

Empresa gana más de 202 mdp pese a campañas fallidas

Texto: **OTILIA CARBAJAL**
—nacion@eluniversal.com.mx
Fotografía: **ARCHIVO EL UNIVERSAL**

Pese a coordinar la estrategia digital en dos campañas presidenciales fallidas, la empresa Aldea Digital ha obtenido contratos por 202 millones 650 mil pesos.

Esta empresa participó en las campañas de José Antonio Meade (PRI, PVEM y Nueva Alianza) en 2018, y en este proceso electoral con Xóchitl Gálvez (PAN, PRI y PRD), y en ambos casos fue la firma que recibió más recursos.

La empresa tiene como socios a Sergio Zaragoza Sicre, Alejandro Salvador González Gutiérrez y Aldo Hiram Campuzano Rivera, este último se integró como consultor político al equipo de Xóchitl Gálvez el año pasado.

A su vez, Sergio Zaragoza y Aldo Campuzano están al frente de México Elige, que en su última encuesta colocaba a la candidata de Fuerza y Corazón por México a menos de cinco puntos de la puntera, Claudia Sheinbaum Pardo.

La empresa sumó 92 millones 7 mil 488 pesos para la precampaña y campaña de Gálvez Ruiz a la Presidencia de la República, principalmente para estrategia digital en redes sociales, siendo la principal beneficiada de la candidata, de acuerdo con datos preliminares de los reportes al Sistema de Fiscalización.

En la precampaña, el PRI contrató a esta empresa con la que ya había colaborado en la elección de 2018, por un monto de 17 millones 294 mil pesos.

Al iniciar la campaña, el PAN asumió la representación de la coalición Fuerza y Corazón por México para los gastos de la presidencial, y durante tres meses contrató a Aldea Digital por un total de 74 millones 713 mil 252 pesos.

Aunque en sus informes a la Unidad Técnica de Fiscalización no detalla por qué conceptos se contrató a la empresa, ésta reportó ante el INE actividades de estrategia digital y redes sociales.

La empresa está activa en el Registro Nacional de Proveedores del INE de 2024, por los conceptos de administración de redes sociales, investigación de opinión pública, estudios de opinión sobre encuestas electorales, campañas digitales, reputación y derechos, y escucha social, entre otros.

Todas las personas físicas y morales que vendan, arrenden o proporcionen servicios de manera onerosa a partidos, coaliciones, precandidaturas o candidaturas para su operación ordinaria, de precampañas o campañas, deben estar inscritas en este registro del INE.

Para la precampaña y campaña de Meade Kuribreña en 2018, el PRI pagó 110 millones 643 mil 174 pesos a Aldea Digital, principalmente para publicidad en redes sociales y logística de algunos eventos.

El PAN, que en esa elección compitió con Ricardo Anaya como candidato, denunció a la coalición Todos por México (PRI-PVEM-Nueva Alianza) ante el INE por usar indebidamente el nombre del aspirante panista para promover a José Antonio Meade Kuribreña en buscadores de internet.

Aldea Digital contrató publicidad en Google para que al buscar el nombre de “Ricardo Anaya”, el primer resultado fuera el sitio web del candidato del PRI, con el siguiente mensaje: “Buscando a Ricardo Anaya?/Conoce mis Propuestas/meade18.com”.

Por esta publicidad, la coalición que abanderó a José Antonio Meade Kuribreña pagó a Aldea Digital 15 millones 104 mil 417 pesos por el concepto Servicios de publicidad en Medios Digitales que corresponde al

periodo del 30 de marzo al 16 de abril del 2018.

Por tanto, la Unidad Técnica de Fiscalización determinó que esto se clasifica como un gasto de propaganda por internet y no se incurrió en ninguna falta.

La campaña de Xóchitl

Al concluir su campaña, Gálvez Ruiz reprochó que no se destinaron los recursos necesarios a su campaña, por ejemplo, para más propaganda como espectaculares.

A pesar de esto, fue la candidata presidencial que reportó más gastos

al INE por un total de 504 millones 519 mil 910 pesos, con lo que obtuvo el segundo lugar casi 30 puntos detrás de Sheinbaum Pardo.

La coalición opositora centró la mayor parte de sus recursos de campaña a la propaganda en redes sociales por 148 millones 779 mil pesos y propaganda en vía pública por 134 millones 710 mil pesos.

Al formar la coalición Fuerza y Corazón por México, el PAN asumió como responsable de la administración de los recursos para la campaña de la Presidencia de la República, por lo que era el encargado de pre-

sentar los informes de gastos ante la autoridad electoral.

En la segunda mitad de 2023, Aldo Campuzano también se integró al equipo de Gálvez Ruiz como consultor, como reconoció Sergio Zaragoza Sicre en una entrevista radiofónica.

Campuzano es socio de Aldea Digital y también es uno de los mandos de la encuestadora México Elige, aunque Zaragoza Sicre aseguró que mientras estuvo en el equipo de la candidata de oposición no estuvo involucrado en el tema de las encuestas presidenciales. ●

DERROCHE DE RECURSOS

Según el INE, Xóchitl Gálvez fue la candidata que utilizó la mayor cantidad de gasto.

148

MILLONES

779 mil pesos utilizó la coalición opositora para la propaganda en redes sociales.

134

MILLONES

710 mil pesos destinó la coalición opositora para propaganda en vía pública.

504

MILLONES

519 mil 910 pesos invirtió la candidata presidencial, según el reporte de gastos al INE.

Aldea Digital participó en proselitismo de José Antonio Meade (PRI, PVEM y Nueva Alianza) en 2018, y en 2024 con Xóchitl Gálvez (PAN, PRI y PRD); en ambas fue la que recibió más recursos

COMPAÑÍA PROMETIÓ POSICIONAMIENTO EN INTERNET

Se constituyó la Sociedad Denominada (incluir en el régimen jurídico):
Con duración:
Domicilio en:
Objeto Social Principal:

ALDEA DIGITAL, SOCIEDAD ANÓNIMA PROMOTORA DE INVERSIÓN DE CAPITAL VARIABLE

INDEFINIDA

MONTERREY NUEVO LEON

– 1.- ASESORÍA, CONSULTORÍA, PROGRAMACIÓN Y DISEÑO DE SISTEMAS DE SEGURIDAD DE SISTEMAS COMPUTACIONALES.- 2.- ASESORÍA Y CONSULTORÍA EN MATERIA DE PROPIEDAD INTELECTUAL.- 3.- ASESORÍA, CONSULTORÍA, PLANEACIÓN, EJECUCIÓN, SUPERVISIÓN Y AUDITORÍA DE ESTRATEGIAS PARA POSICIONAMIENTO EN INTERNET.- 4.- ASESORÍA, CONSULTORÍA, CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRÓNICOS, RADIO, PRENSA, REVISTAS, PORTALES WEB Y TELEVISIÓN.- 5.- ASESORÍA Y CONSULTORÍA EN TÉCNICAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE POSICIONAMIENTO EN MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES. – 6.- ASESORÍA Y CONSULTORÍA EN RELACIONES PÚBLICAS. – 7.- ADMINISTRACIÓN DE PÁGINAS WEB Y COMERCIO ELECTRÓNICO. – 8.- ASESORÍA EN MARKETING POLÍTICO Y CAMPAÑAS POLÍTICAS. – 9.- ADMINISTRACIÓN DE TECNOLOGÍA Y TALENTOS CREATIVOS. – 10.- ANÁLISIS Y ESTADÍSTICAS DE MEDIOS SOCIALES. – 11.- ADMINISTRACIÓN DE ESTRATEGIAS DE CORREO



Los especialistas supuestamente ofrecen asesoría, consultoría, capacitación y entrenamiento en medios impresos y electrónicos, radio, prensa, revistas, portales web y televisión, así como en relaciones públicas y seguridad en sistemas de computo.



Aldea Digital ganó 92 millones 7 mil 488 pesos por la precampaña y campaña de Gálvez Ruiz a la Presidencia de la República, por su estrategia en redes sociales.



Para la precampaña y campaña de José Antonio Meade en 2018, el PRI pagó 110 millones 643 mil 174 pesos a Aldea Digital para publicidad en redes sociales.