

A UN MES...

Los presidenciables aceleran gasto y campañas. Sheinbaum ha visitado 29 estados y 123 localidades y Xóchitl 27 entidades y 60 municipios.

 Gasto
 Estados visitados

GÁLVEZ

SHEINBAUM

MÁYNEZ

202.5 mdp



27 estados

193.8 mdp



29 estados

141.9 mdp



21 estados

Gastan los presidenciables 538 millones

ÉRIKA HERNÁNDEZ

A un mes de la elección, las candidatas y el candidato a la Presidencia de la República han reportado al INE gastos por 538 millones 345 mil 196 pesos en 61 días de campaña.

La morenista Claudia Sheinbaum es quien más ha viajado, pues oficialmente reporta giras en 29 estados y

eventos en 123 municipios.

La abanderada del PAN-PRI-PRD, Xóchitl Gálvez, ha visitado 27 estados y ha tenido mítines en 60 municipios, mientras que Jorge Álvarez Máynez, de MC, ha visitado 21 estados.

Al 30 de abril, Gálvez informó en el Sistema de Fiscalización haber gastado 202 millones 566 mil 232 pesos.

Su contrincante, de la alianza Morena-PVEM-PT, reportó 193 millones 857 mil 900 pesos.

Mientras que Máynez ha gastado 141 millones 921 mil 64 pesos.

Los aspirantes a la Presidencia tienen un tope de campaña de 660 millones 978 mil 723 pesos.

Sheinbaum y Máynez

han asignado más recursos a eventos públicos y propaganda genérica, mientras que Gálvez en redes sociales.

Aunque las principales avenidas en todo el País, así como cientos de bardas, parabuses y transporte están saturados de la imagen de los contendientes, afirman que en propaganda en vía pública han gastado 127 millones.

REFORMA

Gastan millonada

A un mes de la elección, las campañas presidenciales en México han costado más de 538 millones de pesos, según lo reportado al INE por los aspirantes en 61 días transcurridos.

ERIKA HERNÁNDEZ



Prioriza Claudia mítines

En su reporte de gastos de campaña, la candidata de Morena-PT-PVEM, Claudia Sheinbaum, registró que ha asignado 45 por ciento de los recursos a eventos públicos.

La morenista realiza al menos tres mítines multitudinarios al día, en los que sindicatos, legisladores, candidatos y organizaciones llevan a miles de ciudadanos para escucharla.

Hasta el 30 de abril reportó que ha asignado 86 millones 158 mil 847 pesos al rubro de eventos públicos.

Otro 35 por ciento, que equivale a 69 millones 314 mil 724 pesos, se fue a propaganda en vía pública.

De acuerdo con los reportes entregados por Sheinbaum y su equipo al INE, en los 61 días que lleva de campaña ha recibido y gastado 191 millones 865 mil pesos, de los que 191 millones 668 mil 917 fueron de partidos políticos, 179 mil 721 pesos de simpatizantes y 16 mil pesos de su bolsillo.

A diferencia de su contrincante Xóchitl Gálvez, Sheinbaum no ha priorizado la inversión en redes sociales y propaganda en páginas de internet, a las que destinó sólo 22 millones 866 mil 301 pesos, un 11 por ciento del monto total.

Al pago de sueldos, renta de inmuebles, transporte y viáticos destinó 13.9 millones y a la compra de propaganda utilitaria, como volantes, plateras, gorras, 741 mil pesos.

Despliegue

El gasto en las campañas de los tres candidatos a la Presidencia de la República hasta el 30 de abril:
(Cifras en pesos)

XÓCHITL GÁLVEZ	CLAUDIA SHEINBAUM	JORGE ÁLVAREZ MÁYNEZ
202 millones 566,232	193 millones 857,900	141 millones 921,064

HASTA AHORA, PREDOMINA EL GASTO EN ACTOS PROSELITISTAS:

 Propaganda (actos proselitistas y otro tipo de promoción): \$160 MILLONES 341,929	 Redes sociales e internet: \$123 MILLONES 638,955
 Propaganda en vía pública: \$127 MILLONES	



Apuesta Gálvez a redes

La candidata de la alianza PAN-PRI-PRD a la Presidencia, Xóchitl Gálvez, está apostando a las redes sociales en su gasto de campaña.

Hasta el 30 de abril, Gálvez ha invertido el 84 por ciento de sus 202 millones de pesos reportados en tres rubros: A redes sociales e internet ha destinado 75 millones 247 mil; en propaganda utilitaria ha gastado 66 millones 532 mil pesos; y en promoción en vía pública 29 millones 122 mil pesos.

Hasta ahora, en sus cuentas de redes, tiene 553 mil seguidores y 2 mil 519 publicaciones en Instagram.

En Facebook suma 918 mil seguidores y en X tiene 919 mil.

En eventos públicos y otro tipo de promoción tiene gastos por 19 millones 650 mil pesos, mientras que para el pago de inmuebles y empleados ha destinado 10 millones 407 mil pesos, según lo reportado en la plataforma de consulta pública del Instituto Nacional Electoral (INE).

La diferencia de gasto en eventos públicos se refleja en la cantidades de ciudades visitadas, pues mientras la panista ha visitado 60 ciudades de 27 estados, su contrincante Claudia Sheinbaum acumula 123 ciudades en 29 estados.

Finalmente, en producción de spots, Gálvez reporta un gasto de un millón 563 mil pesos, y en medios impresos 43 mil pesos.

Suena Máynez en radio y TV

En comparación con sus adversarias, que han gastado sólo un millón de pesos en spots de radio y televisión, el candidato presidencial de Movimiento Ciudadano (MC), Jorge Álvarez Máynez, ha destinado 21 millones 229 mil pesos a esos medios de comunicación para promocionarse.

Se trata de un gasto adicional a los tiempos en radio y televisión que por ley ya tienen los partidos políticos y sus candidatos durante la contienda electoral.

Sin embargo, la inversión prioritaria del candidato emecista, por monto invertido, ha sido en eventos públicos, con 54 millones 533 mil 22 pesos y con 21 estados visitados hasta ahora, cuando falta un mes para el día de la jornada electoral.

En propaganda en vía pública, el candidato naranja reporta haber gastado 28 millones 604 mil pesos; y en redes sociales e internet 25 millones 525 mil pesos, de acuerdo con los informes de gasto registrados ante el Instituto Nacional Electoral (INE), con corte al pasado 30 de abril.

En el pago a empleados y a la renta de inmuebles, el candidato y su equipo re-



portaron una erogación de 6 millones 288 mil pesos, mientras que en propaganda utilitaria suman 5 millones 740 mil pesos.

Al final del proceso electoral, los gastos reportados serán contrastados con lo que vio el personal de la Unidad de Fiscalización del INE, que realiza visitas aleatorias de campo a las campañas.

Hasta ahora, las principales multas que han sido aplicadas a los partidos son por no informar todos los gastos de campaña.