

3RA EDICIÓN

# CREATIVIDAD CONTABLE: EL ARTE DEL ENGAÑO

ÍNDICE DE INFORMACIÓN DEL EJERCICIO DEL GASTO 2019

#FinanzasPúblicas · #GastoResponsable

# EL COSTO DE UNA “BUENA IMAGEN”



El gasto en comunicación social se refiere a las asignaciones de recursos destinadas a la **difusión de mensajes** y campañas para **informar a la población** sobre el **quehacer gubernamental** en general.

- Ejemplo: campaña de vacunación.



**El gasto en comunicación social  
no debería contemplar la promoción  
ni propaganda personal de  
funcionarios públicos o políticos.**

Imagen: Presidencia Enrique Peña Nieto. Mensaje a la Nación con motivo del inicio de año 2017 [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=qld4Cu-wCDw>

# GASTO ESTATAL EN PUBLICIDAD OFICIAL

Monto presupuestado vs. ejercido, 2018

MONTO PRESUPUESTADO

4 mil 665 millones 619 mil pesos



MONTO EJERCIDO

8 mil 38 millones 478 mil pesos

3 mil 372 millones 858 mil pesos adicionales

**72%** más

Fuente: Elaborado por el IMCO con datos de cuentas públicas e información financiera al cuarto trimestre de 2018 de las entidades federativas. Datos no disponibles para Quintana Roo.

# GASTO ADICIONAL EN PUBLICIDAD OFICIAL ESTATAL EN 2018

**3 mil 372**  
millones de pesos (mdp)

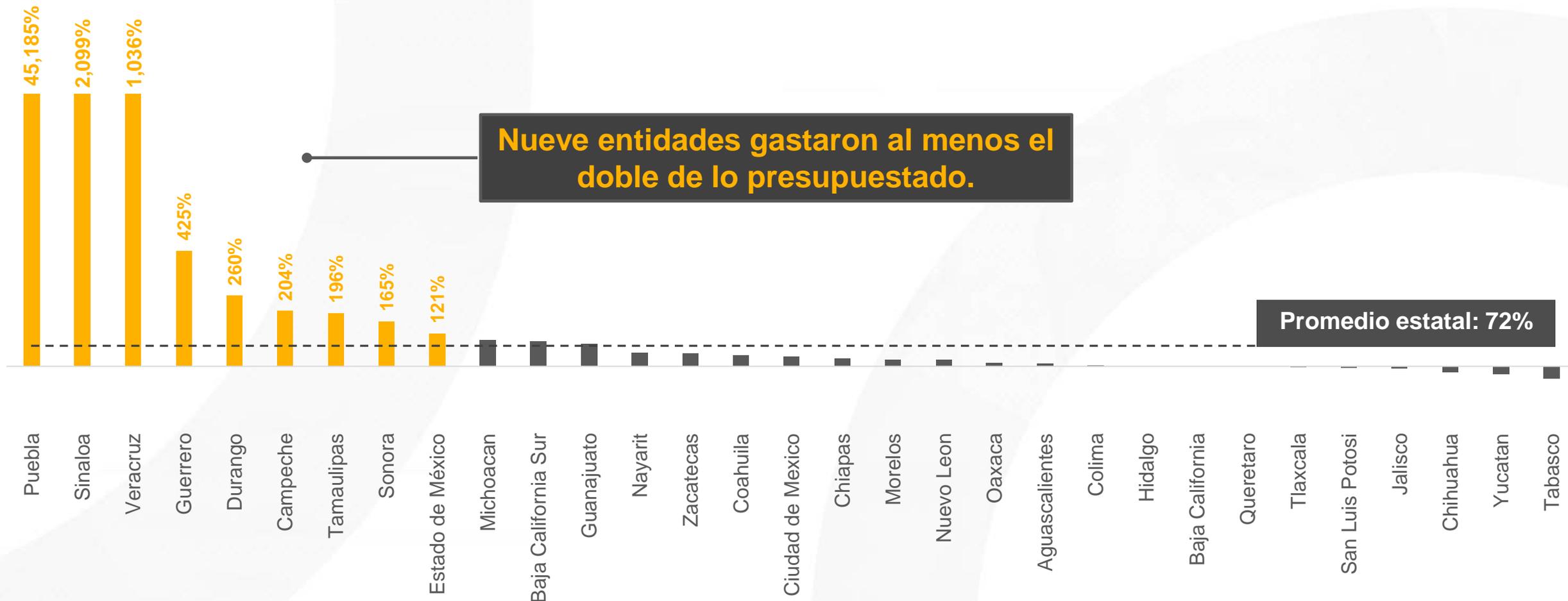


Mayor a dos veces el monto asignado al **programa de comedores comunitarios** (1 mil 442 mdp) en 2018.

**Fuente:** Elaborado por el IMCO con datos de cuentas públicas e información financiera al cuarto trimestre de 2018 de las entidades federativas (datos no disponibles para Quintana Roo); Presupuesto de Egresos de la Federación, 2018.

# MALA PLANEACIÓN DE LA PUBLICIDAD OFICIAL

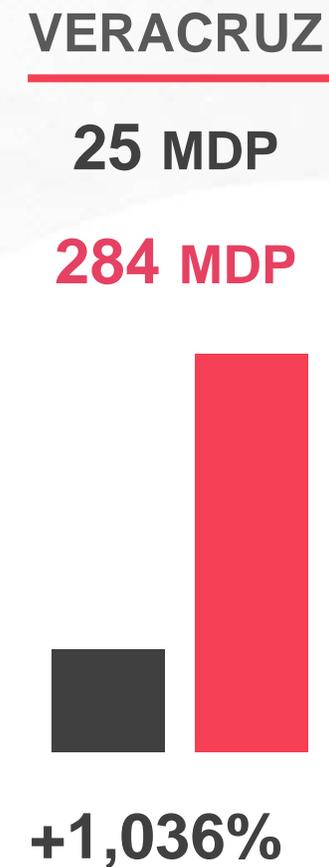
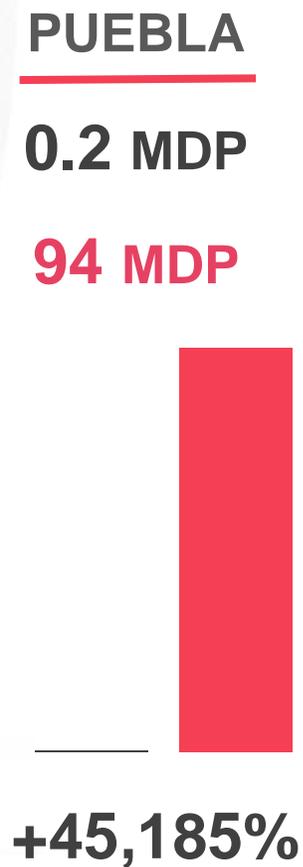
## Gasto presupuestado vs. ejercido, 2018



Fuente: Elaborado por el IMCO con datos de cuentas públicas e información financiera al cuarto trimestre de 2018 de las entidades federativas. Datos no disponibles para Quintana Roo.

# ENTIDADES CON MAYOR VARIACIÓN EN PUBLICIDAD OFICIAL EN 2018

**Presupuestado**  
**Ejercido**



Fuente: Elaborado por el IMCO con datos de cuentas públicas e información financiera al cuarto trimestre de 2018 de las entidades federativas. Datos no disponibles para Quintana Roo.

**Estas simulaciones del gasto son posibles gracias a la complicidad de los congresos locales.**

# PUBLICIDAD OFICIAL DE PUEBLA

Gasto presupuestado vs. ejercido, 2015-2018

Cada año, los congresos aprueban menos y los gobiernos gastan más.

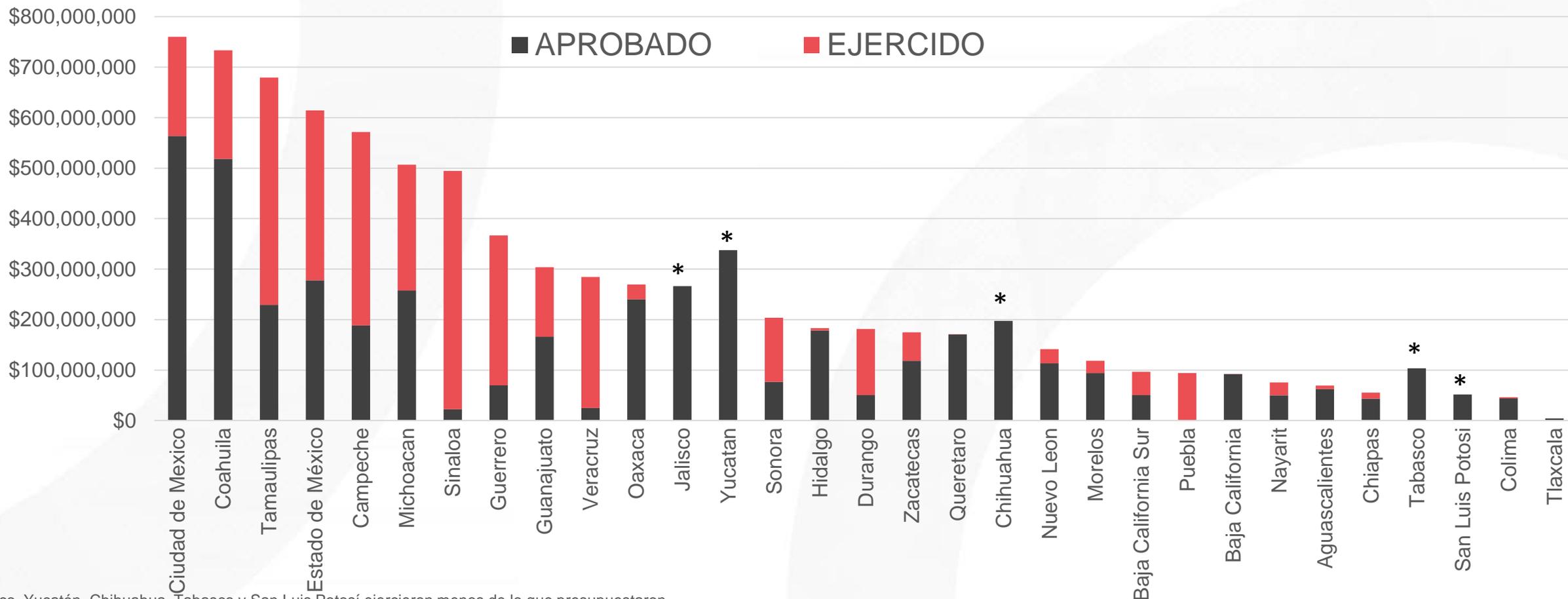


Fuente: Elaborado por el IMCO con datos de cuentas públicas e información financiera al cuarto trimestre de 2015, 2016, 2017 y 2018 del estado de Puebla.

# ¿QUIÉNES GASTARON MÁS EN COMUNICACIÓN SOCIAL?

# GASTO EN COMUNICACIÓN SOCIAL EN 2018

El tamaño de la población es un factor para determinar el presupuesto

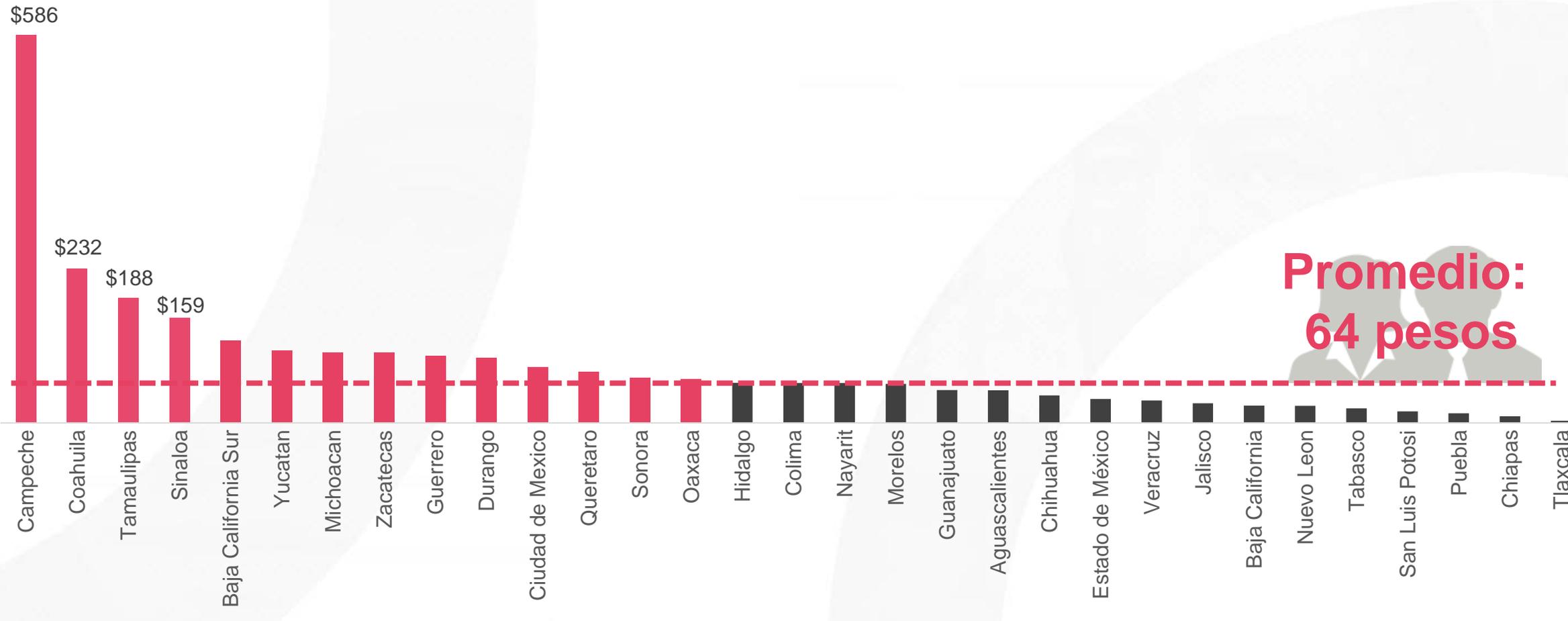


\*Jalisco, Yucatán, Chihuahua, Tabasco y San Luis Potosí ejercieron menos de lo que presupuestaron.

Fuente: Elaborado por el IMCO con datos de cuentas públicas e información financiera al cuarto trimestre de 2018 de las entidades federativas. Datos no disponibles para Quintana Roo

# GASTO EN COMUNICACIÓN POR HABITANTE

El tamaño de la población es un factor para determinar el presupuesto



Fuente: Elaborado por el IMCO con datos de cuentas públicas e información financiera al cuarto trimestre de 2018 de las entidades federativas. Datos no disponibles para Quintana Roo. Conapo, Proyecciones a inicio de año 2019.

# EL COSTO DEL DERROCHE

## Gasto de Coahuila en publicidad oficial en 2018

# 733

millones de pesos



10 veces su gasto total en protección social\*

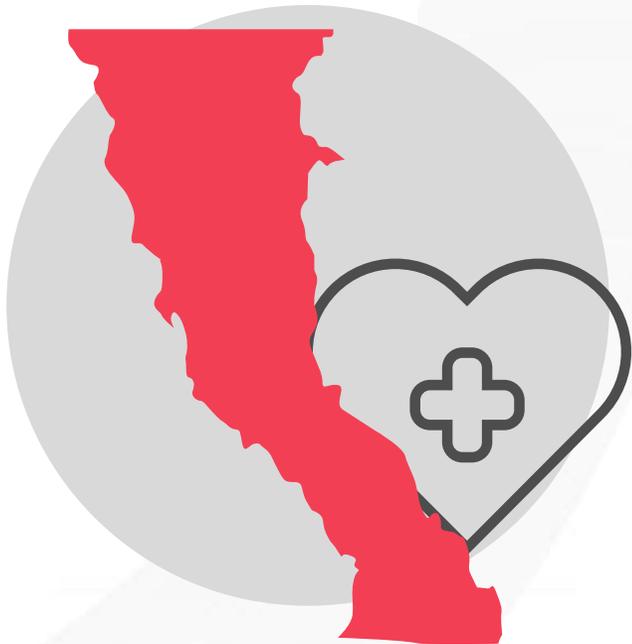
(68 mdp).

El 33% de la población de Coahuila es menor a 18 años y el 10% es mayor a 60 años.

\*Actividades y proyectos en materia de incapacidad económica o laboral, edad avanzada, personas en situación económica extrema, familia e hijos, desempleo, vivienda, entre otros.

Fuente: Elaborado por el IMCO con datos de cuentas públicas e información financiera al cuarto trimestre de 2018 del estado de Coahuila; CONAPO, población a mitad de año.

# EL COSTO DEL DERROCHE BAJA CALIFORNIA



En 2018, Baja California ejerció en **publicidad oficial** un monto equivalente a **3.5 veces** su gasto en **salud**.

Fuente: Elaborado por el IMCO con datos de cuentas públicas e información financiera al cuarto trimestre de 2018 del estado de Baja California.

# EL COSTO DEL DERROCHE ZACATECAS



En 2018, Zacatecas gastó 174 millones de pesos en **publicidad oficial**: 108 mdp adicionales a su gasto en **salud** (65 mdp).

Fuente: Elaborado por el IMCO con datos de cuentas públicas e información financiera al cuarto trimestre de 2018 del estado de Zacatecas.

# EL COSTO DEL DERROCHE OAXACA



Durante 2018, Oaxaca ejerció en **publicidad oficial** un monto equivalente al **95%** de su gasto en **turismo**.

Fuente: Elaborado por el IMCO con datos de cuentas públicas e información financiera al cuarto trimestre de 2018 del estado de Oaxaca.

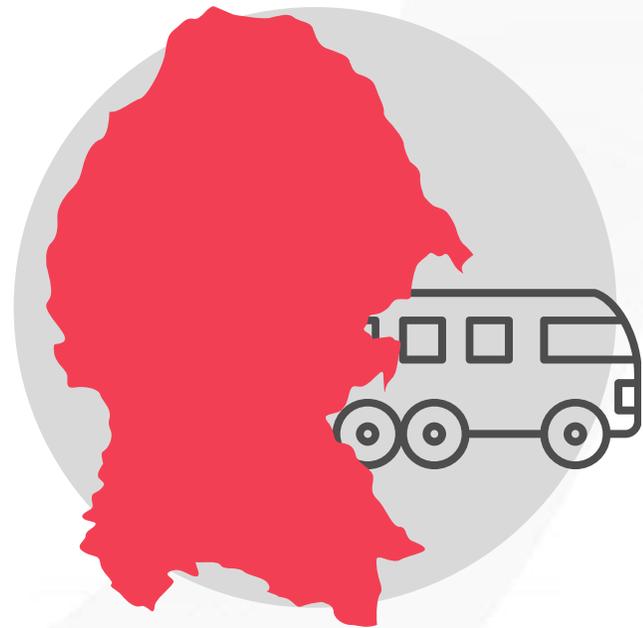
# EL COSTO DEL DERROCHE CAMPECHE



En 2018, el gasto en **publicidad oficial** de Campeche fue siete veces mayor a lo que ejerció en **protección ambiental** (78 mdp).

Fuente: Elaborado por el IMCO con datos de cuentas públicas e información financiera al cuarto trimestre de 2018 del estado de Campeche.

# EL COSTO DEL DERROCHE COAHUILA



En 2018, Coahuila gastó **733 mdp en publicidad oficial**, 60 veces más que en transporte\*, en donde ejerció 12 mdp.

\*Para la administración, construcción o mantenimiento de instalaciones de transporte por carreteras, ferroviario o aéreo.

Fuente: Elaborado por el IMCO con datos de cuentas públicas e información financiera al cuarto trimestre de 2018 del estado de Coahuila.

## FALSA PRIORIDAD Y USO DISCRECIONAL

Por décadas, el uso discrecional de recursos públicos ha permitido que los gobiernos otorguen “dádivas” a través de contratos de publicidad, pautas o espacios “informativos”.

La difusión de información favorable o conveniente para un funcionario público o algún político no debe ser una prioridad en el gasto público de las entidades federativas.

# IMCO PROPONE

# IMCO PROPONE

## Reducir la discrecionalidad en el ejercicio de los recursos públicos:

### No. 1

Las entidades federativas deben **apegarse al monto planeado** y presupuestado que facilite un ejercicio de los recursos eficaz y eficiente y no genere variaciones injustificadas.

### No. 2

El gasto en comunicación social, en cualquiera de sus versiones, debe ser **justificada, identificada e identificable**.

### No. 3

La publicidad oficial debe **limitarse** a informar el **quehacer gubernamental** y garantizar diversidad tanto en su contratación como en su contenido.

# PRÓXIMAMENTE: ANÁLISIS DEL GASTO

# CALENDARIO DE INFORMACIÓN

10 de diciembre

Resultados de la contabilidad gubernamental estatal, IIEG

17 de diciembre

Verdaderas prioridades

Enero 2020

Complicidad legislativa

10 de diciembre

## Resultados de la contabilidad gubernamental

estatal, IIEG



**Mide** el reporte de la información financiera de los 32 poderes ejecutivos estatales.



**Analiza** la composición y variaciones del gasto a lo largo del ejercicio fiscal.



**Verifica** la homologación y armonización de la información del ejercicio del gasto.



**Fomenta** el cumplimiento de la Ley General de Contabilidad Gubernamental y buen manejo de los recursos públicos.

17 de diciembre Verdaderas prioridades



Durante 2018, Baja California ejerció en **viáticos** un monto equivalente a **2.5** veces su gasto en **salud**.

Zacatecas destinó **19 millones** de pesos **más a viáticos** que a **salud**.

Fuente: Elaborado por el IMCO con datos de cuentas públicas e información financiera al cuarto trimestre de 2018 del estado de Baja California y Zacatecas.

# Enero 2020 Complicidad legislativa

Los diputados locales no hicieron su tarea

En los tres primeros meses de 2018, **Puebla ejerció 48 veces** lo presupuestado para todo el año. Al cierre del ejercicio **gastó 453 veces** lo aprobado por su Congreso.



Fuente: Elaborado por el IMCO con datos de cuentas públicas e información trimestral de 2018 del estado de Puebla.

3RA EDICIÓN

# CREATIVIDAD CONTABLE: EL ARTE DEL ENGAÑO

ÍNDICE DE INFORMACIÓN DEL EJERCICIO DEL GASTO 2019

#FinanzasPúblicas · #GastoResponsable