

Se adelantan casi un año

Aun sin campañas, partidos derrochan por lo menos 135 millones de pesos

Por Tania Gómez |
tania.gomez@razon.com.mx

El proceso electoral de 2027 arranca este jueves, pero para los seis partidos políticos nacionales más antiguos —Morena, PAN, PRI, Movimiento Ciudadano, PVEM y PT— la contienda por la Cámara de Diputados y 17 gubernaturas ya comenzó a generar contratos y diversos compromisos de gasto.

Entre enero y junio de 2026, estos partidos comprometieron 134 millones 977 mil 028.19 pesos en gasto de perfil electoral, de acuerdo con una revisión de sus contratos, principalmente en publicidad digital, encuestas, Big Data, consultorías, propaganda, contenidos audiovisuales, eventos y fortalecimiento de sus estructuras. El cálculo considera únicamente el gasto clasificado como de perfil electoral y excluye los recursos relacionados con la elección de Coahuila de junio pasado.

EL PRI anunció que impugnará ante el TEPJF los lineamientos del INE que impedirán la anulación directa de las "boletas planchadas" (marcadas, sin doblar) en la elección de junio.

EL DATO

Las precampañas iniciarán formalmente el 4 de enero y las campañas se desarrollarán a partir del 4 de abril.

A la competencia se sumarán Paz y Somos, los dos partidos que obtuvieron su registro nacional apenas en junio, por lo que sus contrapartes más antiguas ya les llevan camino recorrido en contrataciones previas al arranque del proceso.

Movimiento Ciudadano es el partido que más recursos comprometió, con 38 millones 800 mil pesos, seguido por el PVEM (23 millones 850 mil 677.94), el PRI (23 millones 688 mil 123.76), el PT (22 millones 464 mil 331.77) y Morena (19 millones 931 mil 001.72) en gasto de perfil electoral, mientras que el PAN

REVISIÓN A CONTRATOS revela millones de recursos en eventos, publicidad digital, encuestas, consultoría, videos, playeras, llaveros...; hay documentos sin monto visible

reportó seis millones 242 mil 893 pesos en contratos con monto identificable.

Las cifras corresponden al primer semestre y no necesariamente representan el gasto total de cada partido, pues existen contratos sin monto visible. En el caso del PAN, por ejemplo, 72 de los 105 contratos revisados aparecen registrados con cero pesos.

En la revisión del detalle con MC, 18.2 millones de pesos, el mayor porcentaje del total comprometido, correspondió a servicios de comunicación y consultoría política; otros 5.6 millones a estudios de opinión con encuestas nacionales y mediciones en Michoacán, Sonora, Zacatecas, Puebla, Nayarit, Quintana Roo y Estado de México, y 5.3 millones a contenidos digitales y audiovisuales.

Entre estos últimos aparecen seis contratos de 148 mil 978.80 pesos cada uno para la producción de la saga *Máynecitoks*, de Jorge Álvarez Máynez, así como otros para la serie animada *Los Naranjas*. En conjunto, los 11 contratos de contenidos animados con el mismo proveedor alcanzan dos millones 42 mil 674 pesos.

Movimiento Ciudadano destinó además 5.8 millones de pesos a vestuario partidista y casi 3.9 millones a convenciones y eventos, entre otros rubros.

El PVEM comprometió 23 millones 850 mil 677.94 pesos, con 15.3 millones en contenidos para redes sociales y casi un millón en producción audiovisual.

Además, pagó 823 mil 600 pesos por un levantamiento nacional de mil 500 entrevistas y contrató grupos de enfoque en 19 entidades. Destinó también más de cinco millones de pesos a artículos promocionales, entre otros rubros.

En 49 de los 51 contratos reportados por el instituto político, el informe seña-

MOVIMIENTO CIUDADANO: 38 MILLONES 800 MIL PESOS

- Servicios de comunicación y consultoría política: 18.2 mdp
- Encuestas nacionales y estatales: 5.6 mdp
- Contenidos digitales y audiovisuales: 5.3 mdp
- Vestuario partidista, convenciones y eventos: 9.7 mdp

PRI: 23 MILLONES 688 MIL 123.76

- Espacios publicitarios en redes sociales: 16.2 mdp
- Producción y logística de eventos: 6.3 mdp
- Materiales publicitarios: 1.3 mdp

APURADOS

Recursos y rubros de gasto comprometidos por partidos políticos nacionales.

Fuente: INE

PVEM: 23 MILLONES 850 MIL 677.94

- Contenidos para redes sociales: 15.3 mdp
- Producción audiovisual: casi un millón de pesos
- Encuestas y grupos de enfoque: 823 mil 600 pesos
- Artículos promocionales: 5 mdp

PT: 22 MILLONES 464 MIL 331.77

- Propaganda utilitaria (llaveros, ventiladores, tazas y gorras): 13.5 mdp
- Capacitación, formación de liderazgos y estudios políticos: 5.2 mdp
- Materiales de imprenta institucionales: 3.64 mdp

MORENA: 19 MILLONES 931 MIL 001.72

- Adquisición de tarjetas SIM, dos contratos por 15 mdp
- Propaganda utilitaria (playeras, chalecos, impresos): 3.4 mdp
- Pautas digitales y gestión de eventos: 1.5 mdp

PAN: 6 MILLONES 242 MIL 893

- Big Data para medir su posicionamiento en distintas plataformas: 1.8 mdp
- Estudios de narrativa y sentimientos de la ciudadanía en redes: 1.8 mdp
- Foro "Soluciones para México": 1.9 mdp

la que "no hubo alcances o producto del contrato o convenio".

El PRI comprometió 23 millones 688 mil 123.75 pesos. Más de dos terceras partes, 16 millones 288 mil 123 pesos —68.8 por ciento de su gasto—, correspondió a un contrato de espacios publicitarios en redes sociales con vigencia prácticamente durante todo 2026, similar a uno de 20.8 millones que el partido ya había pagado en 2025.

El tricolor sumó además 6.3 millones de pesos para producción y logística de eventos, 1.3 millones en materiales publicitarios y 754 mil pesos por el arrendamiento de una bodega en la Ciudad de México para acopio e inventario de propaganda, entre otros rubros.

El PT comprometió 22 millones 464 mil 331.77 pesos, de los cuales la mayor parte, 13.5 millones, correspondió a propaganda utilitaria: llaveros, ventiladores, tazas y gorras con el logotipo del partido. Otros 5.28 millones de pesos fueron a capacitación, formación de liderazgos y estudios políticos, y 3.64 millones a materiales de imprenta institucionales, entre otros rubros.

Siete contratos de perfil electoral y táctico concentraron 19 millones 931 mil pesos del gasto de Morena. El bloque mayor correspondió a conectividad me-

dicar su costo unitario y su finalidad dentro de la operación.

En propaganda utilitaria, el partido adjudicó tres contratos por tres millones 401 mil 468 pesos para playeras, chalecos y material impreso con su identidad. Para pautas digitales firmó un contrato por un millón 378 mil 853.72 pesos, y en gestión de eventos destinó 113 mil 680 pesos a logística de actos partidistas, entre otros rubros.

El PAN comprometió seis millones 242 mil 893 pesos con monto identificable; de los 105 contratos revisados, 72 aparecen con cero pesos. Destinó un millón 825 mil pesos a "escucha digital" mediante Big Data para medir su posicionamiento en distintas plataformas, un millón 44 mil pesos a un estudio de narrativa de la ciudadanía en redes, y 781 mil pesos a análisis de sentimiento ciudadano.

En eventos, pagó 58 mil pesos por seguridad para la concentración "Relevo 2027", realizada en marzo en la Alameda Sur, en la alcaldía Coyoacán de la Ciudad de México y un millón 954 mil 893 pesos por el foro "Soluciones para México", celebrado en junio en un auditorio en la colonia Nápoles, también en la capital.

También contrató encuestas cara a cara, *tracking* (rastreo) y levantamientos telefónicos automatizados, varios registrados con monto de cero pesos, entre otros rubros.

El gasto del primer semestre dibuja ya las prioridades de los partidos para la contienda: conocer al electorado, medir su posicionamiento, ampliar su presencia digital y sostener su operación política.

EL TIP

EL INE aprobó un manual que prohíbe a nuevos partidos utilizar colores del organismo en sus logos o emblemas.

19

Mil 609 cargos se renovarán en 31 entidades