¿ha buscado alguna vez establecer contacto con representantes y funcionarios del gobierno?	45	1	7	3.42	2.039
Para algun fin social, colectivo o comunitario, ¿se ha manifestado en la opinión pública (redes, medios, carteles, marchas, otras)	43	1	7	5.02	2.273
¿Hace un monitoreo de lo que hace el gobierno municipal en su tema de interés	46	1	2	1.15	.363
¿Dentro de su Consejo, en qué considera usted se toman más tiempo discutiendo?	46	1	3	1.76	.736
¿Qué tipo de labor considera más importante para los Consejos de Participación Ciudadana?	46	1	2	1.46	.504
¿Cuánto tiempo estima que le dedica a la semana a temas relacionados al Consejo en que participa?	33	1	30	5.45	6.481
¿Alguna vez ha recaudado fondos o donado dinero para alguna organización de causa social?	47	1	2	1.47	.504
¿Participa en actividades o reuniones de algún partido o movimiento político?	47	1	2	1.83	.380
En las últimas elecciones municipales, ¿fue a votar?	47	1	2	1.09	.282
Valid N (listwise)	29				

Por lo anterior, es interesante correlacionar la variable que denota influencia con la del tiempo que aproximadamente invierten a la semana en temas del Consejo. Como se muestra en la Tabla 2, es un hallazgo que la correlación entre las dos variables lineales no sea fuerte. Pues un total de 5.45 horas a la semana, no es una cantidad de tiempo alta dada el grado de influencia que se manifiesta tener como ciudadanos frente al gobierno.

Tabla 2

Correlations			
		¿Qué tanto cree usted que los ciudadanos pueden influir en las decisiones d	¿Cuánto tiempo estima que le dedica a la semana a temas relacionados al Consejo en que participa?
¿Qué tanto cree usted que los ciudadanos pueden influir en las decisiones d	Pearson Correlation	1	.080
	Sig. (2-tailed)		.668
	N	45	31
¿Cuánto tiempo estima que le dedica a la semana a temas relacionados al Consejo en que participa?	Pearson Correlation	.080	1
	Sig. (2-tailed)	.668	
	N	31	33

Por otro lado, ahondando en una dimensión de participación política obligada, se preguntó acerca de la participación electoral (Tablas 4 y 5). Los consejeros manifestaron lo que se esperaba. El 91.5 por ciento de los consejeros votó en las últimas elecciones locales y sólo el 17.0 por ciento de los encuestados participa en algún partido político. En otras palabras, con la información colectada de la muestra, se puede decir que, la población investigada es altamente participativa en temas públicos pero es apartidaria.

Tablas 4 y 5

¿Participa en actividades o reuniones de algún partido o movimiento político?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	8	16.3	17.0	17.0
	No	39	79.6	83.0	100.0
	Total	47	95.9	100.0	
Missing	System	2	4.1		
Total		49	100.0		

En las últimas elecciones municipales, ¿fue a votar?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	43	87.8	91.5	91.5
	No	4	8.2	8.5	100.0
	Total	47	95.9	100.0	
Missing	System	2	4.1		
Total		49	100.0		

Lo descrito arriba abre un abanico de posibilidades para el análisis, en cuanto a la dimensión funcional de los Consejos y a las lógicas de vinculación que los consejos pueden practicar. Para indagar al respecto, se preguntó si, para algún fin social, colectivo o comunitario, ¿ha buscado alguna vez establecer contacto con representantes y funcionarios del gobierno? Como se muestra en la Tabla 6, aunque el 20.4 por ciento contestó que no, el resto de los consejeros sí buscan generar contactos con regidores, secretarios y el presidente municipal. De hecho, el 18.4 por ciento manifestó acudir a los regidores, el 14.3 por ciento con secretarios municipales y el 11.1 con el presidente municipal para gestionar directamente sus temas. En otras palabras, los consejeros sí buscan el contacto directo con las autoridades y representantes públicos municipales, lo cual es básico para una estrategia de gestión de intereses o de cabildeo directo.

Tabla 6

Para algún fin social, colectivo o comunitario, ¿ha buscado alguna vez establecer contacto con representantes y funcionarios del gobierno?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No	10	20.4	22.2	22.2
	Sí, con los regidores	9	18.4	20.0	42.2
	Sí, con los secretarios	7	14.3	15.6	57.8
	Sí, con el presidente	5	10.2	11.1	68.9
	Sí, con más de uno de los anteriores	2	4.1	4.4	73.3
	6	9	18.4	20.0	93.3
	7	3	6.1	6.7	100.0
	Total	45	91.8	100.0	
Missing	System	4	8.2		
Total		49	100.0		

Por otro lado, así como la pregunta anterior muestra que, en las prácticas de participación ciudadana de los CPCMP existen características de una estrategia clásica de cabildeo -el contacto directo con los tomadores de decisiones públicas-, también se exploró acerca de estrategias indirectas de cabildeo. Por eso, se les preguntó si para dar su opinión, quejarse, denunciar o resolver un problema colectivo, social o comunitario que afectaba a usted y a otras personas, ¿alguna vez ha realizado alguna de las siguientes acciones? Así, se quiso saber si los consejeros intentan participar en las discusiones y temas que hacen a sus problemáticas colectivas o de interés particular. Al respecto, el 86.4 por ciento utiliza las redes sociales digitales para expresarse sobre temas públicos y el 29.5 por ciento participa en marchas y manifestaciones públicas. En otras palabras, hay un porcentaje importante de consejeros que implementan estrategias de cabildeo indirecto, al buscar influir en la opinión pública en temas que hacen a sus intereses.

Por último, se buscó un dato que ampliara uno de los hallazgos del ejercicio del *focus group*, en relación a si la labor de los consejeros debe estar más orientada hacia la gestión hacia adentro del gobierno o hacia afuera del mismo. Como se observa en la Tabla 7, se confirman las ambigüedades en cuanto al papel, rol o función que los consejeros perciben tener de los CPCMP. Aunque un 51.0 por ciento entiende que contactar funcionarios y representantes es la función principal y la lógica primordial, el 42.9 por ciento cree que un consejero debe hacer labor social, contactando ciudadanos y organizaciones. Es decir, no es una diferencia importante para un tema que, debería estar más claro entre los miembros de los CPCMP. Asimismo, este hallazgo cuantitativo confirma el hallazgo cualitativo obtenido en el *focus group*.

¿Qué tipo de labor considera más importante para los Consejos de Participación Ciudadana?

Tabla 7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	La gestión técnica hacia adentro del gobierno – Contactar funcionarios y representantes.	25	51.0	54.3	54.3
	Gestión social hacia afuera del gobierno – Contactar ciudadanos y organizaciones.	21	42.9	45.7	100.0
	Total	46	93.9	100.0	
Missing	System	3	6.1		
Total		49	100.0		

4. Conclusiones.

Para concluir esta ponencia, en primer lugar se exponen comentarios finales sobre el ejercicio de *focus group* y, en segundo, de la encuesta. Vale decir que los avances del trabajo de campo, arrojaron resultados referentes a dimensiones y categorías planteadas en la definición de cabildeo. También que, la información recabada, revela aspectos fundamentales para este proyecto de tesis, aunque se deben reparar fallas metodológicas y ajustar las muestras para repetir los ejercicios de *focus group* y encuesta, respectivamente. Es decir, se recabó información empírica para responder las preguntas de investigación porque, por un lado, se recogió información para describir cuáles son las características de las prácticas de participación ciudadana de los CPCMP y, por el otro, información para explicar cómo se pueden mejorar sus estrategias de agregación de demandas.

Al indagarse sobre lo que hacen los consejeros y los propios Consejos, se pudo descubrir que existen dos tipos de visiones sobre la dimensión funcional y las categorías de papel, rol o función de los Consejos y consejeros. A pesar de ser dos visiones relacionadas y que se potencian una a otra, es un dato relevante de este *focus group* que, mientras unos consejeros identifican que su posición en los Consejos y su rol o papel están relacionados a la gestión hacia adentro del gobierno, otros mencionan otro tipo de función que identifican como un rol que los liga a la operación hacia afuera del gobierno. Este hallazgo indica varias cosas. Por un lado, que más allá de conocer la norma y el COREMUN, existe una ambigüedad en la dimensión funcional de los Consejos y poca claridad por parte de los consejeros sobre qué deben hacer los Consejos. Lo cual es coincidente con que, como se mencionó por parte de varios consejeros, la palabra “coadyuvar” -que aparece en el Capítulo 8 del COREMUN- es poco clara y “no abona para entender de qué manera, se tienen que relacionar los Consejos con el gobierno municipal” (Marissa, sesión de *focus group*, 5 de mayo de 2021). Por otro lado, este hallazgo señala que mientras unos consejeros entienden su quehacer ligándolo a la gestión hacia adentro del gobierno, con temas más bien reglamentarios y técnicos, otros consejeros están más inclinados a la labor social y hacia afuera del gobierno. Así, habrá que continuar indagando esta información recabada con entrevistas a profundidad, entre otras herramientas, porque es un tema recurrente, con matices, en la literatura del cabildeo.

Otro descubrimiento relevante es que, algunos consejeros sí reconocen ciertas similitudes entre algunas prácticas de participación ciudadana y el cabildeo. Aunque, como se esperaba, el tema iba a ser controvertido, se recabaron datos relevantes para la investigación. Este tema se relaciona con la dimensión de posición que guardan los consejeros porque, como en otros aspectos, los presidentes de Consejos y algunos consejeros con experiencia conocían el tema, y manifestaron saber que practican algún tipo de cabildeo, “pues en cierta forma también somos cabilderos, porque también somos empresarios y profesionistas” (F. Tejeda, sesión de *focus group*, 5 de mayo de 2021). Sin embargo, en líneas generales no hay claridad al respecto y otros consejeros rechazan relación entre lo que ellos hacen y lo que se hacen aquellos que cabildean.

En suma, este ejercicio de grupo de enfoque abona a este proyecto de investigación sobre cabildeo porque, permite explorar y recolectar información de primera mano (Alvarez Gayou, 2003: 131) para responder, cuáles son las características de las prácticas de participación ciudadana de los CPCMP. Al codificar el contenido de la sesión de *focus group*, usando las cuatro dimensiones y categorías mencionadas, se pudo interpretar los datos en relación a la pregunta de investigación de la tesis. Asimismo, los resultados sirvieron como insumos para redactar los reactivos de la encuesta que se aplicó para la misma población.

Al respecto, aunque con ciertas limitantes y fallas estadísticas por el tamaño de la muestra, el ejercicio amplía la información de primera mano que se está recabando, en torno a ciertas dimensiones que sirven para estudiar a los CPCMP. En ese sentido, los porcentajes de encuestados que manifestaron creer que los ciudadanos pueden influir en las decisiones del gobierno, es un dato significativo en relación a la dimensión estructural y de posición que los consejeros perciben tener de cara al gobierno.

Sobre la dimensión relacional de los Consejos, destacaron las preguntas que estuvieron ligadas a la categoría de asociacionismo. Los consejeros sí se organizan y asocian colectivamente para buscar influir en las decisiones públicas. Cuando se les preguntó sobre si contactan a las autoridades y si se manifiestan en la opinión pública, las respuestas tuvieron altos porcentajes afirmativos. Por otro lado, resaltó un ethos importante de los CPCMP: la amplia mayoría no participa en partidos políticos pero sí en organizaciones civiles, de profesionistas o sociales.

Con todo lo expuesto, en cuanto a la pregunta que se planteó en este trabajo -para recordar: ¿cuáles son las características de las prácticas de participación ciudadana de los consejeros del CPCMP?-, los valores expresados en las media y desviación estándar de cada variable aportan elementos para responderla. Se pudo ver que hay características que resaltan el asociacionismo de los consejeros y su posición como agentes de cara al gobierno municipal. Asimismo, que la mayoría lleva a cabo un monitoreo de lo que hace el gobierno municipal en sus temas de interés, y el tipo de prácticas

directas e indirectas que llevan a cabo para influir en sus temas, son hallazgos para profundizar en un ejercicio posterior, porque son elementos propios del cabildeo. Así, estos hallazgos no sólo responden la pregunta de trabajo planteada en este trabajo, sino que revela aspectos que sirven para responder la pregunta de la tesis, ya que se están descubriendo elementos de estrategias de cabildeo que los consejeros ya hacen y son susceptibles de refinamiento.

Con todo, la revisión teórica sobre cabildeo echó luz sobre el fenómeno que se quiere investigar en este trabajo. Con el concepto de cabildeo en claro, el *focus group* y la encuesta abonaron información válida para explorar y explicar diversas características de las prácticas de participación ciudadana de los CPCMP. Asimismo, abre la puerta para profundizar en algunos reactivos, corregir otros y re-diseñar los instrumentos en su conjunto para, posteriormente, volverlos a correr. Es decir, esta es una primera aproximación que aportó hallazgos metodológicos y teóricos, así como errores que corregir para continuar con el trabajo de esta tesis.

Bibliografía.

- Aguilar G. & Irazábal, F. (2020). Investigación del mercado electoral. Instituto Reyes Heróles. PRI.. México.
- Badía, J. (1977). Grupos de interés, de promoción y de presión: Institucionalización de los grupos de presión. *Revista de estudios políticos*, num. 213-214. pp. 9-44. ISSN 0048-7694
- Baumgartner, et al. (2009). *Lobbying and Policy Change: Rethinking Policy Change*. The University of Chicago Press. Chicago & London.
- Bobbio, Norberto. (2006). *Liberalismo y democracia* (11ª Edición). FCE México. México DF.
- Bouwen, Pieter. (2002). “Corporate Lobbying in the European Union: The Logic of Access”, en *Journal of European Public Policy*, núm. 9:3. pp. 365-390.
- Bryan, Cassidy. *European Lobbying Guide* (1-85418-144-0, 978-1-85418-144-2), Thorogood, 2000, pp. 181.
- Caldevilla, Domínguez. David; Xifra, Triadú. Jordi. *Historia de los Lobbies: una forma de escribir la historia/Lobby's history: a way to write history*. Historia y Comunicación Social, supl. Especial, Universidad Complutense de Madrid, diciembre; Madrid 18, 2013.
- Cea D'Ancona, M. A. (1999). Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas en investigación social (No. 001.8 CEA).
- Clive S. Thomas, Ronald J. Hrebenar. *Understanding interest groups, lobbying and lobbyists in developing democracies*. *Journal of Public Affairs* Volume 8, Issue 1-2. February - May 2008.
- Código Reglamentario Para el Municipio de Puebla (2014). http://gobiernoabierto.pueblacapital.gob.mx/transparencia_file/ooslp/cod.regl.mun.pue.pdf
- Dellmuth, L. and Tallberg J. (2017). Advocacy Strategies in Global Governance: Inside versus Outside Lobbying. *Political Studies* 2017, Vol. 65(3) 705 –723.
- Dexter, Lewis A. (1969). *How Organizations Are Represented in Washington: Towards a Broader Understanding of Influence and of Patterns of Representation*. University Press of America. Boston, MD.
- Dür, A., & Mateo, G. (2014). The Europeanization of interest groups: Group type, resources and policy area. *European Union Politics*, 15(4), 572–594. <https://doi.org/10.1177/1465116514532556>
- Graziano, Luigi. (2001). *Lobbying, Pluralism and Democracy*. Palgrave, Advances in Political Science. New York.
- Ginsberg, Benjamin, Lowi, Theodore y Weir, Margaret. (1999). *We the People: An introduction to American Politics* (Second Edition). Norton & Company. New York & London.
- Grossman, Gene M. y Helpman, Elhanan. (2001). *Special Interest Politics*. The MIT Press. Cambridge, London.
- Hernández L. Seny “El desafío ético del cabildeo político en Canadá.” *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura* 2005, XI (2) julio-diciembre, 2005, pp. 267-290.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Batista, P. (2010). Metodología de la Investigación. 5ta. Edición. México: Editorial Mc Graw Hill. Hernández, C.
- Mascott Sánchez, María de los Ángeles. (2006). *La regulación del cabildeo en Estados Unidos y las propuestas legislativas en México*. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, Cámara de Diputados LX Legislatura. México, DF.
- Miller, Charles, *Practical Techniques for Effective Lobbying* (1-85418-089-4, 978-1-85418-089-6), Thorogood, 1998

- Montes de Oca, L. (2019). Comida chatarra: Entre la gobernanza regulatoria y la simulación. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Sociales. Ciudad Universitaria, Ciudad de México.
- Nowness, Anthony J. (2006), *Total Lobbying: What Lobbyist Want (and how they try to get it)*. Cambridge University Press. London.
- Ornstein, Norman y Elder, Shirley. (1978). *Interest Groups, Lobbying and Policymaking*. Congressional Quaterly Press. Washington, DC.
- Petracca, Mark (coord.). (1992). *The Politics of Interests*. Westview Press. Boulder, CO.
- Piñeiro, Armando Alonso. (2000). *Lobbying: la trama secreta*. Valletta Ediciones. Buenos Aires.
- Taylor-Powell, E. (1998). Questionnarie Design: Asking Questiongs With A Purpose. University of Wisconsin. EU.
 - - (1998b). *Sampling. University of Wisconsin*.
- Tirado, Ricardo. “Enfoques teóricos y conceptos sobre el poder político empresarial” *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, vol. LX, núm. 225, septiembre/diciembre, 2015, pp. 311-339.
- Vergara-Lope Tristán, Samana, & Hevia de la Jara, Felipe José (2012). Para medir la participación. Construcción y validación del Cuestionario Conductas de Participación (CCP). *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, LVII(215),35-67. [fecha de Consulta 1 de Junio de 2021]. ISSN: 0185-1918. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42125325002>