

ESTUDIO QUE PRESENTA EL CONSEJERO PRESIDENTE DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA LA DETERMINACION DEL COSTO MINIMO DE UNA CAMPAÑA PARA DIPUTADO, DE UNA CAMPAÑA PARA SENADOR Y PARA LA DE PRESIDENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

I. IMPORTANCIA DEL COSTO MÍNIMO DE CAMPAÑA

Se entiende por costo mínimo de campaña la suma de gastos indispensables que un candidato a diputado o a senador realiza durante una campaña electoral. Comprende una serie de elementos de carácter humano, organizativo, logístico y propagandístico, con los cuales se sostiene la competencia electoral en un distrito o en un estado del país. No obstante, más allá de esta noción básica, el presente documento intenta llamar la atención de las consecuencias e implicaciones que ese factor tiene, pues la lógica de nuestro entramado legal, hace que el costo mínimo de campaña adquiera una importancia más vasta y profunda.

La determinación del costo mínimo de campaña constituye el primer paso para la construcción de toda la estructura financiera de los partidos políticos y de las agrupaciones políticas. La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos define al costo mínimo de campaña como el primero de los factores que intervienen en la determinación del monto correspondiente al sostenimiento de las actividades ordinarias permanentes.

El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales por su parte, desarrolla y precisa cada paso para ese cálculo, y hace descansar en el costo mínimo de campaña -para Diputado, para Senador y para Presidente de la República- el conjunto de operaciones que constituyen al financiamiento público por actividades ordinarias. Como se sabe, la propia ley ordena que en año electoral, los partidos políticos tengan acceso a un monto de financiamiento para gastos de campaña idéntico al otorgado para actividades ordinarias permanentes. Los otros factores que intervienen en ese cálculo son, el número de senadores y diputados a elegir, el número de partidos políticos con representación en el Congreso de la Unión y la duración de las campañas electorales.

El costo mínimo de campaña no sólo es un ingrediente determinante sobre el cual se calcula el monto del financiamiento público de los partidos políticos nacionales; además es el único factor sobre el cual la autoridad electoral puede actuar, modificándolo, para modular la estructura financiera que otorga a los partidos políticos, ya que está facultada por la ley para actualizar los precios relativos conforme al índice nacional de precios al consumidor y/o revisando los elementos que componen al costo mínimo de campaña. Esas características hacen particularmente relevante el estudio mediante el cual se fija este último.

Pero la importancia de este factor es todavía mayor por sus implicaciones y derivaciones. La lógica de la construcción del Código federal de Instituciones y Procedimientos Electorales hace que el costo mínimo de campaña se convierta en un elemento que determina, de un modo directo o indirecto, a otros componentes esenciales para la estructura financiera del sistema de partidos en México, a saber:

El costo mínimo de campaña es un factor decisivo para:

- Establecer el monto del financiamiento para actividades ordinarias.
- Establecer el cálculo de los topes de gasto de campaña.
- Definir el monto mínimo que los partidos políticos deben destinar anualmente para el desarrollo de sus fundaciones o institutos de investigación.
- Definir el monto de financiamiento público a otorgar a cada partido político que hubiese obtenido su registro con fecha posterior a la última elección.
- Establecer los topes al financiamiento privado, tanto en lo que se refiere al financiamiento de simpatizantes, como el de las aportaciones realizadas por las personas físicas o morales.
- Establecer los topes al financiamiento por rendimientos de aportaciones que reciban los partidos políticos.

- Definir los topes al gasto del Instituto federal Electoral en las adquisiciones de promocionales en radio y televisión durante las campañas electorales.
- Establecer el fondo para el financiamiento de las agrupaciones políticas nacionales.
- El cálculo del tope del fondo de financiamiento público que como máximo puede recibir una agrupación política nacional.

En consecuencia, las consideraciones en torno al costo mínimo de campaña deben necesariamente tomar en cuenta el impacto en el conjunto de los componentes financieros que marca la ley. Es por lo tanto una discusión que va más allá de una finalidad restringida (dotar de recursos a un candidato para una campaña) puesto que afecta de una manera más profunda a la vida electoral del país, en tanto define la estructura financiera de todos los partidos y agrupaciones políticas.

El ejercicio que a continuación se presenta realiza al mismo tiempo, una revisión técnica y una actualización financiera de todos los ingredientes que forman el costo mínimo de campaña. Como se describe en el segundo apartado, desde 1987 la autoridad electoral no ha modificado los criterios y los elementos que componen al costo mínimo de campaña. Se trató más bien de actualizar los precios relativos de sus elementos componentes. En cambio, el estudio que ahora se presenta atiende al cambio en precios relativos y también evalúa los componentes mismos del costo mínimo de campaña.

El apartado IV describe la metodología aplicada para definir el costo mínimo de campaña: se realizó un estudio nacional de campo, acerca de los elementos que hacen posible una campaña electoral en las condiciones actuales y se ponderaron dichos costos a lo largo y ancho del país. Se trata de un ejercicio que quiere atender la diversidad nacional, de ajustar con datos objetivos los gastos ejercidos y de evitar los parámetros extremos. Como su nombre lo indica, se trata de fijar un costo mínimo, un piso, que puede considerarse adecuado para sostener la competencia. Este estudio toma en consideración tres aspectos principales: (1) los cambios que se han producido en las técnicas de campaña; (2) los cambios ocurridos en las condiciones organizativas de los

propios partidos políticos; y (3) las nuevas condiciones de competitividad que los partidos han configurado.

II. ANTECEDENTES

El costo mínimo de campaña es un factor que ha acompañado sistemáticamente a las leyes electorales en México. Como se sabe, la legislación que reguló por primera vez el otorgamiento de financiamiento público a los partidos fue el Código Federal Electoral, promulgado el 9 de enero de 1987. El artículo 61 de ese Código, preveía que la Comisión Federal Electoral se encargara de determinar, con base en sus propios estudios, el costo mínimo de una campaña electoral para diputado. Esa cantidad se multiplicaba por el número de candidatos a diputados de mayoría relativa registrados, para obtener así el monto del financiamiento a distribuirse entre los partidos políticos durante los tres años siguientes de la elección. En ese año se tomó en consideración el número de candidatos registrados en la elección de 1985 y los resultados electorales de ese mismo año.

Con base en estas previsiones legales, la Comisión Federal Electoral realizó estudios económicos con precios al año de 1985, según los cuales el costo mínimo de una campaña para diputado era de \$4'212,220, cantidad a la que debía agregarse la cifra de \$287,780 por actividades partidistas, para llegar a la cifra de \$4'500,000. La propia Comisión decidió incrementar en un 40% y en un 92% esa cantidad, pues tales eran los porcentajes de aumento del presupuesto de egresos de la federación en los años de 1986 y 1987. El mismo órgano decidió adicionar la suma de \$869,440 por actividades partidistas, para llegar a \$13'000,000 como costo de la campaña para diputado. Esta cantidad sirvió de base para determinar el financiamiento público en los años de 1987 y de 1988.

Los estudios citados, elaborados en 1987 con precios al año de 1985, consideraron a las actividades que debería realizar un candidato para obtener el voto de los electores. Los estudios se fundaron en las experiencias que el Partido Revolucionario Institucional tenía en este tipo de campañas. Los elementos básicos considerados fueron los siguientes:

- a. El establecimiento de una estructura administrativa permanente durante 90 días, en cada distrito electoral; y
- b. Los recursos para llevar a cabo las acciones electorales directas.

Para que los partidos contaran con la estructura administrativa permanente en cada distrito, los estudios propusieron que durante 90 días se contara con recursos humanos (un encargado de oficina, dos mecanógrafas, un chofer y un auxiliar de intendencia) y con recursos materiales (un local de campaña con servicio telefónico, un vehículo, publicaciones del partido, papelería y útiles de escritorio, combustibles y lubricantes). El costo de estos bienes y servicios representaba el 44% del costo mínimo de campaña.

Para realizar las acciones directas de campaña, se propuso que cada partido contara con propaganda impresa (carteles, mantas, volantes), propaganda utilitaria (plumas, lápices, cuadernos, reglas, morrales, bolsas, camisetas, botones, viseras, llaveros, cerillos), pintura para bardas, equipo de sonido y renta de locales para eventos. El costo de estos bienes y servicios representaba el 56% del costo mínimo de campaña.

Después de las elecciones de 1988, se volvió a aplicar el procedimiento anterior para determinar el financiamiento público que correspondería a los partidos políticos durante el trienio 1989-1991. La base para realizar esos cálculos fue un costo mínimo de campaña para diputado de \$43'750,000.

La reforma electoral de 1990 estableció nuevos criterios para determinar el financiamiento público a los partidos políticos y lo dividió en cuatro rubros:

- a. Financiamiento por actividad electoral;
- b. Financiamiento por actividades generales como entidades de interés público;
- c. Financiamiento por subrogación del Estado de las contribuciones que los legisladores habrían de aportar para el sostenimiento de sus partidos;
- y
- d. Financiamiento por actividades específicas como entidades de interés público.

Para definir el financiamiento público a los partidos políticos correspondiente al trienio 1992-1994, se tomaron en consideración los resultados de las elecciones de 1991, y se aplicaron las nuevas disposiciones del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, que fue promulgado el 14 de agosto de 1990. El nuevo Código preveía que, para definir el financiamiento público a los partidos, además del costo mínimo de una campaña para diputado, se debía considerar el costo mínimo de una campaña para senador, con el objeto de establecer el monto de la partida que se denominó "actividad electoral".

Al efecto, la entonces Dirección General del Instituto Federal Electoral presentó al Consejo General el estudio del costo mínimo de una campaña electoral para diputado federal, en el que se consideraron los mismos conceptos de gastos que habían sido definidos en los estudios realizados en 1987. Dichos rubros de gasto fueron agrupados en dos: actividades administrativas por un lado y acciones directas de campaña, por el otro.

Asimismo, se presentó el estudio del costo mínimo de una campaña electoral para senador, con los mismos rubros de gastos. En este caso, las partidas fueron ampliadas por tratarse de actividades a realizar en todos los distritos electorales que componen una entidad federativa. Las propuestas de los estudios que fueron presentadas por la Dirección General del Instituto Federal Electoral fueron aprobadas por el Consejo General. Así, durante el trienio correspondiente a 1992-1994, el costo mínimo de campaña para diputado se fijó en \$77'947,466, y el de la campaña para senador en \$165'078,286, con los consecuentes efectos en la determinación del financiamiento público por concepto de actividad electoral.

Al concepto anterior se sumó el rubro que se denominó "actividades generales como entidades de interés público", que correspondía a un 10% de la partida por concepto de actividad electoral. De igual forma, los partidos políticos recibieron una cantidad equivalente al 50% del monto anual del ingreso neto que por concepto de dietas recibieron los diputados y senadores integrantes de sus grupos parlamentarios. Finalmente, por el concepto de actividades específicas los partidos recibieron el 50% de los gastos comprobados por erogaciones en dichas partidas.

Posteriormente, de acuerdo con la reforma electoral de 1993, se añadió una partida más en el total del financiamiento público que se otorgaría a los partidos políticos. Esta partida se denominó "Financiamiento para el desarrollo de los partidos", que creaba un fondo con el 5% del financiamiento otorgado por concepto de actividades electorales, que sería repartido sólo entre los partidos que hubieran obtenido entre el 1 y el 5% del total de la votación emitida en la elección anterior.

Como se observa, el costo mínimo de campaña guardaba ya efectos indirectos importantes en todos los rubros de financiamiento que la ley señalaba.

Durante el proceso electoral federal de 1994, se aplicaron las reformas legales que previeron la obligación de los partidos políticos de presentar informes de ingresos y egresos realizados durante las campañas. Al efectuarse la revisión de dichos informes, se observaron las cifras de lo que habían erogado aquellos partidos políticos que conservaron su registro en las elecciones de ese año, arrojando la cantidad de \$66,715.06 como costo promedio de una campaña de diputado y de \$237,119.41 como costo promedio para una campaña de senador.

En sesión del Consejo General celebrada el 20 de enero de 1995, se determinó el financiamiento público por actividad electoral para el trienio 1995-1997. Los estudios correspondientes fueron presentados por la entonces Dirección General del Instituto, los cuales volvieron a considerar los mismos conceptos de gastos previstos en los estudios de 1987. De acuerdo con los resultados de las elecciones de 1994, se fijaron los siguientes parámetros:

- a. Costo mínimo de una campaña para diputado en \$141,224.16;
- b. Costo mínimo de una campaña para senador en \$271,725.70; y
- c. Costo mínimo de una campaña para Presidente en \$177'207,151.27

Como se puede observar, los costos mínimos determinados por el Consejo General para calcular el financiamiento correspondiente al trienio 1995-1997, fueron fijados muy por arriba de los gastos declarados por los partidos políticos en sus informes de las campañas electorales de 1994. Dicha determinación partía de la consideración siguiente: el financiamiento no sólo sería otorgado para actividades electorales, sino para los distintos rubros de financiamiento establecidos en la ley.

A raíz de la reforma electoral de 1996, el artículo décimo transitorio del Decreto que modificó el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, estableció que para determinar el financiamiento público a los partidos políticos durante 1997 se tomarían como base los costos mínimos de campaña aprobados para 1995, aplicándoles el Índice Nacional de Precios al Consumidor correspondiente a 1995 y a 1996.

En consecuencia, siguiendo los señalamientos de la ley, el Consejo General, en su sesión del 23 de enero de 1997, determinó el financiamiento público para ese año. Los costos mínimos de campaña sobre los que se fundó ese acuerdo quedaron así: para una campaña de diputado en \$270,436.61; y para una campaña de senador en \$520,341.16

Adicionalmente, la nueva legislación determinó que la bolsa de financiamiento público a los partidos se repartirá de la siguiente forma: el 30% se distribuiría en partes iguales a los partidos con representación en las Cámaras del Congreso de la Unión y el 70% restante, se repartiría según el porcentaje de la votación nacional emitida que hubiese obtenido cada partido en la elección de diputados inmediata anterior. Asimismo, la reforma electoral de 1996 definió tres partidas a través de las cuales los partidos reciben financiamiento público. Conforme al artículo 49, párrafo 7, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, se debe otorgar financiamiento público a los partidos políticos para tres tipos de actividades, en los años en que se realice la elección, que a saber son:

- a. Actividades ordinarias permanentes.
- b. Gastos de campaña.
- c. Actividades específicas.

Finalmente, como resultado de la aplicación del costo mínimo de campaña, las cifras que correspondieron a cada partido con representación en el Congreso de la Unión, por concepto de actividades ordinarias permanentes en 1997, fueron las siguientes:

Financiamiento Para Actividades Ordinarias Permanentes, 1997

| Partido | 30% Igualitario | 70% Proporcional | Total |
|---------|--------------------|---------------------|----------------|
| PAN | 73'837,129.35 | 186'119,699.45 | 259'956,828.81 |
| PRJ | 73'837,129.35 | 363'174,629.41 | 437'011,758.78 |
| PRD | 73'837,129.35 | 120'694,394.43 | 194'531,523.78 |
| PT | 73'837,129.35 | 19'157,817.31 | 92'994,946.66 |
| Total | 295'348,517.40 | 689'146,540.61 | 984'495,058.02 |

III.- MARCO NORMATIVO

Marco Constitucional

Las disposiciones relativas al financiamiento de los partidos políticos, están contempladas desde la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Al respecto, el artículo 41, inciso II de la norma suprema, establece lo siguiente:

“La ley garantizará que los partidos políticos nacionales cuenten de manera equitativa con elementos para llevar a cabo sus actividades. Por tanto, tendrán derecho al uso en forma permanente de los medios de comunicación social, de acuerdo con las formas y procedimientos que establezca la misma. Además, la ley señalará las reglas a que se sujetará el financiamiento de los partidos políticos y sus campañas electorales, debiendo garantizar que los recursos públicos prevalezcan sobre los de origen privado.”

“El financiamiento público para los partidos políticos que mantengan su registro después de cada elección, se compondrá de las ministraciones destinadas al sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes y las tendientes a la obtención del voto durante los procesos electorales y se otorgará conforme a lo siguiente y a lo que disponga la ley:

- a) *“El financiamiento público para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes se fijará anualmente, aplicando los costos mínimos de campaña calculados por el órgano Superior de Dirección*

del Instituto Federal Electoral, el número de senadores y diputados a elegir, el número de partidos políticos con representación en las Cámaras del Congreso de la Unión y la duración de las campañas electorales...

- b) *“El financiamiento público para las actividades tendientes a la obtención del voto durante los procesos electorales, equivaldrá a una cantidad igual al monto del financiamiento público que le corresponda a cada partido político por actividades ordinarias en ese año...”*

“La ley fijará los criterios para determinar los límites a las erogaciones de los partidos políticos en sus campañas electorales; establecerá los montos máximos que tendrán las aportaciones pecuniarias de sus simpatizantes y los procedimientos para el control y vigilancia del origen y uso de todos los recursos con que cuenten y asimismo, señalará las sanciones que deban imponerse por el incumplimiento de estas disposiciones”.

Marco Legal

En congruencia con el marco constitucional, en el Capítulo Segundo denominado, “Del financiamiento de los partidos políticos” del Título Tercero, “De las prerrogativas, acceso a la radio y televisión y financiamiento de los partidos políticos”, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales se reglamentan los preceptos constitucionales relativos al financiamiento de los partidos políticos nacionales.

En el artículo 49, párrafos 7, inciso a), 8 inciso a) y 11 incisos b) y d) del Código de la materia, se establece lo siguiente:

“Los partidos políticos tendrán derecho al financiamiento público de sus actividades, independientemente de la demás prerrogativas otorgadas en este Código, conforme a las disposiciones siguientes:

- a) *“Para el sostenimiento de actividades ordinarias permanentes:*

- I. *"El Consejo General del Instituto Federal Electoral determinará anualmente, con base en los estudios que le presente el Consejero Presidente, los costos mínimos de una campaña para diputado, de una para senador y para la de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, tomando como base los costos aprobados para el año inmediato anterior, actualizándolos mediante la aplicación del índice al que se refiere la fracción VI de este inciso, así como los demás factores que el propio Consejo determine. El Consejo General podrá, una vez concluido el proceso electoral ordinario, revisar los elementos o factores conforme a los cuales se hubiesen fijado los costos mínimos de campaña;*

- II. *"El costo mínimo de una campaña para diputado será multiplicado por el total de diputados a elegir y por el número de partidos políticos con representación en las Cámaras del Congreso de la Unión;*

- III. *"El costo mínimo de una campaña para senador, será multiplicado por el total de senadores a elegir y por el número de partidos políticos con representación en las Cámaras del Congreso de la Unión;*

- IV. *"El costo mínimo de gastos de campaña para Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, se calculará con base en lo siguiente: El costo mínimo de gastos de campaña para diputado se multiplicará por el total de diputados a elegir por el principio de mayoría relativa, dividido entre los días que dura la campaña para diputado por este principio, multiplicándolo por los días que dura la campaña de Presidente;*

- V. *"La suma del resultado de las operaciones señaladas en las fracciones anteriores, según corresponda, constituye el financiamiento público anual a los partidos políticos por sus actividades ordinarias permanentes*

[...]

VI. "El Financiamiento a que se refieren las fracciones anteriores se determinará anualmente tomando en consideración el índice nacional de precios al consumidor, que establezca el Banco de México;

[...]

VIII. "Cada partido político deberá destinar anualmente por lo menos el 2% del financiamiento público que reciba para el desarrollo de sus fundaciones o institutos de investigación.

b) Para gastos de campaña:

I. "En el año de la elección, a cada partido político se le otorgará para gastos de campaña, un monto equivalente al financiamiento público que para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes le corresponda ese año; y

II. "El monto de gastos de campaña se otorgará a los partidos políticos en forma adicional al resto de las prerrogativas.

[...]

"Los partidos políticos que hubieren obtenido su registro con fecha posterior a la última elección, tendrán derecho a que se les otorgue financiamiento público conforme a las siguientes bases:

a) "Se le otorgará a cada partido político el 2% del monto que por financiamiento total les corresponda a los partidos políticos para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes a que se refiere este artículo, así como en el año de la elección una cantidad adicional igual para gastos de campaña

[...]

"Cada partido político no podrá recibir anualmente aportaciones en dinero de simpatizantes por una cantidad superior al diez por ciento del total del financiamiento público para actividades ordinarias que corresponda a todos los partidos políticos;

[...]

“Las aportaciones en dinero que realice cada persona física o moral facultada para ello, tendrán un límite anual equivalente al 0.05% del monto total de financiamiento público para el sostenimiento de actividades ordinarias permanentes otorgado a los partidos políticos, en el año que corresponda;

[...]

Por su parte el artículo 35 párrafos 7, 8 y 10 del Código de la materia establece las bases para el cálculo del fondo para el financiamiento de las agrupaciones políticas nacionales, y el tope que como máximo puede recibir una sola agrupación política:

“De igual manera, las agrupaciones políticas con registro, gozarán de financiamiento público para apoyo de sus actividades editoriales, educación y capacitación política, e investigación socioeconómica y política.

“Para los efectos del párrafo anterior, se constituirá un fondo consistente en una cantidad equivalente al 2% del monto que anualmente reciben los partidos políticos para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes.

[...]

“Las agrupaciones políticas con registro, a fin de acreditar los gastos realizados, deberán presentar a más tardar en el mes de diciembre de cada año los comprobantes de los mismos. Ninguna agrupación política podrá recibir más del 20% del total del fondo constituido para este financiamiento.

[...]

Por su parte, el artículo 47 párrafo 1, inciso c) del mismo ordenamiento establece las bases para el cálculo de los topes al gasto en las adquisiciones de tiempos promocionales en radio y televisión:

“Durante el tiempo de las campañas electorales [...] En ningún caso el costo total de los promocionales (en medios contratados por los partidos políticos) excederá el 20% del financiamiento público que corresponda a los partidos políticos para las campañas en año de elección presidencial y el 12% cuando sólo se elija a integrantes del Congreso de la Unión. Los promocionales que no se utilicen durante el mes de que se trate, no podrán ser transmitidos con posterioridad.

Por último, el artículo 182-A, párrafo 4) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establece las bases para el cálculo de los topes de gasto durante las campañas electorales:

“El Consejo General, en la determinación de los topes de gastos de campaña, aplicará las siguientes reglas:

- a) *“Para la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, a más tardar el día último de noviembre del año anterior al de la elección, procederá en los siguientes términos:*
 - I. *“El tope máximo de gastos de campaña, será la cantidad que resulte de multiplicar por 2.5, el costo mínimo para la campaña de diputado fijado para efectos del financiamiento público en los términos del párrafo 7, inciso a), fracción I, del artículo 49 de este Código, actualizado al mes inmediato anterior, por 300 distritos, dividida entre los días que dura la campaña para diputado y multiplicándola por los días que dura la campaña para Presidente.*
- b) *“Para la elección de diputados y senadores, a más tardar el día último de enero del año de la elección, procederá en los siguientes términos:*
 - I. *“El tope máximo de gastos de campaña para la elección de diputados por el principio de mayoría relativa, será la*

cantidad que resulte de multiplicar por 2.5, el costo mínimo de la campaña para diputados que se haya fijado para efectos del financiamiento público, actualizado al mes inmediato anterior; y

- II. *“Para cada fórmula en la elección de senadores por el principio de mayoría relativa, el tope máximo para gastos de campaña, será la cantidad que resulte de multiplicar el costo mínimo de la campaña para senadores que se haya fijado para efectos del financiamiento público, actualizado al mes inmediato anterior, por 2.5 y por el número de distritos que comprenda la entidad de que se trate. En ningún caso el número de distritos a considerar será mayor de veinte.*

Con base en el artículo 49, párrafo 7, inciso a), fracción I, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Consejo General del Instituto Federal Electoral determinará anualmente los costos mínimos de una campaña para diputado, de una para senador y para la de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos. Para lo cual, el Consejero Presidente presentará los estudios correspondientes.

IV. PROCEDIMIENTO PARA CALCULAR EL COSTO MINIMO DE UNA CAMPAÑA PARA DIPUTADO FEDERAL

A continuación se detalla paso por paso, el procedimiento que la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos ha seguido para analizar los componentes involucrados en los gastos de campaña, con el fin de evaluarlos y ponderarlos adecuadamente.

Introducción

Para definir el costo mínimo de campaña para un diputado federal por el principio de mayoría relativa, se utilizó el método de integración de una “canasta” con los elementos básicos para realizar una campaña electoral. Dichos elementos surgen de la experiencia reportada por los partidos políticos y por los diferentes estudios realizados por el Instituto Federal Electoral.

Integración de la canasta

Con el propósito de obtener un costo mínimo de campaña actualizado, se integró una canasta de bienes y servicios mínimos con que deben contar los candidatos durante los procesos electorales. Adicionalmente, se solicitó la colaboración de la Dirección Ejecutiva de Organización Electoral, para que las Juntas Distritales obtuvieran los precios de los elementos que componen la canasta en las distintas regiones del país. A partir de esa información se realizaron las siguientes acciones:

1. Se revisó la canasta que sirvió de base para el cálculo de los costos mínimos de campaña en años anteriores. Dicha canasta incluía los siguientes rubros:
 - a. Sueldo de 5 personas por 90 días: un encargado de campaña, dos secretarías, un auxiliar administrativo y un chofer.
 - b. Arrendamiento de una local para oficina de 40 metros cuadrados por 3 meses.
 - c. Costo de arrendamiento de un vehículo compacto por 90 días.
 - d. Consumo de combustible (recorrido 100 kilómetros diarios por 90 días).
 - e. Costo de instalación de una línea telefónica.
 - f. Costo del servicio telefónico (200 llamadas -servicio medido-).
 - g. Papelería y artículos de oficina por 90 días.
 - h. Gastos de instalación de una línea eléctrica
 - i. Importe del consumo de energía eléctrica por 90 días.
 - j. Costo de Propaganda a través de 16 mantas de 10 por 1.5 metros.
 - k. Importe de propaganda con pintura en 10 bardas de 2.5 por 10 metros.
 - l. Gasto de propaganda utilizando 25 millares de volantes.
 - m. Utilización de 5 millares de pancartas.
 - n. Alquiler de equipo de sonido para vehículo por 10 días.
 - o. Alquiler de equipo de sonido para 10 eventos en locales abiertos.
 - p. Alquiler de equipo de sonido para 10 eventos en locales cerrados.
 - q. Importe de renta de locales cerrados por 10 eventos.

- r. Costo de propaganda utilitaria (un millar por cada producto: camisetas, lápices, botones, llaveros, forros para libros, gomas, plumas y reglas).
2. Se agregaron a las canastas utilizadas con anterioridad, los siguientes elementos, en virtud de los cambios técnicos y las características de las nuevas campañas:
- a. 25 millares más de volantes a una tinta como resultado de la investigación en campo con los distritos que presentaron candidatos a diputados federales.
 - b. Renta de cuatro escritorios y seis sillas por 76 días como resultado de la investigación en campo con los distritos que presentaron candidatos a diputados federales.
 - c. Renta de un archivero por 76 días como resultado de la investigación en campo con los distritos que presentaron candidatos a diputados federales.
 - d. Renta de una computadora e impresora por 76 días como resultado de la investigación en campo con los distritos que presentaron candidatos a diputados federales, ya que esta tecnología no se encontraba disponible anteriormente y hoy resulta indispensable para la realización de estas actividades.
 - e. Renta de un fax por 76 días como resultado de la investigación en campo con los distritos que presentaron candidatos a diputados federales, ya que esta tecnología no se encontraba disponible anteriormente y hoy resulta indispensable para la realización de estas actividades.
 - f. Renta de un teléfono celular por 76 días como resultado de la investigación en campo con los distritos que presentaron candidatos a diputados federales, ya que esta tecnología no se encontraba disponible anteriormente y hoy resulta indispensable para la realización de estas actividades.
 - g. Propaganda en prensa, radio y televisión para la difusión de sus principios ideológicos, programas de acción y plataformas electorales, actividad que hoy resulta indispensable para desplegar una campaña y buscar la obtención del voto.

Estas consideraciones representan el cambio más significativo en la composición de la canasta; responde a una de las transformaciones más importantes y más visibles en el desarrollo de la campaña de los partidos en los últimos. Como lo demuestra las exigencias de los propios partidos y la experiencia de 1997, la posibilidad de acceso a los medios de comunicación ha multiplicado las posibilidades competitivas del sistema de partidos en su conjunto.

Los datos correspondientes a propaganda en prensa, radio y televisión fueron elaborados a partir de los informes de gastos de campaña que presentaron los partidos políticos a la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas del Consejo General del Instituto Federal Electoral.

3. Se eliminaron de las canastas utilizadas con anterioridad, los siguientes elementos:
 - a. Se ajustó el periodo de campaña de 90 a 76 días conforme a lo establecido por el código electoral aplicable para las elecciones de 1997.
 - b. Alquiler de equipo de sonido para locales abiertos como resultado de la redundancia con el equipo utilizado para eventos en locales cerrados.
 - c. Se redujo de 10 a 6 eventos en locales cerrados para 100 personas, lo que en consecuencia reduce el alquiler del equipo de sonido, porque el periodo de campaña se redujo.
 - d. Se eliminó el concepto de propaganda utilitaria como resultado del análisis efectuado por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos acerca de la amplitud que dicha propaganda representa, ya que en diferentes regiones del país este rubro puede significar desde un llavero hasta una cabeza de ganado, lo que dificulta hallar una medida cuantificable que sea representativa a nivel nacional. En cambio, resultaron más significativas otras variables, como el impacto que la propaganda de los partidos políticos a través de los medios de comunicación tuvo sobre el electorado.

4. Con estas adecuaciones la canasta base quedó conformada con los siguientes elementos:

- a. Sueldo de 5 personas por 76 días: un coordinador de campaña, dos secretarías, un auxiliar administrativo y un chofer.
- b. Arrendamiento de un local para oficina de 40 metros cuadrados por tres meses.
- c. Costo de arrendamiento de un vehículo compacto por 76 días.
- d. Consumo de combustible con uso intensivo por 76 días.
- e. Costo de instalación de una línea telefónica.
- f. Costo de servicio telefónico por 76 días, con uso intensivo.
- g. Papelería y artículos de oficina por 76 días.
- h. Gastos de instalación de una línea eléctrica.
- i. Importe del consumo de energía eléctrica por 76 días.
- j. Costo de rotulación de 16 mantas de 10 por 1.5 metros.
- k. Costo de pinta de 10 bardas, pintura y mano de obra.
- l. Costo de propaganda por 50 millares de volantes a una tinta.
- m. Costo de propaganda por 5 millares de pancartas.
- n. Alquiler de equipo de sonido para vehículo por 10 días.
- o. Alquiler de equipo de sonido para local cerrado por 6 eventos.
- p. Renta de local cerrado para 100 personas por 6 eventos.
- q. Renta de cuatro escritorios y seis sillas por 76 días.
- r. Renta de un archivero por 76 días.
- s. Renta de una computadora e impresora por 76 días.
- t. Renta de un fax por 76 días.
- u. Renta de un teléfono celular por 76 días.
- v. Propaganda en prensa, radio y televisión. Este concepto fue derivado de los informes de gastos de campaña que los partidos políticos presentaron ante el Instituto.

5. Una vez determinada la canasta, se solicitó la intervención de la Dirección Ejecutiva de Organización Electoral, a fin de que requiriera a 45 Juntas Distritales, tres cotizaciones de cada uno de los elementos que componen la canasta básica en sus respectivos distritos. En los estudios anteriores sólo se había consultado a proveedores del Distrito Federal, a excepción del rubro denominado "Propaganda en prensa, radio y televisión".

Los 45 distritos analizados se seleccionaron de la siguiente manera:

- a. Se seleccionaron 9 distritos por cada una de las 5 circunscripciones, que a su vez se distribuyeron, según la clasificación conforme a la normatividad en materia de fiscalización de los recursos de los partidos políticos aplicable para 1997, en:
 - i. 16 distritos urbanos.
 - ii. 15 distritos mixtos.
 - iii. 14 distritos rurales.

- b. Se efectuó una selección aleatoria de los distritos que a continuación se relacionan, considerando las dos condiciones ya citadas: según la distribución territorial referente a las circunscripciones y según las categorías urbano, mixto y rural.

Los distritos seleccionados se presentan en las siguientes tablas:

Primera Circunscripción

| Entidad | Distrito | Categoría |
|---------------------|----------|-----------|
| Baja California | 01 | Urbano |
| Baja California Sur | 01 | Mixto |
| Guanajuato | 01 | Rural |
| Guanajuato | 02 | Rural |
| Guanajuato | 11 | Rural |
| Jalisco | 15 | Mixto |
| Nayarit | 03 | Mixto |
| Sinaloa | 05 | Urbano |
| Sonora | 03 | Urbano |

Segunda Circunscripción

| Entidad | Distrito | Categoría |
|-----------------|----------|-----------|
| Aguascalientes | 03 | Urbano |
| Chihuahua | 07 | Rural |
| Coahuila | 02 | Mixto |
| Durango | 01 | Rural |
| Nuevo León | 06 | Urbano |
| Querétaro | 02 | Mixto |
| San Luis Potosí | 04 | Mixto |
| Tamaulipas | 01 | Urbano |
| Zacatecas | 05 | Rural |

Tercera Circunscripción

| Entidad | Distrito | Categoría |
|--------------|----------|-----------|
| Campeche | 02 | Mixto |
| Chiapas | 05 | Rural |
| Chiapas | 10 | Rural |
| Oaxaca | 08 | Urbano |
| Quintana Roo | 02 | Mixto |
| Tabasco | 02 | Mixto |
| Veracruz | 10 | Urbano |
| Veracruz | 12 | Urbano |
| Yucatán | 04 | Urbano |

Cuarta Circunscripción

| Entidad | Distrito | Categoría |
|------------------|----------|-----------|
| Distrito Federal | 08 | Urbano |
| Hidalgo | 01 | Rural |
| Hidalgo | 02 | Rural |
| Hidalgo | 03 | Rural |
| Morelos | 01 | Urbano |
| Puebla | 01 | Mixto |
| Puebla | 04 | Mixto |
| Puebla | 08 | Mixto |
| Puebla | 12 | Urbano |

Quinta Circunscripción

| Entidad | Distrito | Categoría |
|-----------|----------|-----------|
| Guerrero | 03 | Mixto |
| Guerrero | 05 | Rural |
| Guerrero | 10 | Urbano |
| México | 26 | Urbano |
| México | 35 | Mixto |
| México | 36 | Rural |
| Michoacán | 03 | Rural |
| Michoacán | 08 | Urbano |
| Michoacán | 12 | Mixto |

6. Con base en la información recabada, se realizaron los cálculos correspondientes con las cotizaciones más bajas presentadas por las Juntas Distritales seleccionadas, y se ponderó según la distribución de distritos (urbanos, mixtos y rurales) que existen actualmente en el país.

Resultados

Con el propósito de obtener un costo mínimo de campaña actualizado, se procedió al análisis de las cotizaciones de la canasta base. Al mismo tiempo se analizaron los informes de gastos de campaña de 1997 en el rubro de propaganda en prensa, radio y televisión, para obtener una cotización adecuada de este rubro que partiera de la experiencia más reciente por parte de los partidos.

El énfasis puesto en analizar los gastos correspondientes a prensa, radio y televisión se justifica en virtud de que la erogación por esos conceptos se realiza en muchos casos de forma centralizada, lo que dificulta la obtención de cotizaciones para cada distrito. Por esta razón, se analizaron los informes de gastos de campaña de 1997, como una manera de conocer que montos fueron canalizados para cubrir estos gastos. Ese gasto equivale, de acuerdo con los datos de que inicialmente contó la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, al 41.87% del promedio nacional de los egresos de los partidos en toda la campaña. Esto significa que de cada cien pesos gastados por los ocho partidos que contendieron en 1997, aproximadamente 42 fueron utilizados para contratar tiempos y espacios en los medios masivos de comunicación.

A partir de las consideraciones anteriores la obtención del costo mínimo de campaña que se propone se calculó a partir del siguiente procedimiento:

1. Se analizaron las cotizaciones presentadas por las juntas distritales para cada uno de los elementos de la canasta básica y se obtuvieron los promedios correspondientes. Este cuadro no incluye los gastos correspondientes a prensa, radio y televisión, pues su cotización siguió un procedimiento diferente que se explica más adelante. Los resultados del análisis se presentan en el cuadro siguiente:

NIVEL NACIONAL

CANASTA PARA DIPUTADO FEDERAL

| | URBANOS | | | | MIXTOS | | | | RURALES | | | | PROM NAL |
|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-------|------|-------------|
| | ALTA | MEDIA | BAJA | ALTA | MEDIA | BAJA | ALTA | MEDIA | BAJA | ALTA | MEDIA | BAJA | |
| | 20,858.06 | 16,377.54 | 13,819.33 | 22,171.18 | 17,722.62 | 14,593.54 | 16,910.67 | 13,175.64 | 11,180.62 | 10,311.02 | | | |
| 10,360.35 | 8,281.97 | 6,910.03 | 10,157.68 | 8,122.19 | 7,058.53 | 9,885.20 | 8,310.80 | 6,738.00 | 8,402.75 | | | | |
| 7,041.37 | 6,263.94 | 5,301.45 | 8,358.96 | 7,034.40 | 5,931.77 | 5,601.47 | 4,878.67 | 3,949.87 | 6,040.21 | | | | |
| 5,559.87 | 4,741.83 | 3,988.39 | 5,853.17 | 4,889.09 | 4,272.47 | 4,830.13 | 3,933.67 | 3,462.60 | 4,614.59 | | | | |
| 6,406.53 | 4,833.00 | 4,151.63 | 6,448.93 | 5,308.67 | 4,323.53 | 4,386.67 | 3,644.67 | 2,866.67 | 4,707.37 | | | | |
| 32,384.77 | 28,001.63 | 22,536.60 | 22,246.73 | 19,718.47 | 17,965.20 | 27,481.26 | 24,485.91 | 22,672.33 | 23,941.43 | | | | |
| 12,258.20 | 11,799.27 | 10,540.73 | 12,017.13 | 10,944.93 | 10,140.47 | 15,653.47 | 13,091.33 | 11,485.73 | 11,992.14 | | | | |
| 3,870.03 | 3,451.93 | 3,412.76 | 3,746.07 | 3,586.07 | 3,586.07 | 3,811.80 | 3,321.13 | 3,190.47 | 3,530.70 | | | | |
| 6,504.02 | 5,632.42 | 4,849.31 | 10,870.60 | 10,032.37 | 8,984.20 | 14,049.07 | 12,598.07 | 11,403.73 | 9,447.09 | | | | |
| 15,156.32 | 13,229.56 | 11,148.95 | 8,052.78 | 7,329.60 | 8,853.18 | 10,447.17 | 9,120.07 | 8,033.30 | 9,930.10 | | | | |
| 590.67 | 478.27 | 406.70 | 578.80 | 541.47 | 497.33 | 814.87 | 758.20 | 670.20 | 593.06 | | | | |
| 3,075.46 | 2,487.67 | 2,243.34 | 2,137.60 | 2,051.73 | 1,934.13 | 1,584.53 | 1,311.40 | 1,052.87 | 1,986.53 | | | | |
| 24,736.00 | 17,698.67 | 15,392.00 | 19,872.00 | 18,432.00 | 14,763.93 | 15,470.67 | 12,260.00 | 10,493.33 | 16,568.73 | | | | |
| 14,290.70 | 10,537.00 | 8,339.47 | 10,183.33 | 8,686.67 | 7,340.00 | 12,220.00 | 10,873.33 | 8,773.33 | 10,115.98 | | | | |
| 5,864.93 | 4,940.87 | 4,412.83 | 8,351.00 | 7,308.50 | 6,645.47 | 6,526.67 | 4,892.33 | 3,938.33 | 5,875.66 | | | | |
| 13,072.03 | 11,081.67 | 9,508.63 | 12,308.33 | 10,035.00 | 8,306.67 | 11,326.67 | 10,796.67 | 7,818.00 | 10,528.41 | | | | |
| 8,243.33 | 7,514.67 | 6,619.67 | 7,979.33 | 7,560.00 | 7,410.00 | 3,923.67 | 3,703.67 | 3,190.07 | 6,238.27 | | | | |
| 9,104.00 | 5,576.80 | 4,596.00 | 5,888.67 | 5,553.33 | 5,103.00 | 5,995.00 | 4,815.00 | 3,403.00 | 5,570.53 | | | | |
| 14,487.10 | 11,503.40 | 8,735.80 | 8,880.00 | 7,633.33 | 6,832.00 | 8,780.67 | 6,530.00 | 5,006.67 | 8,709.89 | | | | |
| 9,721.60 | 9,050.53 | 8,218.53 | 9,911.95 | 8,862.88 | 8,025.87 | 5,825.33 | 4,976.00 | 4,140.53 | 7,637.03 | | | | |
| 1,750.69 | 1,707.13 | 1,597.94 | 1,480.13 | 1,321.27 | 1,267.53 | 1,019.00 | 827.75 | 687.00 | 1,295.38 | | | | |
| 13,610.27 | 10,615.72 | 8,877.22 | 11,551.33 | 10,387.67 | 9,395.13 | 13,107.87 | 8,645.90 | 7,543.77 | 10,414.99 | | | | |
| 2,871.01 | 2,302.90 | 1,626.86 | 3,884.07 | 3,634.17 | 3,364.70 | 4,135.07 | 3,780.53 | 3,451.47 | 3,227.86 | | | | |
| 3,433.38 | 2,494.15 | 1,983.70 | 5,551.40 | 5,109.73 | 4,506.40 | 6,380.50 | 6,073.75 | 5,887.09 | 4,602.23 | | | | |
| 245,249.51 | 198,602.52 | 169,318.10 | 218,580.18 | 191,804.15 | 169,591.12 | 209,747.39 | 176,604.48 | 151,039.98 | 192,281.94 | | | | |
| TOTAL | | | | | | | | | | | | | |

2. Se tomaron las cotizaciones más bajas del cuadro anterior y se ponderaron de acuerdo con los criterios establecidos por la Normatividad en Materia de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos aplicable para 1997, que estableció la Comisión de Fiscalización del Consejo General. Dichos criterios se describen en la siguiente tabla:

| Distritos | Número | % |
|----------------|------------|----------------|
| Urbanos | 171 | 57.00% |
| Mixtos | 96 | 32.00% |
| Rurales | 33 | 11.00% |
| Totales | 300 | 100.00% |

3. La ponderación de los datos más bajos obtenidos para la construcción de la canasta básica se muestran a continuación:

| Cotización baja | Canasta | Ponderación | Total |
|-----------------|------------|-------------|-------------------|
| Urbanos | 169,318.10 | 57% | 96,511.31 |
| Mixtos | 169,591.12 | 32% | 54,269.15 |
| Rurales | 151,039.98 | 11% | 16,614.39 |
| Total | | | 167,394.85 |

4. En consecuencia, la canasta para calcular costo mínimo de campaña, sin la partida correspondiente a gastos en prensa, radio y televisión, tiene un costo de \$167,394.85
5. A la cifra anterior se añadió un cálculo ponderado de la partida correspondiente a gastos en la partida de prensa, radio y televisión. El cálculo de este monto se realizó a partir del siguiente procedimiento:
- La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, con base en los informes de gastos de campaña que los partidos políticos presentaron el 1 de septiembre pasado, en cumplimiento de su obligación legal, calculó el monto total erogado por los ocho

- b. En aras de encontrar efectivamente el costo mínimo de campaña y aplicar un método estadístico que condujera a un resultado objetivo, de cada una de las distribuciones de gastos en los tres tipos de distritos, urbanos, mixtos y rurales, se eliminaron las correspondientes a aquellos distritos en que se presentaran cualquiera de las situaciones siguientes: (1) que algún partido no hubiera registrado candidato y por lo tanto su erogación por este concepto fuera nulo; y/o (2) que el informe de alguno de los partidos hubiera reportado en ceros esta partida, a pesar de tener candidato registrado.
- c. Adicionalmente, del resultado anterior se eliminaron el primer y último decil de los datos obtenidos, para encontrar una medida estadística que arrojara un resultado sin sesgos ni a la alta, ni a la baja, de los gastos efectuados por los partidos.
- d. La cantidad obtenida hasta este momento constituye el costo de campaña en prensa, radio y televisión erogado por los partidos en la totalidad de la elección federal de diputados. Es decir, en la elección de los 300 diputados electos por el principio de mayoría relativa, más los 200 electos por el principio de representación proporcional. En consecuencia, para estimar el costo mínimo de una campaña de un diputado federal, a la cantidad obtenida se le restaron 2 quintas partes para eliminar la parte correspondiente a la elección de diputados por el principio de representación proporcional.
- e. El resultado de la operación anterior aportó la cantidad de \$52,052.88, que constituye el monto relativo al costo mínimo de una campaña de diputado federal por concepto de gastos en prensa, radio y televisión. Este monto debe añadirse a la canasta básica para obtener el cálculo final del costo mínimo de una campaña de diputado.

6. Se sumó la cantidad de \$167,394.85, correspondiente a la canasta básica, el monto de \$52,052.88, correspondiente a gastos por el rubro de prensa, radio y televisión. El resultado obtenido es de \$219,447.73
7. En virtud de que los montos de la canasta básica fueron calculados durante el mes de agosto del presente año, y de que la ley establece entre otros elementos la necesidad de aplicar al costo mínimo de campaña el incremento del Índice Nacional de Precios al Consumidor, se definió que a la cifra obtenida en el punto anterior se debería añadir el 3% de inflación que se estima se presente durante los últimos meses de 1997. En consecuencia, el monto total del costo mínimo de campaña que se propone equivale a \$226,031.16

Conclusión

Se propone al Consejo General del Instituto Federal Electoral, que establezca como el costo mínimo para una campaña de diputado federal, la cantidad de \$226,031.16

V. PROCEDIMIENTO PARA CALCULAR EL COSTO MINIMO DE UNA CAMPAÑA PARA SENADOR

Para definir el costo mínimo de campaña para un senador de la República, se utilizó el método de integración de una "canasta" con los elementos básicos para realizar una campaña electoral, de la misma forma que se calculó la canasta para un diputado federal.

Integración de la canasta

Con el propósito de obtener un costo mínimo de campaña actualizado, se integró una canasta de bienes y servicios mínimos con que deben contar los candidatos durante los procesos electorales. Adicionalmente, se solicitó la colaboración de la Dirección Ejecutiva de Organización Electoral, para que las Juntas Distritales obtuvieran los precios de los elementos que componen la canasta en las distintas regiones del país. A partir de esa información se realizaron las siguientes acciones:

1. Se revisó la canasta que sirvió de base para el cálculo de los costos mínimos de campaña en años anteriores. Dicha canasta incluía los siguientes rubros:

- a. Sueldo de 6 personas por 105 días: un encargado de campaña, tres secretarías, dos auxiliares administrativos y un chofer.
- b. Arrendamiento de una local para oficina de 90 metros cuadrados por 105 días.
- c. Costo de arrendamiento de dos vehículos (compacto y camioneta) por 105 días.
- d. Consumo de combustible (200 kilómetros diarios por 105 días).
- e. Costo de instalación de una línea telefónica.
- f. Costo del servicio telefónico (200 llamadas -servicio medido-).
- g. Papelería y artículos de oficina por 105 días.
- h. Gastos de instalación de una línea eléctrica.
- i. Importe del consumo de energía eléctrica por 105 días.
- j. Costo de propaganda a través de 40 mantas de 10 por 1.5 metros.
- k. Importe de propaganda con pintura en 20 bardas de 10 por 2.5 metros.
- l. Gasto de propaganda utilizando 60 millares de volantes.
- m. Utilización de 10 millares de pancartas.
- n. Alquiler de equipo de sonido para vehículo por 20 días.
- o. Alquiler de equipo de sonido para 10 eventos en locales abiertos.
- p. Alquiler de equipo de sonido para 10 eventos en locales cerrados.
- q. Importe de renta de locales cerrados por 10 eventos.
- r. Costo de propaganda utilitaria (un millar por cada producto: camisetas, lápices, botones, llaveros, forros para libros, gomas, plumas y reglas).
- s. Gastos de hospedaje y alimentación para el candidato a senador, un chofer y un auxiliar.

2. Se agregaron a las canastas utilizadas con anterioridad, los siguientes elementos, en virtud de los cambios técnicos y las características de las nuevas campañas:

- a. Se aumentaron el número de bardas de 20 a 30 como resultado de la investigación en campo con candidatos a senadores.

- b. Se aumentaron el número de millares de volantes a una tinta de 60 a 120 como resultado de la investigación en campo con candidatos a senadores.
 - c. Se aumentaron el número de millares de pancartas de 10 a 15, como resultado de la investigación en campo con candidatos a senadores.
 - d. Renta de seis escritorios y ocho sillas por 90 días como resultado de la investigación en campo con candidatos a senadores.
 - e. Renta de un archivero por 90 días como resultado de la investigación en campo con candidatos a senadores.
 - f. Renta de dos computadoras e impresoras por 90 días como resultado de la investigación en campo con candidatos a senadores, ya que esta tecnología no se encontraba disponible anteriormente y hoy resulta indispensable para la realización de estas actividades.
 - g. Renta de un fax por 90 días como resultado de la investigación en campo con candidatos a senadores, ya que esta tecnología no se encontraba disponible anteriormente y hoy resulta indispensable para la realización de estas actividades.
 - h. Renta de un teléfono celular por 90 días como resultado de la investigación en campo con candidatos a senadores, ya que esta tecnología no se encontraba disponible anteriormente y hoy resulta indispensable para la realización de estas actividades.
 - i. Propaganda en prensa, radio y televisión para la difusión de sus principios ideológicos, programas de acción y plataformas electorales, actividad que hoy resulta indispensable para la obtención del voto. Estos datos fueron tomados de los informes de gastos de campaña presentados por los partidos políticos a la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas del Consejo General del Instituto Federal Electoral.
3. Asimismo, se eliminaron de las canastas utilizadas con anterioridad, los siguientes elementos:
- a. Se ajustó el periodo de campaña de 105 a 90 días conforme a lo establecido por el Código electoral aplicable para las elecciones de 1997.

- b. Alquiler de equipo de sonido para locales abiertos como resultado de la redundancia con el equipo utilizado para eventos en locales cerrados.
 - c. Se eliminó el concepto de propaganda utilitaria como resultado del análisis efectuado por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos acerca de la amplitud que dicha propaganda representa, ya que este rubro no fue considerado indispensable para llevar a cabo una campaña electoral.
 - d. Asimismo, se eliminó el rubro referente a los viáticos por gastos de alimentación y hospedaje como resultado del análisis efectuado por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos; ya que este rubro no fue considerado indispensable debido a los transportes con que la canasta base cuenta.
4. Con estas adecuaciones la canasta básica quedó conformada de la siguiente forma
- a. Sueldo de 7 personas por 90 días: un encargado de campaña, tres secretarías, dos auxiliares administrativos y un chofer.
 - b. Arrendamiento de un local para oficina de 90 metros cuadrados por tres meses.
 - c. Costo de arrendamiento de dos vehículos por 90 días.
 - d. Consumo de combustible con uso intensivo por 90 días.
 - e. Costo de instalación de dos líneas telefónicas.
 - f. Costo de servicio de telefónico por 90 días, con uso intensivo.
 - g. Papelería y artículos de oficina por 90 días.
 - h. Gastos de instalación de línea eléctrica.
 - i. Importe del consumo de energía eléctrica por 90 días de una oficina.
 - j. Costo de rotulación de 40 mantas de 10 x 15 metros.
 - k. Costo de pinta de 30 bardas, pintura y mano de obra.
 - l. Costo de propaganda por 120 millares de volantes a una tinta.
 - m. Costo de propaganda por 15 millares de pancartas.
 - n. Alquiler de equipo de sonido para vehículo por 10 días.
 - o. Alquiler de equipo de sonido para local cerrado por 10 eventos.
 - p. Renta de local cerrado para 100 personas por 10 eventos.
 - q. Renta de seis escritorios y ocho sillas.
 - r. Renta de un archivero por 90 días.

- s. Renta de dos computadoras e impresoras por 90 días.
 - t. Renta de un fax por 90 días.
 - u. Renta de un teléfono celular por 90 días.
 - v. Propaganda en prensa, radio y televisión. Este concepto fue derivado de los informes de gastos de campaña que los partidos políticos presentaron ante el Instituto.
5. Una vez determinada la canasta, se solicitó la intervención de la Dirección Ejecutiva de Organización Electoral, a fin de que requiriera a las Juntas Distritales los precios de la canasta en sus respectivos distritos, a excepción del rubro denominado "Propaganda en prensa, radio y televisión". Se tomó como base para hacer esta investigación la información proporcionada por la misma muestra y procedimiento seguido en el caso de los cálculos para diputados federales.
6. Con base en la información recabada, se realizaron los cálculos correspondientes con las cotizaciones más bajas presentadas por las Juntas Distritales seleccionadas, y se ponderó según la distribución de distritos (urbanos, mixtos y rurales) que existen actualmente en el país.

Resultados

Con el propósito de obtener un costo mínimo de campaña actualizado, se procedió al análisis de las cotizaciones de la canasta base. Al igual que en el caso del cálculo relativo a los costos mínimos de campaña para un diputado federal, se puso especial énfasis en el análisis de los gastos correspondientes a prensa, radio y televisión. En este caso la campaña para senador tiene características diferentes, dado que se realiza en toda una entidad federativa y las fórmulas de campaña incluyen a dos candidatos propietarios por el mismo partido.

A partir de las consideraciones anteriores la obtención del costo mínimo de campaña que se propone se calculó a partir del siguiente procedimiento:

1. Se analizaron las cotizaciones presentadas por las juntas distritales para cada uno de los elementos de la canasta básica, se obtuvieron los promedios correspondientes sin incluir los gastos correspondientes a prensa, radio y televisión (ver el cuadro siguiente).

NIVEL NACIONAL

CAJAS PARA SENADOR

| |
|--|
| SUELDO POR 90 DIAS DE UN COORDINADOR DE CAMPAÑA |
| SUELDO POR 90 DIAS DE TRES SECRETARIAS |
| SUELDO POR 90 DIAS DE DOS AUXILIARES ADMINISTRATIVOS |
| SUELDO POR 90 DIAS DE UN CHOFER |
| ARRENDAMIENTO DE UN LOCAL PARA OFICINA DE 90m2 POR 3 MESES |
| ARRENDAMIENTO DE DOS VEHICULOS (COMPACTO Y CAMIONETA) POR 90 DIAS |
| CONSUMO DE COMBUSTIBLE POR 90 DIAS |
| COSTO DE INSTALACION DE DOS LINEAS TELEFONICAS |
| COSTO DE SERVICIO TELEFONICO POR 90 DIAS (USO INTENSIVO) |
| PAPELERIA Y ARTICULOS DE OFICINA POR 90 DIAS |
| COSTO DE INSTALACION DE UNA LINEA ELECTRICA |
| IMPORTE DE ENERGIA ELECTRICA POR 90 DIAS |
| COSTO DE ROTULACION DE 40 MANTAS DE 10 POR 15 MTS |
| COSTO DE PINTA DE 30 BARRDAS DE 2.5 POR 10 MTS, PINTURA Y MANO DE OBRA |
| COSTO DE PROPAGANDA DE 120 MILLARES DE VOLANTES A UNA TINTA |
| COSTO DE PROPAGANDA DE PANFLETOS (QUINCE MILLARES) |
| ALQUILER DE EQUIPO DE SONIDO PARA UN VEHICULO POR 20 DIAS |
| ALQUILER DE EQUIPO DE SONIDO PARA UN LOCAL CERRADO PARA 10 EVENTOS |
| RENTA DE LOCAL CERRADO PARA 100 PERSONAS POR 10 EVENTOS |
| RENTA DE SEIS ESCRITORIOS Y OCHO SILLAS POR 90 DIAS |
| RENTA DE UN ARCHIVERO POR 90 DIAS |
| RENTA DE DOS COMPUTADORAS E IMPRESORAS POR 90 DIAS |
| RENTA DE UN FAX POR 90 DIAS |
| RENTA DE UN TELEFONO CELULAR POR 90 DIAS |

| |
|-------|
| TOTAL |
|-------|

| ALTA | MEDIA | BAJA |
|------|-------|------|
|------|-------|------|

| | | |
|-----------|-----------|-----------|
| 23,795.00 | 18,577.57 | 15,637.27 |
| 15,183.57 | 12,429.87 | 10,391.57 |
| 15,673.41 | 14,431.54 | 11,994.83 |
| 5,427.32 | 5,373.97 | 4,530.22 |
| 12,896.10 | 10,298.95 | 8,432.83 |
| 92,605.84 | 70,384.11 | 53,107.79 |
| 26,542.18 | 23,828.61 | 21,322.39 |
| 7,552.85 | 5,935.47 | 6,917.13 |
| 24,245.64 | 22,280.10 | 19,889.47 |
| 25,422.50 | 22,504.06 | 19,591.73 |
| 1,180.11 | 848.54 | 676.33 |
| 2,743.45 | 2,357.88 | 2,100.57 |
| 73,937.17 | 61,854.48 | 52,600.69 |
| 25,354.57 | 29,509.75 | 24,660.48 |
| 14,503.51 | 12,052.33 | 10,457.82 |
| 25,780.03 | 31,326.12 | 25,302.44 |
| 13,490.82 | 12,508.69 | 11,290.56 |
| 10,854.87 | 8,928.93 | 7,408.24 |
| 17,735.45 | 14,206.57 | 11,392.05 |
| 12,550.83 | 11,400.11 | 10,057.59 |
| 1,765.24 | 1,607.81 | 1,482.24 |
| 20,043.81 | 23,450.89 | 20,250.17 |
| 4,151.59 | 3,632.65 | 3,084.48 |
| 6,035.28 | 5,255.50 | 4,748.72 |

| | | |
|------------|------------|------------|
| 503,282.49 | 426,075.60 | 366,817.32 |
|------------|------------|------------|

2. Se tomaron las cotizaciones más bajas del cuadro anterior y en consecuencia se determinó que el costo mínimo de la canasta básica para una campaña de senador, sin incluir los gastos en prensa, radio y televisión, equivalía a \$366,817.32
3. A la cantidad anterior había que añadir el monto correspondiente a los gastos en prensa, radio y televisión. Para realizar ese cálculo se llevó a cabo el siguiente procedimiento:
 - a. Dado que en la elección de 1997 no participaron fórmulas de mayoría relativa para la elección de senadores, se tomó como base de los cálculos el porcentaje erogado por los candidatos a diputados de mayoría relativa.
 - b. Del análisis de los informes de gastos de campaña que presentaron los partidos políticos al Instituto Federal Electoral, se deduce que la erogación por concepto de prensa, radio y televisión para las campañas de diputados, al igual que en el caso de los senadores, se realiza de forma centralizada. Ese gasto representó, el 41.87% del total de los egresos ejercidos por los partidos durante toda la campaña. Esto significa que de cada cien pesos gastados por los ocho partidos que contendieron en 1997, aproximadamente 42 fueron utilizados para contratar tiempos y espacios en los medios masivos de comunicación.
 - c. Se calculó el 41.87% del gasto total de los partidos para la elección de diputados federales. En seguida, dado que las fórmulas de candidatos a senador incluyen 2 propietarios, se dividió el porcentaje anterior entre 2 candidaturas, para obtener el monto que habría que sumar a la canasta básica de gastos de campaña para un senador, por concepto de prensa, radio y televisión.
 - d. El resultado de las operaciones anteriores es de \$76,774.86.
4. Se sumó la cantidad de \$366,817.32, correspondiente a la canasta básica, el monto de \$76,774.86, correspondiente a gastos por el rubro de prensa, radio y televisión. El resultado obtenido es de \$443,592.18
8. En virtud de que los montos de la canasta básica fueron calculados durante el mes de agosto del presente año, y de que la ley establece entre

otros elementos la necesidad de aplicar al costo mínimo de campaña el incremento del Índice Nacional de Precios al Consumidor, se definió que a la cifra obtenida en el punto anterior se debería añadir el 3% de inflación que se estima se presente durante los últimos meses de 1997. En consecuencia, el monto total del costo mínimo de campaña que se propone equivale a \$456,899.95

Conclusión

Se propone al Consejo General del Instituto Federal Electoral, que establezca como el costo mínimo para una campaña de senador de la República, la cantidad de \$456,899.95

✓ CALCULO DEL COSTO MINIMO PARA UNA CAMPAÑA DE PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

De conformidad a lo establecido por el artículo 49, párrafo 7, inciso a), fracción IV de la Ley electoral del ámbito federal, el costo mínimo de gastos de campaña para presidente de los Estados Unidos Mexicanos se determinará multiplicando el costo mínimo de gastos de campaña para diputado por el total de diputados a elegir por el principio de mayoría relativa, dividido entre los días que dura la campaña para diputado por este principio y multiplicado por el número de días que dura la campaña para presidente. Los datos básicos para elaborar los cálculos son los siguientes:

| | |
|---|--------------|
| Costo mínimo de campaña para diputado | \$226,031.16 |
| Total de diputados a elegir de mayoría relativa | 300 |
| Días que dura la campaña para diputado | 76 |
| Días que dura la campaña para presidente | 166 |

Operaciones:

226,031.16 por 300 diputados es igual a 67'809,348.0000

67'809,348.00 entre 76 días es igual a 892'228.2631

892'228.26 por 166 días es igual a 148'109,891.6740

Por lo anteriormente expuesto, el costo mínimo para la campaña de Presidente de la República, de acuerdo con las propuestas de costo mínimo de las campañas de diputado y senador, equivale a \$148'109,891.67

VII. CONSECUENCIAS DEL COSTO MINIMO DE CAMPAÑA PARA LA ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO PÚBLICO.

El cálculo del financiamiento público anual, para actividades ordinarias se debe efectuar conforme a las fracciones I, II, III y IV del inciso a), del párrafo 7 del artículo 49 del Código de la materia. Para tener una idea del efecto que generarían los costos mínimos de campaña aquí propuestos, se presenta el siguiente ejercicio:

a. Aplicación de las fórmulas establecidas en la Ley:

- i. El costo mínimo de la campaña para diputado será multiplicado por el total de diputados a elegir (500) y por el número de partidos políticos con representación en las cámaras del Congreso de la Unión (5).
- ii. El costo mínimo de una campaña para senador, será multiplicado por el total de senadores a elegir (128) y por el número de partidos con representación en las cámaras del Congreso de la Unión (5).
- iii. El costo mínimo de una campaña para presidente de los Estados Unidos Mexicanos se determinará multiplicando el costo mínimo de gastos de campaña para diputado por el total de diputados a elegir por el principio de mayoría relativa (300), dividido entre los días que dura la campaña para diputado por este principio (76) y multiplicado por el número de días que dura la campaña para presidente (166).
- iv. La suma de los resultados de las operaciones señaladas en los puntos anteriores, constituye el financiamiento público anual a los partidos políticos por sus actividades ordinarias permanentes.

b. Distribución del financiamiento público entre los partidos:

- i. Como ya apuntamos, el 30% de la cantidad total que resulte, se entregará de forma igualitaria a los partidos políticos con representantes en las Cámaras del Congreso de la Unión.
- ii. El 70% de la cantidad total que resulte, se entregará según el porcentaje de la votación emitida, que hubiese obtenido cada partido político con representación en las Cámaras, en la elección de diputados inmediata anterior.

Según las cantidades propuestas por este estudio los costos mínimos de campaña propuestos para 1998 son:

| Concepto | Costo Mínimo |
|------------|----------------|
| Diputado | 226,031.16 |
| Senador | 456,899.95 |
| Presidente | 148'109,891.67 |

Así, el financiamiento público para actividades ordinarias permanentes de los partidos políticos en 1998 alcanzaría un total de \$1,005,603,759.67, puesto que:

| Concepto | Monto |
|----------------------------|---------------------------|
| Diputados federales | \$565'077,900.00 |
| Senadores | \$292'415,968.00 |
| Presidente de la República | \$148'109,891.67 |
| Total | \$1,005'603,759.67 |

c. Distribución del financiamiento

El cuadro siguiente muestra la distribución entre partidos del financiamiento por actividades ordinarias, los topes de gastos de campaña para cada elección, y el fondo relativo al financiamiento de las Agrupaciones Políticas Nacionales, en forma global e individual. Asimismo, se incluye el fondo para la asignación de promocionales (spots) al 12% en la hipótesis de elecciones legislativas intermedias y al 20% en la hipótesis de elecciones presidenciales, además de los topes de aportaciones de los simpatizantes en forma global e individual.

FINANCIAMIENTO PUBLICO PARA 1998

| | |
|----------------------------|------------------|
| CMC DIPUTADO | 226,031.16 |
| CMC SENADOR | 456,899.95 |
| CMC PRESIDENTE | 148,109,891.67 |
| DIP | 565,077,900.00 |
| SEN | 292,415,968.00 |
| PRES | 148,109,891.67 |
| TOTAL ACT ORD | 1,005,603,759.67 |
| 30% IGUALITARIO (TOTAL) | 301,681,127.90 |
| 70% SEGUN VOTOS (TOTAL) | 703,922,631.77 |

| PARTIDO | 30% POR IGUAL | 70% SEGUN VOTOS | TOTAL | % VNE |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|----------------|
| PAN | 60,336,225.58 | 191,466,955.84 | 251,803,181.42 | 27.20% |
| PRI | 60,336,225.58 | 281,287,483.66 | 341,623,709.24 | 39.96% |
| PRD | 60,336,225.58 | 184,990,867.63 | 245,327,093.21 | 26.28% |
| PT | 60,336,225.58 | 18,653,949.74 | 78,990,175.32 | 2.65% |
| PVEM | 60,336,225.58 | 27,523,374.90 | 87,859,600.48 | 3.91% |
| TOTAL | 301,681,127.90 | 703,922,631.77 | 1,005,603,759.67 | 100.00% |

| | |
|------------------------------------|----------------|
| TOPE PRESIDENTE | 370,274,729.21 |
| TOPE DIPUTADO | 565,077.90 |
| TOPE 300 DIPUTADOS | 169,523,370.00 |
| TOPE 128 SENADORES | 309,549,716.13 |
| FONDO APN's | 20,112,075.19 |
| A CADA APN (SON 12) | 1,676,006.26 |
| SPOTS AL 12% | 120,672,451.16 |
| SPOTS AL 20% | 201,120,751.93 |
| TOPE SIMPATIZANTES (GLOBAL) | 100,560,375.97 |
| TOPE SIMPATIZANTES (INDIVIDUAL) | 502,801.88 |

FINANCIAMIENTO PUBLICO A LOS PARTIDOS POLITICOS

Comparación del proyecto para el año 1998
con el financiamiento otorgado en 1997 para Actividades Ordinarias

| | Financiamiento | Propuesto | Diferencia | |
|----------|------------------|------------------|----------------|---------|
| | 1997 | 1998 | \$ | % |
| PAN | 259,956,828.81 | 251,803,181.42 | -8,153,647.39 | -3.14% |
| PRI | 437,011,758.76 | 341,623,709.24 | -95,388,049.52 | -21.83% |
| PRD | 194,531,523.78 | 245,327,093.21 | 50,795,569.43 | 26.11% |
| PT | 92,994,946.66 | 78,990,175.32 | -14,004,771.34 | -15.06% |
| PVEM (*) | 15,751,920.92 | 87,859,600.48 | 72,107,679.56 | 457.77% |
| PC (*) | 15,751,920.92 | | | |
| PPS (**) | 7,875,960.46 | | | |
| PDM (**) | 7,875,960.46 | | | |
| | 1,031,750,820.77 | 1,005,603,759.67 | -26,147,061.10 | -2.53% |

(*) Partidos que conservaron su registro después de la elección de 1994 pero no
Alcanzaron representación en las cámaras

(**) Partidos con registro condicionado durante 1996

Distribución porcentual

| Partido | Financiamiento | Propuesto |
|---------|----------------|-----------|
| | 1997 | 1998 |
| PAN | 25.20% | 25.04% |
| PRI | 42.36% | 33.97% |
| PRD | 18.85% | 24.40% |
| PT | 9.01% | 7.85% |
| PVEM | 1.53% | 8.74% |
| PC | 1.53% | |
| PPS | 0.76% | |
| PDM | 0.76% | |
| | 100.00% | 100.00% |

VIII. RECAPITULACIÓN

El presente documento constituye un esfuerzo de actualización de uno de los elementos claves para la estructura financiera de los partidos. Se trató de una exploración extensa y abarcadora acerca de los componentes que hoy son indispensables para desplegar una campaña electoral.

La importancia de este documento reside en el esfuerzo realizado por la Dirección de Prerrogativas y Partidos Políticos conjuntamente con la de Organización Electoral, para desarrollar un trabajo de campo, y así redefinir y reexaminar los componentes indispensables que hacen posible el despliegue de una campaña, obtener una visión realista de los gastos de los candidatos, al mismo tiempo que se atiende a la diversidad de condiciones en las que se desarrollan las campañas electorales.

Se ha hecho una ponderación de gastos que intenta captar las condiciones de muy diferentes entidades, no solo de una de ellas; se han evaluado los costos en función de la experiencia electoral de todos los partidos y ya no solo de uno de ellos; y se ha realizado el cálculo -conforme al señalamiento de ley- en función de la reducción de los días que dura la campaña.

La principal novedad de este ejercicio de revisión y examen está en la decisión de incorporar a la canasta que compone a los costos mínimos de campaña, los gastos en propaganda en medios masivos de comunicación. La decisión no es arbitraria. Es congruente con lo señalado por el artículo 182-A para el cual, el concepto de propaganda en prensa, radio y televisión aparece claramente contemplado como un rubro de gasto. Pero además, tal como lo demuestra la experiencia de la campaña electoral de 1997, la presencia de los partidos y los candidatos en los medios masivos ha devenido en una necesidad del proceso de competencia democrática. Es un hecho que debemos apoyar, fortalecer y reproducir. En este tema se expresan claramente los cambios profundos y definitivos en las técnicas de campaña elegidas por los partidos y expresa asimismo, sus nuevas condiciones organizativas.

Al proponer estos montos para los costos mínimos de campaña no se ha descuidado ninguno de los referentes que obliga la ley: los costos aprobados el año anterior, la aplicación del índice de precios al consumidor, los factores que

el Consejo General determine y la revisión rigurosa de los elementos que componen al costo mínimo de campaña.

El efecto más importante del costo mínimo de campaña es el de construir la magnitud total de los recursos de los partidos. Los resultados más generales apuntan hacia una reducción moderada: si en 1997 el costo mínimo de campaña para diputado era de \$270,436.61, en 1998 sería de \$226,031.16. En el caso de los senadores, tuvimos en 1997 una cantidad de \$520,341.16; para 1998 en cambio se proponen \$456,899.95.

Si el financiamiento para actividades ordinarias en 1997 se fijó en \$1,031,750,820.77, para 1998 se reduciría a \$1,005,603,759.67. Si aplicamos el inflación estimada para este año, resulta que el presupuesto por actividades ordinarias permanentes a los partidos políticos se reduce 14.53% en términos reales. Debe recordarse además, que esto es así porque ahora estamos obligados a multiplicar el costo mínimo de campaña por cinco partidos y no por cuatro, como fue el caso de 1997. De otra manera la reducción sería aún mayor. Además, dado que durante 1998 no se realizarán elecciones federales, los partidos solamente recibirán esta partida como financiamiento público, que constituye de por sí la mitad de lo recibido durante 1997.

El resultado final es satisfactorio: se trata del primer ejercicio que va más allá de una corrección inflacionaria, pues modifica la composición técnica misma del costo mínimo de campaña, incorpora elementos que ya no podían estar fuera del cálculo y apunta a una reducción moderada de la magnitud del financiamiento público en relación a 1997. El escenario proyectado muestra no solo un modelo de financiamiento que se hace más austero, sino que también resulta significativamente más equitativo.

Adicionalmente, es importante subrayar que el proyecto de presupuesto del Instituto Federal Electoral para 1998, incluye, en la partida correspondiente al financiamiento de los partidos políticos, un monto por \$110,000,000.00 destinado a cubrir el rubro de "Actividades específicas" de los partidos políticos.

La distribución de esta partida entre los partidos dependerá del monto que comprueben haber erogado por este concepto durante el ejercicio de 1997. El hecho de presupuestar una cantidad como la mencionada, que constituye un

incremento de más de 300% al otorgado en este año, constituye en primer lugar una previsión necesaria, pero en segundo lugar, busca estimular a los partidos políticos para que incrementen sus erogaciones en actividades relativas a la educación y capacitación política, investigación socioeconómica y política, así como tareas editoriales.

La importancia de estimular estas actividades por parte de los partidos políticos debe llevar a revisar el reglamento que aprobó el Consejo General del Instituto Federal Electoral en 1991, para adecuarlo a las nuevas realidades y necesidades de los partidos mismos.

En conclusión, el financiamiento disponible para los partidos políticos durante 1998 podría estar en el nivel de \$1,115'603,759.67

PROYECTO DE ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, POR EL QUE SE DETERMINA EL COSTO MINIMO DE CAMPAÑA PARA DIPUTADO, DE UNA CAMPAÑA PARA SENADOR Y PARA PRESIDENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, CON BASE EN LOS ESTUDIOS QUE PRESENTA EL CONSEJERO PRESIDENTE DEL CONSEJO GENERAL

CONSIDERANDO .

1. ~~QUE DE CONFORMIDAD CON~~ LAS FRACCIONES I Y VI, DEL INCISO a), DEL PARRAFO 7, DEL ARTICULO 49, DEL CODIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES Y CON EL FIN DE FIJAR EL FINANCIAMIENTO PUBLICO PARA EL SOSTENIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS PERMANENTES DE LOS PARTIDOS POLITICOS, EL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL DEBE DETERMINAR ANUALMENTE, LOS COSTOS MINIMOS DE UNA CAMPAÑA PARA DIPUTADO, DE UNA PARA SENADOR Y PARA LA DE PRESIDENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, TOMANDO COMO BASE LOS COSTOS APROBADOS PARA EL AÑO INMEDIATO ANTERIOR, ACTUALIZANDOLOS MEDIANTE LA APLICACIÓN DEL INDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR QUE ESTABLEZCA EL BANCO DE MEXICO, ASI COMO LOS DEMAS FACTORES QUE EL PROPIO CONSEJO DETERMINE.
2. QUE EN TERMINOS DEL PRECEPTO LEGAL CITADO EN EL CONSIDERANDO ANTERIOR, EL CONSEJO GENERAL PODRA, UNA VEZ CONCLUIDO EL PROCESO ELECTORAL ORDINARIO, REVISAR LOS ELEMENTOS O FACTORES CONFORME A LOS CUALES SE HUBIESEN FIJADO LOS COSTOS MINIMOS DE CAMPAÑA.
3. QUE EN CUMPLIMIENTO DEL ARTICULO DECIMO TRANSITORIO DEL ARTICULO PRIMERO DEL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DEL CODIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, ENTRE OTROS ORDENAMIENTOS, PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION EL 22 DE NOVIEMBRE DE 1996, ESTE CONSEJO GENERAL FIJO EL FINANCIAMIENTO PUBLICO DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS PERMANENTES DE LOS PARTIDOS POLITICOS NACIONALES PARA 1997, TOMANDO COMO BASE LOS COSTOS MINIMOS DE CAMPAÑA APROBADOS PARA 1995.

4. QUE LOS COSTOS MINIMOS DE CAMPAÑA FIJADOS PARA 1995 FUERON APROBADOS POR ESTE CONSEJO GENERAL EN SESION DEL 20 DE ENERO DE ESE AÑO, Y TODA VEZ QUE HA CONCLUIDO EL PROCESO ELECTORAL FEDERAL DE 1997, PROCEDE QUE ESTE CONSEJO REVISE LOS ELEMENTOS O FACTORES CONFORME A LOS CUALES SE FIJARON LOS COSTOS MINIMOS DE 1995.
5. QUE PARA TAL EFECTO, CON BASE EN LA FRACCION I, INCISO a), PARRAFO 7, ARTICULO 49 DEL CODIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, EL CONSEJERO PRESIDENTE ELABORO LOS ESTUDIOS PARA LA DETERMINACION DEL COSTO MINIMO DE UNA CAMPAÑA PARA DIPUTADO, DE UNA CAMPAÑA PARA SENADOR Y DE UNA CAMPAÑA PARA PRESIDENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, MISMOS QUE SE ANEXAN AL PRESENTE PROYECTO DE ACUERDO.

DE CONFORMIDAD CON LO ANTERIORMENTE SEÑALADO Y CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 49, PARRAFO 7, INCISO a), FRACCIONES I Y VI; 83, PARRAFO 1, INCISO p); Y DECIMO TRANSITORIO DEL ARTICULO PRIMERO DEL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DEL CODIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION EL 22 DE NOVIEMBRE DE 1996, Y EN EJERCICIO DE LAS ATRIBUCIONES QUE LE CONFIERE EL ARTICULO 82, PARRAFO 1, INCISO z), DEL ORDENAMIENTO LEGAL CITADO, ESTE CONSEJO GENERAL HA DETERMINADO APROBAR EL SIGUIENTE

ACUERDO

PRIMERO.- TENGANSE POR REVISADOS LOS ELEMENTOS Y FACTORES CONFORME A LOS CUALES SE FIJARON LOS COSTOS MINIMOS DE CAMPAÑA PARA EL FINANCIAMIENTO PUBLICO DE LAS ACTIVIDADES ORDINARIAS PERMANENTES DE LOS PARTIDOS POLITICOS NACIONALES PARA EL AÑO DE 1997.

SEGUNDO.- PARA LOS EFECTOS DEL FINANCIAMIENTO PUBLICO QUE DEBERA FIJARSE PARA EL AÑO DE 1998, SE DETERMINA EN \$226,031.16 EL COSTO MINIMO DE UNA CAMPAÑA PARA DIPUTADO.

TERCERO.- PARA LOS MISMOS EFECTOS, SE DETERMINA EN \$456,899.95 EL COSTO MINIMO DE UNA CAMPAÑA PARA SENADOR.

CUARTO.- PARA IGUALES FINES, SE DETERMINA EN \$148'109,891.67 EL COSTO MINIMO DE UNA CAMPAÑA PARA PRESIDENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.

QUINTO.- NOTIFIQUESE Y PUBLIQUESE EL PRESENTE ACUERDO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION.