

Taboada gasta en imagen y su rival Brugada en logística

Ciudad de México.

De acuerdo con el INE, el panista fue quien más recursos invirtió en las precampañas

GASPAR VELA
CIUDAD DE MÉXICO

El abanderado del PAN, PRI y PRD a la Jefatura de Gobierno, Santiago Taboada, apostó por la propaganda en el periodo de precampaña, pues 86 por ciento del dinero que gastó en esa etapa del proceso electoral fue para promocionar su imagen y sus logros. En contraste, la morenista Clara Brugada destinó 78 por ciento de su presupuesto a la logística de los eventos que realizó en toda la capital.

De acuerdo con los resultados de fiscalización del Instituto Nacional Electoral (INE) —con corte al 4 de enero de 2023—, Taboada fue el precandidato que más recursos invirtió durante las precampañas: 4 millones 691 mil 205 pesos, cantidad reportada por el PAN.

Llama la atención que el PRI y el PRD no aportaron un solo peso a la precampaña del ex alcalde de Benito Juárez, la cual finalizó el 3 de enero, según las cifras oficiales del INE.

El abanderado del bloque opositor ocupó 3 millones 253 mil 800 pesos en propaganda urbana, es decir, 69.3 por ciento de su gasto; 514 mil 694 pesos en propaganda utilitaria, cifra que representa 10.9 por ciento del total, y 299 mil 460 pesos en otra propaganda, igual al 6.3 por ciento.

En operativos de precampaña logística, el panista invirtió 623 mil 251 pesos, es decir, 13.2 por ciento de su gasto.

En el periodo de precampaña —del 5 de noviembre de 2023 al 3 de enero de 2024—, Taboada agendó 38 eventos, de los cuales realizó 26 y canceló 12; el PAN reportó que el total del presupuesto fue de transferencias de recursos locales.

Por su parte, la precandidata única de Morena, PVEM y PT, Clara Brugada, gastó 2 millones 697 mil 62 pesos en el periodo de precampaña.

De ese total, Morena reportó 2 millones 630 mil 931 pesos y el Verde 66 mil 131 pesos; del Partido del Trabajo no hay registro.

La ex alcaldesa de Iztapalapa gastó 2 millones 110 mil 918 pesos en operativos de precampaña logística, es decir, 78.2 por ciento del total.

De acuerdo con el INE, la morenista agendó 261 eventos solo en este periodo de precampaña y, de éstos, realizó 260 y solo canceló uno; además, únicamente 23 fueron públicos y el resto de carácter privado.

Brugada destinó 352 mil 176 pesos a la producción de mensajes para Radio y Televisión (13.3 por ciento), 148 mil 322 pesos a propaganda en la vía pública (5.6), 54 mil 389 pesos en otra propaganda (2.07) y 22 mil 736 pesos en propaganda utilitaria (0.86).

Además de 8 mil 240 pesos en redes sociales y propaganda exhibida en páginas de internet (0.31 por ciento) y 280 pesos en “financieros” (0.01).

Respecto a los ingresos de la precampaña de Brugada, Morena reportó que 79.24 por ciento son transferencias de recursos locales, 19.53 transferencias de recursos federales, 0.89 de contribuciones de simpatizantes y 0.35 de aportaciones del precandidato.

El emecista Salomón Chertorivski también tiene clara su estrategia, al destinar prácticamente todo su gasto en propaganda y redes sociales; el pre-

candidato de Movimiento Ciudadano invirtió 3 millones 339 mil 71 pesos.

El rubro en el que más dinero destinó el ex secretario de Salud federal fue en redes sociales y propaganda exhibida en páginas web, con 2 millones 390 mil 800 pesos (71.60 por ciento), seguido de la propaganda en la vía pública con 791 mil 221 pesos (23.70).

Chertorivski solo gastó 93 mil 250 pesos en operativos de la precampaña (2.79) y 63 mil 800 pesos en propaganda utilitaria (1.91).

Salomón Chertorivski, de Movimiento Ciudadano, empleó 3.3 millones





Carteles con la imagen de la morenista. CUARTOSCURO



2024-01-05

Taboada centra sus gastos de precampaña en propaganda y Brugada en logística

Autor: Gaspar Vela

Género: Nota Informativa

<https://www.milenio.com/politica/elecciones/gastaron-brugada-y-taboada-en-precampana-electoral-2024>

Santiago Taboada apostó por la propaganda en el período de precampaña. El 86 por ciento del dinero que gastó en esta etapa el abanderado del PAN, PRI y PRD a la Jefatura de Gobierno de Ciudad de México, fue para promocionar su imagen y sus logros. En tanto, la morenista Clara Brugada, destinó el 78 por ciento de su presupuesto, a la logística de los eventos que realizó en toda la capital del país.

De acuerdo con los resultados de fiscalización del Instituto Nacional Electoral (INE) con corte al 4 de enero de 2023, Taboada Cortina fue el precandidato que más recursos invirtió en este período del proceso electoral, con 4 millones 691 mil 205 pesos, cantidad reportada por el Partido Acción Nacional (PAN).

Llama la atención que el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido de la Revolución Democrática (PRD) no aportaron un solo peso a la precampaña del ex alcalde de Benito Juárez, la cual finalizó el 3 de enero, según las cifras oficiales del INE.

El abanderado del bloque opositor ocupó 3 millones 253 mil 800 pesos en propaganda urbana, es decir, el 69.3 por ciento de su gasto, 514 mil 694 pesos en propaganda utilitaria, cifra que representa el 10.9 por ciento del total, y 299 mil 460 pesos en otra propaganda, igual al 6.3 por ciento.

En operativos de precampaña (logística), el panista invirtió 623 mil 251 pesos, lo que significa el 13.2 por ciento.

En el período de precampaña del 5 de noviembre de 2023 al tres de enero de 2024, Taboada agendó 38 eventos, de los cuales realizó 26 y canceló 12. El PAN reportó que el total del presupuesto fue de transferencias de recursos locales.

¿Cuánto dinero gastó Clara Brugada en precampaña?

La precandidata única de Morena, Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y Partido del Trabajo (PT), Clara Brugada, gastó dos millones 697 mil 062 pesos, en el período de precampaña. Morena reportó dos millones 630 mil 931 pesos, mientras que el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) 66 mil 131 pesos. Del Partido del Trabajo no hay registro.

La ex alcaldesa de Iztapalapa gastó dos millones 110 mil 918 pesos en operativos de precampaña (logística) 78.2 por ciento del total. De acuerdo con la información del INE, la morenista agendó 261 eventos sólo en este período de precampaña. De éstos, realizó 260 y sólo canceló uno. Además, únicamente 23 fueron públicos, y el resto de carácter privado.

Brugada Molina destinó 352 mil 176 pesos a la producción de mensajes para Radio y Televisión (13.3 por ciento), 148 mil 322 pesos a propaganda en la vía pública (5.6 por ciento), 54 mil 389 pesos en otra propaganda (2.07 por ciento) y 22 mil 736 pesos en propaganda utilitaria (0.86 por ciento).

Además, 8 mil 240 pesos en redes sociales y propaganda exhibida en páginas de internet (0.31 por ciento) y 280 pesos en "financieros" (0.01 por ciento).

Respecto a los ingresos de la precampaña de Brugada, Morena reportó que el 79.24 por ciento son transferencias

de recursos locales, el 19.53 por ciento transferencias de recursos federales, el 0.89 por ciento de aportaciones de simpatizantes y el 0.35 por ciento de aportaciones del precandidato.

Chertorivski también gasta más en propaganda

El emecista Salomón Chertorivski también tiene clara su estrategia, al destinar prácticamente todo su gasto en propaganda y redes sociales. El precandidato de Movimiento Ciudadano a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, invirtió tres millones 339 mil 071 pesos en este período del proceso electoral.

El rubro en el que más dinero destinó el ex secretario de salud federal fue en redes sociales y propaganda exhibida en páginas de internet, con dos millones 390 mil 800 pesos (71.60 por ciento), seguido de la propaganda en la vía pública con 791 mil 221 pesos (23.70 por ciento).

Salomón Chertorivski sólo gastó 93 mil 250 pesos en operativos de la precampaña (2.79 por ciento) y finalmente 63 mil 800 pesos en propaganda utilitaria (1.91 por ciento).

Movimiento Ciudadano reportó que el 99.62 por ciento de los ingresos para esta precampaña provienen de transferencias de recursos locales, mientras que el 0.38 por ciento restante, de aportaciones del propio precandidato.

IOG