

Ciudad de México, 3 de diciembre de 2019.

BOLETÍN DE PRENSA

El costo de una buena imagen

Un análisis del Índice de Información del Ejercicio del Gasto (IIEG 2019)

- Los gobiernos estatales, en complicidad con sus congresos, gastan miles de millones de pesos en publicidad oficial adicionales a los presupuestados cada año.
- De acuerdo a las últimas cuentas públicas disponibles, en promedio, los estados ejercieron en comunicación social un 72% más de lo originalmente presupuestado. Equivalente a 3 mil 372 millones de pesos (dos veces el monto asignado a comedores comunitarios el mismo año).
- En 2018, los estados que menos se apegaron a su presupuesto de comunicación fueron Puebla (variación de 45,185%), Sinaloa (2,099%) y Veracruz (1,036%).
- La mala planeación del gasto en comunicación social permite un uso proselitista y discrecional del dinero público.
- La evidencia apunta a que, en los estados, los presupuestos son ejercidos como una simulación y a discreción de las secretarías de finanzas.

El **Índice de Información del Ejercicio del Gasto (IIEG 2019)** analiza las principales partidas y variaciones del gasto público de los 32 poderes ejecutivos estatales. El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) encontró que, en 2018, el gasto en comunicación social tuvo una variación promedio de 72% entre lo presupuestado y lo efectivamente gastado.

Este gasto tiene el objetivo de ayudarle al Gobierno a comunicar mensajes importantes para la población (una campaña de vacunación, una alerta de desastre natural). Los recursos de comunicación social nunca deberían ser usados para la promoción personal del funcionario en turno.

Las entidades federativas presupuestaron un gasto en comunicación de 4 mil 665 millones de pesos y al final del año ejercieron 8 mil 038 millones de pesos. Los estados con mayor variación entre lo presupuestado y lo gastado son Puebla (45,185%), Sinaloa (2,099%) y Veracruz (1,036%).



El gasto realizado para difundir la información debe ser el que más beneficios le aporte a la población, en comparación con usar ese dinero para implementar otras políticas. Si no es equivalente a las necesidades de los ciudadanos, ese uso de los recursos es ostentoso y contrario a la austeridad.

El costo del derroche en 2018:

1. El gasto de Coahuila en comunicación social (733 millones de pesos) fue 10 veces superior a su gasto total en protección social.
2. Baja California ejerció en publicidad un monto equivalente a 3.5 veces su gasto en salud.
3. Zacatecas gastó 174 millones de pesos en publicidad oficial: 108 millones de pesos adicionales a su gasto en salud (65 millones de pesos).
4. El estado de Oaxaca ejerció en publicidad oficial un monto equivalente al 95% de su gasto en turismo.
5. El gasto en publicidad oficial (539 millones de pesos) de Campeche fue siete veces mayor a lo que ejerció en protección ambiental (78 millones de pesos).

La mala planeación del gasto en comunicación social permite un uso proselitista y discrecional del dinero público. La difusión de información favorable o conveniente para un funcionario público, o político, no puede ser una prioridad en el gasto público.

La evidencia apunta a que, en los estados, los presupuestos son ejercidos como una simulación y a discreción de las secretarías de finanzas.

IMCO PROPONE

Reducir la discrecionalidad en el ejercicio de los recursos públicos:

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.

2. El gasto en comunicación social, en cualquiera de sus versiones, debe ser justificado, identificado (que se pueda rastrear) e identificable (que los anuncios de Gobierno se puedan distinguir de manera explícita).
3. La publicidad oficial debe limitarse a informar el quehacer gubernamental y garantizar diversidad tanto en su contratación como en su contenido.

En los próximos días, espera las siguientes entregas de este estudio:

- 10 de diciembre: Resultados de la contabilidad gubernamental estatal
- 17 de diciembre: Verdaderas prioridades del gasto
- Enero 2020: Complicidad legislativa

El IMCO es un centro de investigación que propone soluciones a los desafíos más importantes de México. Toda crítica con propuesta, toda propuesta con fundamento.

Consulta más información sobre este análisis en www.imco.org.mx/finanzaspublicas/

Sigue la conversación con el hashtag #GastoResponsable

Para entrevistas favor de comunicarse con:

Paola Gurrola | prensa@imco.org.mx | Cel. (55) 7907 6656