

FISCALIZACIÓN DEL INE

Candidatos meten acelerador a gastos

EN SÓLO DOS SEMANAS INVIRTIERON EN promocionar su imagen 106 millones de pesos

POR BERNARDINO MÉRIDA Y.
bernardino.merida@gimm.com.mx

Transcurridos 56 días de campaña electoral y a una semana de que 11 millones 701 mil 191 ciudadanos inscritos en la Lista Nominal de Electores acudan a las urnas para elegir a sus gobernadores en seis estados, los candidatos aceleraron el ritmo de gastos y éstos se dispararon en más de 100 millones de pesos.

De acuerdo con el Sistema Integral de Fiscalización (SIF) del Instituto Nacional Electoral (INE), los candidatos habían gastado, al corte del 13 de mayo, 259 millones 744 mil 902.28 pesos, contra 366 millones 037 mil 090.23 pesos al corte del 28 de mayo, lo que representa un incremento de 106 millones 292 mil 187.95 pesos, es decir 40.9 por ciento más en sólo dos semanas.

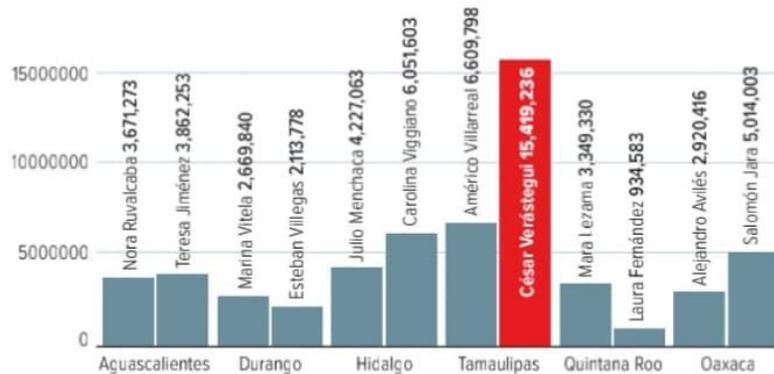
El reporte detalla que se han fiscalizado 235 contendientes, ocho mil 112 operaciones, 31 mil 969 eventos y 210 cuentas bancarias.

El próximo 5 de junio, seis mil 343 también podrán votar a través del Sistema de Voto Electrónico por Internet (SIVEI) pero sólo en los procesos de Aguascalientes, Durango, Oaxaca y Tamaulipas.

Por rubro de gastos, Marina Vitela, candidata de la alianza Juntos Hacemos Historia en Durango, erogó en utilitarios la cantidad de un millón 161 mil 490 pesos, aunque dio preferencia a la propaganda en vía pública,

SE HACEN NOTAR EN TODAS PARTES

Los principales candidatos a los gobiernos de seis estados destinaron cantidades dispares para la propaganda en la vía pública.



Fuente: Elaborada con datos entregados al INE



Foto: Archivo

Los candidatos recurren a cualquier tipo de propaganda con tal de estar presentes en la mente de los electores.

a la que destinó dos millones 669 mil 184 pesos en ese periodo.

Por utilitarios se entienden los obsequios que dan los equipos de campaña a los asistentes a los mítines, como son playeras, gorras y tazas con el nombre del candidato, entre otros objetos.

El otro candidato puntero en Durango, Esteban Alejandro Villegas, de la alianza PAN-PRI-PRD, privilegió el gasto en redes sociales y en páginas de internet al que destinó tres millones 500 mil pesos, en tanto la propaganda en vía pública destinó

solamente dos millones 113 mil pesos.

Nora Ruvalcaba, candidata de Morena en Aguascalientes, dio preferencia a la publicidad en vía pública, con tres millones 671 mil 273 pesos y a la propaganda utilitaria con tres millones 737 mil 033 pesos.

Teresa Jiménez, abanderada de la oposición en ese estado, dio preferencia a la propaganda en vía pública con tres millones 862 mil 253 pesos.

Julio Menchaca, en Hidalgo, reporta un gasto de 4 millones 227 mil 063 pesos

en propaganda en vía pública, en tanto que Carolina Viggiano, del PRI, erogó seis millones 051 mil 603 pesos.

Américo Villarreal Anaya, candidato de Morena en Tamaulipas, destinó seis millones 609 mil 798 pesos a propaganda en la vía pública; a redes sociales y páginas de internet sólo destinó 556 mil 800 pesos.

César Verástegui, de la oposición, tuvo cifras similares para propaganda utilitaria y redes sociales, con seis millones de pesos.

Mara Lezama, candidata en Quintana Roo, gastó 880 mil 832 pesos en propaganda utilitaria, mientras que a la de vía pública le destinó tres millones 349 mil 330 pesos. En cambio, Laura Fernández privilegió el gasto en redes sociales al destinar un millón 540 mil 063 pesos.

Alejandro Avilés, de la alianza PRI-PRD en Oaxaca, gastó seis millones 208 mil 629 en utilitarios.

Salomón Jara, de Morena, destinó cinco millones 481 mil 950 pesos en propaganda utilitaria, mientras que en vía pública erogó cinco millones 014 mil 003 pesos.