



Ambas contendientes por la gubernatura durante actos de campaña en Nezahualcóyotl y La Paz. CUARTOSCURO Y ESPECIAL

La aliancista invierte en promedio 1.3 millones de pesos por aparición pública, mientras que su contrincante morenista desembolsa 361 mil, de acuerdo con informes de Rendición de Cuentas y Fiscalización del INE

## Estado de México

# Del Moral gasta 50% más y Delfina realiza el triple de mítines



### Reportaje

RAFAEL LÓPEZ MÉNDEZ  
CIUDAD DE MÉXICO

Pese a que la priista Alejandra del Moral ha gastado 50 por ciento más recursos que la morenista Delfina Gómez, ésta ha realizado casi tres veces más eventos que su oponente. Mientras que la candidata de la alianza Va por Estado de México invierte en promedio 1.3 millones de pesos por aparición pública, la abanderada de Juntos Haremos Historia desembolsa 361 mil por actividad electoral.

A un mes de iniciada la contienda por la gubernatura de Edomex, Alejandra del Moral ha pagado 121.9 millones de pesos para difundir sus propuestas y operar sus gastos de campaña. Por su parte, la ex secretaria de Educación federal ha invertido 81 millones 47 mil pesos en lo que va de proceso electoral.

De acuerdo con los informes de Rendición de Cuentas y Fis-

calización del Instituto Nacional Electoral (INE), la priista ha reportado más gastos que ingresos, lo que ha llevado a su equipo a registrar un balance de menos 990 mil pesos durante los primeros 30 días de la campaña. La morenista registra un balance negativo de 127 mil pesos.

Pese a que Alejandra del Moral es la candidata que más ha gastado en lo que va del proceso electoral, cuenta con un menor número de actos públicos reportados ante el INE que su contrincante morenista.

Las bases de datos señalan que la ex secretaria de Desarrollo Social de Estado de México ha realizado 85 eventos con simpatizantes y población en general; sin embargo, esa cifra es 60 por ciento menor a los 224 actos que contabilizan las autoridades electorales para la campaña de Delfina.

Si se toma en cuenta el gasto total reportado por ambos equipos de campaña, se observa que cada acto público de la representante de la alianza Va por Edomex tiene un costo 1.3 millones de pesos, mientras que la morenista desembolsa 361 mil por cada aparición.

Otro rubro publicado por el INE se refiere a los mítines y reuniones que han sido cancelados. En este caso, Delfina Gómez suma 98 actos que no se realizaron y todos éstos fueron reportados por el Partido Verde Ecologista de México, mientras que el Partido del Trabajo y Morena registran saldo blanco; por su parte, Del Moral suma 27.

### Desembolso por rubros

Oficialmente, el periodo de campañas inició el pasado 3 de abril y los dos equipos podrán usar hasta 448.8 millones de pesos a lo largo de los dos meses de elecciones. De esta manera, el INE determinó que ambas candidatas tienen un tope diario de gastos de 7.6 millones de pesos.

Durante el primer mes de trabajo, Alejandra del Moral registró un promedio por jornada de 4.2 millones de pesos gastados en sus actos de campaña y contratación de propaganda en diversos rubros, mientras que Delfina Gómez mantiene un perfil más bajo con una media de 2.8 millones.

La notable desventaja que presenta Alejandra del Moral en diversas encuestas realizadas por diferentes empresas ha orillado

a que su equipo de campaña destine más recursos desde el inicio de la campaña para incrementar la presencia de su candidata en redes sociales, en espectaculares y bardas por toda la entidad.

Sin embargo, los administradores de Del Moral han preferido ser mesurados en el primer mes de campaña, pues los 121.9 millones de pesos representan apenas 27.1 por ciento de los 448.8 millones de pesos que el INE aprobó como tope de campaña para el presente proceso electoral.

Los reportes del INE muestran que la priista ha gastado 43.3 millones de pesos en la propaganda en vía pública, es decir, anuncios espectaculares, intervención de bardas y anuncios en transporte público.

Tan solo este apartado cubre 35 por ciento de todos los gastos reportados hasta el momento.

Otros rubros donde la alianza conformada por PRI, PAN y PRD ha desembolsado una fuerte cantidad de dinero es en la propaganda general (31.7 mdp), la utilitaria como gorras, lapiceros y playeras (26.1 mdp); la contratación de espacios en redes sociales y sitios web (16.3 mdp), y la contratación de comerciales en salas de cines (2 mdp).

En el caso de la morenista, los gastos se fundamentaron principalmente en propaganda general con 29.2 mdp, la compra de espacios para anuncios espectaculares, renta de bardas y colocación de mantas con 19.6 mdp, la propaganda unitaria con 18 millones y otros gastos operativos de campaña con 7.6 millones.

### "No son invencibles"

Durante un mitin en Nezahualcóyotl, la abanderada de Va por el Estado de México refrendó el compromiso que tiene con la sociedad civil rumbo a la elección.

"No son invencibles (Morena), no importa cuántos apoyos sociales entreguen, la gente no es tonta, sabe de sus derechos y está en nosotros develar esa consciencia para poder sacar a la sociedad adelante", dijo Del Moral.

Por su parte, tras recorrer La Paz y Tepetlaoxtoc, Delfina Gómez se comprometió a evitar la intermediación en el sector agrícola y apoyar directamente a los campesinos, además de promover el mercado regional para comercializar mejor los productos que se siembran en el estado.

Con información de: Mario C. Rodríguez