



COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

“2019, Año del Caudillo del Sur, Emiliano Zapata”

“LXIV Legislatura de la Paridad de Género”

OPINIÓN DE IMPACTO PRESUPUESTARIO QUE EMITE LA COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA RELATIVA A LA INICIATIVA QUE ABROGA LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

Esta Comisión de la LXIV Legislatura de la H. Cámara de Diputados, con fundamento en los artículos 39, numerales 1 y 2, fracción XXX y 45, numeral 6, inciso e) de la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos; 18, párrafo tercero de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria; 157, numeral 1, fracción IV; 158, numeral 1, fracciones IV y X; y 175, numeral 1, fracción III, inciso e); del Reglamento de la Cámara de Diputados, se abocó al estudio y análisis de la mencionada Iniciativa.

ANTECEDENTES

El 19 de septiembre de 2018, la Diputada Martha Angélica Zamudio Macías, integrante de la LXIV Legislatura y perteneciente al Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano, presentó la Iniciativa que abroga la Ley General de Comunicación Social y expide la Ley General de Comunicación Social y Publicidad Gubernamental.

En esa misma fecha, la Secretaria de la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados de la LXIV Legislatura turnó la Iniciativa a la Comisión de Gobernación y Población, para dictamen, y a la Comisión de Presupuesto y Cuenta Pública, para opinión, misma que fue recibida el día 12 de octubre. Posteriormente, la Secretaria de la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados informó, mediante oficio recibido el 14 de noviembre de 2018, la modificación del turno, incluyendo a la Comisión de Radio y Televisión para opinión de la Iniciativa.

Cabe señalar que durante la LXIII Legislatura el Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano presentó la Iniciativa que expide la Ley General de Comunicación Social y Publicidad Oficial, Reglamentaria del artículo 134, párrafo octavo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y deroga el numeral 5 del artículo 242 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, la cual presentaba características similares a la presentada por la Diputada Zamudio Macías en la presente Legislatura.

CONTENIDO DE LA INICIATIVA

La Iniciativa hace referencia a la Ley General de Comunicación Social publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 11 de mayo de 2018 y con vigencia a partir del 1º de enero de 2019, señalando que dicha normatividad ha sido criticada por diversas organizaciones de la sociedad civil y especialistas, en



COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

“2019, Año del Caudillo del Sur, Emiliano Zapata”

“LXIV Legislatura de la Paridad de Género”

virtud de que carece de mecanismos efectivos para controlar el gasto, permite un uso político de la publicidad gubernamental, posibilita discrecionalidad presupuestal en las partidas relacionadas con la materia y carece de regulación relativa a la propaganda personalizada. Además, no se establece un mecanismo para involucrar a instancias del Sistema Nacional Anticorrupción en el tema.

Objetivo

La iniciativa busca atender el mandato establecido en el párrafo octavo del artículo 134 constitucional y con las expectativas de los ciudadanos en materia de transparencia, fiscalización y control al gasto en publicidad y comunicación social, y sería aplicable a los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y las entidades de la Administración Pública y de cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno.

Para cumplir con este objetivo, se crearían un Instituto rector en la materia y un Padrón Nacional.

Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Gubernamental

El Instituto sería una instancia autónoma, con personalidad jurídica y patrimonio propios, y estaría encargado de la regulación y supervisión de los **contenidos** en materia de publicidad gubernamental, de verificar las **erogaciones** derivadas de los servicios de publicidad y comunicación social y de administrar el Padrón Nacional de Medios de Comunicación.

El Instituto estaría integrado por cinco **comisionados**, uno del Comité de Participación Ciudadana del Sistema Nacional Anticorrupción y cuatro nombrados por un proceso de selección abierto.

Padrón Nacional de Medios de Comunicación

El Padrón sería un sistema público de información y accesible a distancia, con el registro de los medios de comunicación que presten servicios en materia de comunicación social y publicidad para los sujetos obligados por la Ley. La Secretaría de Gobernación (SEGOB) emitiría los lineamientos para su organización, una vez que se haya autorizado el presupuesto respectivo.

Obligaciones

Los entes públicos deberán cumplir con algunas disposiciones específicas que buscan evitar el uso político de la publicidad y el beneficio personal de los servidores públicos. **El gasto anual en publicidad gubernamental no podría exceder el 0.15 por ciento del gasto corriente de cada órgano ejecutor**, y no se podrían realizar afectaciones presupuestarias para modificar el monto asignado a dicho objeto del gasto.



COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

*“2019, Año del Caudillo del Sur, Emiliano Zapata”
“LXIV Legislatura de la Paridad de Género”*

CONSIDERACIONES PRESUPUESTARIAS

En abril de 2018, el Centro de Estudios de las Finanzas Públicas emitió una valoración de impacto presupuestario de la Iniciativa que expide la Ley General de Comunicación Social y Publicidad Oficial, Reglamentaria del artículo 134, párrafo octavo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y deroga el numeral 5 del artículo 242 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, la cual fue presentada por el Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano durante la LXIII Legislatura.

Dicha propuesta contenía características muy similares a la Iniciativa que abroga la Ley General de Comunicación Social y expide la Ley General de Comunicación Social y Publicidad Gubernamental, en especial en lo relativo a la creación y conformación del Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Gubernamental, al Padrón Nacional de Medios de Comunicación y en general, a las disposiciones que deberían cumplir los sujetos obligados.

Posteriormente, el Centro de Estudios emitió una nueva valoración de impacto, en la que destaca que las propuestas de la iniciativa que se debe considerar al momento de elaborar un impacto presupuestario son la creación de un **Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Oficial** como un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propios, que tendría a su cargo el **Padrón Nacional de Medios de Comunicación**.

Asimismo, se destaca el límite al monto anual en el gasto en publicidad oficial, que **no deberá exceder el 0.15 por ciento del gasto corriente aprobado** en los presupuestos para el ejercicio fiscal correspondiente a cada ejecutor de gasto, lo cual podría llegar a representar un ahorro de 636.4 millones de pesos (657.5 millones de pesos a precios de 2019).

De tal forma, es posible identificar los siguientes conceptos:

Impacto estimado por la aprobación de la Iniciativa	
Concepto	Monto
Proceso para la selección de Comisionados	2,792,892.00
Pago de salarios a Comisionados y sus equipos de trabajo	30,373,526.00
Creación del Instituto y Padrón Nacional de medios de comunicación	385,038,166.00
Renta de inmueble	5,000,000.00
TOTAL	423,204,584.00

Derivado de lo anterior, la Comisión de Presupuesto y Cuenta Pública emite la siguiente:



COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

“2019, Año del Caudillo del Sur, Emiliano Zapata”

“LXIV Legislatura de la Paridad de Género”

OPINIÓN

PRIMERO. La presente Opinión se formula únicamente en lo correspondiente a la materia competencia de esta Comisión.

SEGUNDO. La aprobación de la Iniciativa que abroga la Ley General de Comunicación Social y expide la Ley General de Comunicación Social y Publicidad Gubernamental, **generaría un impacto presupuestal** estimado en **423.2 millones de pesos**, considerando la creación y operación del Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Gubernamental y del Padrón Nacional de medios de comunicación.

TERCERO. De aprobarse la iniciativa, se generaría un **Gasto Regularizable** dado que, por disposición legal, se deberían considerar anualmente los recursos para la **operación del Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Gubernamental**.

CUARTO. Por otro lado, al establecer un tope al gasto en publicidad oficial, se podría obtener un ahorro de 657.5 millones de pesos para 2019.

QUINTO. Remítase la presente Opinión a la Comisión de Gobernación y Población, para Dictamen.

SEXTO. Por oficio, comuníquese a la Mesa Directiva de esta Cámara de Diputados, para su conocimiento.

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 21 de febrero de 2019.

COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

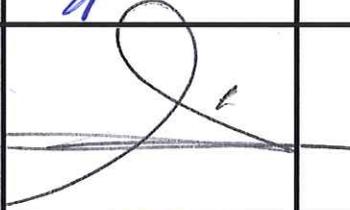
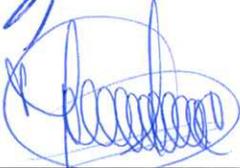
OPINIÓN DE IMPACTO PRESUPUESTARIO QUE EMITE LA COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA RELATIVA A LA INICIATIVA QUE ABROGA LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
PRESIDENTE				
	RAMÍREZ CUELLAR ALFONSO	<i>ARe</i>		

SECRETARIOS				
	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	CAMPOS EQUIHUA IGNACIO BENJAMÍN			
	ESPINOZA LÓPEZ BRENDA	<i>BLE</i>		
	GONZÁLEZ ROBLEDO ERASMO	<i>ER</i>		
	HERNÁNDEZ PÉREZ CÉSAR AGUSTÍN	<i>HP</i>		
	MERLÍN GARCÍA MARÍA DEL ROSARIO	<i>MR</i>		
	MOLINA ESPINOZA IRINEO			

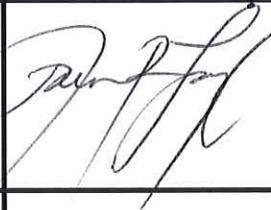
COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

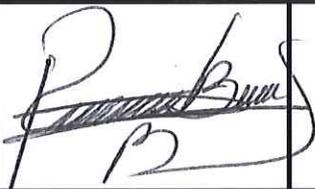
OPINIÓN DE IMPACTO PRESUPUESTARIO QUE EMITE LA COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA RELATIVA A LA INICIATIVA QUE ABROGA LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	PONCE MÉNDEZ MARÍA GERALDINE	Geraldine P.		
	PÉREZ SEGURA LAURA IMELDA			
	AZUARA ZÚÑIGA XAVIER			
	ROCHA ACOSTA SONIA			
	TEJEDA CID ARMANDO			
	GALINDO FAVELA FERNANDO			
	CABRERA LAGUNAS MA. DEL CARMEN			
	SANDOVAL FLORES REGINALDO			

COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

OPINIÓN DE IMPACTO PRESUPUESTARIO QUE EMITE LA COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA RELATIVA A LA INICIATIVA QUE ABROGA LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	LOYA HERNÁNDEZ FABIOLA RAQUEL GUADALUPE			
	ESCOBAR Y VEGA ARTURO			

INTEGRANTES				
	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	ALCÁNTARA NÚÑEZ JESÚS SERGIO			
	AMBROCIO GACHUZ JOSÉ GUADALUPE			
	ANDRADE ZAVALA MARCO ANTONIO			
	BARRERA BADILLO ROCÍO			
	BARROSO CHÁVEZ ALEJANDRO			

COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

OPINIÓN DE IMPACTO PRESUPUESTARIO QUE EMITE LA COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA RELATIVA A LA INICIATIVA QUE ABROGA LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	BRAVO PADILLA ITZCÓATL TONATIUH			
	CASTILLO LOZANO KATIA ALEJANDRA			
	CHARREZ PEDRAZA CIPRIANO			
	GARCÍA ANAYA LIDIA			
	GONZÁLEZ YÁÑEZ ÓSCAR			
	GÓMEZ MALDONADO MAIELLA MARTHA GABRIELA			
	GÓMEZ ÁLVAREZ PABLO			
	HERNÁNDEZ DERAS ISMAEL ALFREDO			

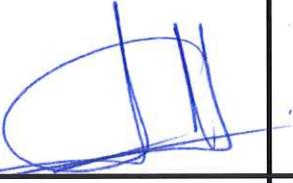
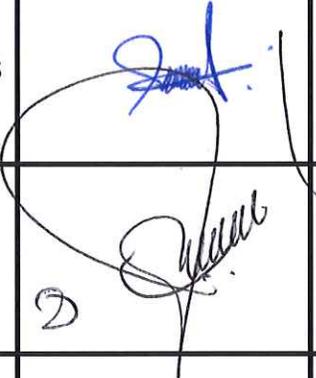
COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

OPINIÓN DE IMPACTO PRESUPUESTARIO QUE EMITE LA COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA RELATIVA A LA INICIATIVA QUE ABROGA LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	JARERO VELÁZQUEZ MIGUEL PAVEL			
	LUÉVANO NÚÑEZ FRANCISCO JAVIER			
	LÓPEZ CISNEROS JOSÉ MARTÍN			
	LÓPEZ RODRÍGUEZ ABELINA			
	MARES AGUILAR JOSÉ RIGOBERTO			
	MEJÍA CRUZ MARÍA ESTHER			
	MIER VELAZCO MOISÉS IGNACIO			
	MOJICA TOLEDO ALEJANDRO			

COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

OPINIÓN DE IMPACTO PRESUPUESTARIO QUE EMITE LA COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA RELATIVA A LA INICIATIVA QUE ABROGA LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	MORALES VÁZQUEZ CARLOS ALBERTO			
	MUÑOZ MÁRQUEZ JUAN CARLOS			
	ORTEGA MARTÍNEZ ANTONIO			
	PEDRERO MORENO HUMBERTO			
	POOL MOO JESÚS DE LOS ÁNGELES			
	ROBLES MONTOYA BENJAMÍN			
	ROSAS QUINTANILLA JOSÉ SALVADOR			
	SANTIAGO MARCOS NANCY YADIRA			



**CÁMARA DE
DIPUTADOS**
LXIV LEGISLATURA

jueves, 21 de febrero de 2019

COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

OPINIÓN DE IMPACTO PRESUPUESTARIO QUE EMITE LA COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA RELATIVA A LA INICIATIVA QUE ABROGA LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	SÁNCHEZ BARRALES ZAVAZA RAÚL ERNESTO			
	TREVIÑO VILLARREAL PEDRO PABLO			
	VILLEGAS ARREOLA ALFREDO			



**CÁMARA DE
DIPUTADOS**
LXIV LEGISLATURA

20 Aniversario
CEFP
Centro de Estudios de las Finanzas Públicas

Valoración de Impacto Presupuestario

CEFP / IPP/ 272-11/ 2018

Iniciativa:

**que abroga la Ley General de Comunicación
Social y expide la Ley General de
Comunicación Social y Publicidad
Gubernamental**

Proponentes:

**Diputados del Grupo Parlamentario de Movimiento
Ciudadano**

Fecha de presentación:

11 de septiembre de 2018

1. Objeto¹

Expedir un ordenamiento con el que se cumpla lo estipulado en el Artículo 134 constitucional en materia de transparencia, fiscalización y control al gasto en publicidad y comunicación social. Para ello se abroga la Ley de General de Comunicación Social y se expide la Ley General de Comunicación Social y Publicidad Gubernamental.

2. Impacto presupuestario

Las propuestas de la Iniciativa susceptibles de generar un impacto presupuestario son las siguientes:

1. La creación del **Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Oficial**, como un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propios, que tiene por objeto la regulación y supervisión de los contenidos en materia de publicidad oficial, así como de las erogaciones derivadas de los servicios de publicidad y comunicación social. Tendrá a su cargo el **Padrón Nacional de Medios de Comunicación**, en donde se inscribirán los medios de comunicación que participen en la contratación de comunicación social. Este sistema será público y accesible a distancia. La Secretaría de Gobernación (SEGOB) emitirá los lineamientos para su organización, una vez que se haya autorizado el presupuesto respectivo.
2. Señala un monto anual en el gasto en publicidad oficial, mismo que no deberá exceder el 0.15 por ciento del gasto corriente aprobado

¹ Este apartado se realizó con información de la iniciativa con decreto que abroga la Ley General de Comunicación Gubernamental y expide la Ley General de Comunicación Social y Publicidad Gubernamental, suscrita por diputados integrantes del Grupo Parlamentario Movimiento Ciudadano, publicada en la Gaceta Parlamentaria, año XXI, número 5111-II, 11 de septiembre de 2018.

en los presupuestos para el ejercicio fiscal correspondiente a cada ejecutor de gasto.

En el Anexo Metodológico se analizan las propuestas contenidas en la Iniciativa y se estima su eventual impacto presupuestario.

3. Conclusiones

La implementación de las propuestas contenidas en la ley propuesta requeriría recursos de la Federación hasta por 423.2 millones de pesos a precios de 2019. Éste monto se destinaría, principalmente, a la creación del Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Oficial. Por otra parte, la Ley propuesta establece un tope el gasto en publicidad oficial, que podría generar un ahorro de 636.4 millones de pesos (657.5 millones de pesos a precios de 2019), que sería susceptible de reasignarse a otros usos.

4. Anexo Metodológico

4.1 Propuestas del dictamen, iniciativa o minuta que generan impacto presupuestario

Entre las propuestas de la Iniciativa cuya implementación generaría un impacto presupuestario a la Federación se encuentran:

- 1) La creación del **Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Oficial**, como un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propios, que tiene por objeto la regulación y supervisión de los contenidos en materia de publicidad oficial, así como de las erogaciones derivadas de los servicios de publicidad y comunicación social.
- 2) 2. El **Padrón Nacional de Medios de Comunicación**, en donde se inscribirán los medios de comunicación que pretendan participar en la contratación de comunicación social. Será un sistema público y accesible a distancia. La SEGOB emitirá los lineamientos para su organización, una vez que se haya autorizado el presupuesto respectivo.
- 3) **El gasto anual en publicidad oficial** no deberá exceder el 0.15 por ciento del gasto corriente aprobado en los presupuestos para el ejercicio fiscal correspondiente a cada ejecutor de gasto.

Para estimar el costo de los elementos arriba señalados se procedió de la siguiente manera:

Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Oficial,

Para estimar los recursos requeridos para la creación del Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Oficial, se recurrirá al método de analogía, buscando una entidad que tenga funciones similares en el Gobierno

Federal. La Iniciativa señala que se trata de una instancia autónoma, con personalidad jurídica y patrimonio propios, que tiene por objeto la regulación y supervisión de los contenidos en materia de publicidad oficial, así como de las erogaciones derivadas de los servicios de publicidad y comunicación social.

Estará integrado por **cinco comisionados**, uno de ellos será el comisionado del Comité de Participación Ciudadana del Sistema Nacional Anticorrupción, (presidente) y los otros cuatro serán ciudadanos con experiencia en el ámbito de la comunicación. Para nombrarlos, la Cámara de Diputados constituirá una Comisión de Selección integrada por nueve mexicanos, cuyos cargos serán honoríficos. Cuatro se elegirán a través de una convocatoria a las instituciones de educación superior y de investigación, y 5 miembros se elegirán de una convocatoria a las organizaciones de la sociedad civil especializadas en materia de protección y defensa de los derechos humanos.

Una vez constituida la Comisión de Selección con sus nueve integrantes, emitirá una convocatoria, con el objeto de realizar una amplia consulta pública nacional para que la sociedad postule a los aspirantes a comisionados. Es decir, el proceso de selección requerirá tres convocatorias. El Instituto tendrá a su cargo el **Padrón Nacional de Medios de Comunicación**, éste será un sistema público de información, que contendrá el registro de medios de comunicación que presten servicios en materia de comunicación social y publicidad para los sujetos obligados. El Instituto publicará y mantendrá actualizado el Padrón Nacional en un sitio de internet especializado para tal efecto, y accesible en todo momento al público. La SEGOB enviará al Instituto los contratos, convenios y licitaciones celebrados con medios de comunicación para la administración pública

federal, dentro de un plazo no mayor a tres días contados a partir de su celebración.

Estimación del impacto presupuestario

Para conformar el Pleno del Instituto se integrará una Comisión de Selección en dos etapas. Ello implica la emisión de dos convocatorias. Para estimar el costo de las convocatorias a instituciones de educación superior y de investigación se seleccionó el Expediente 1267553 en COMPRANET, a través del cual el Instituto Nacional de Salud Pública contrató la *“difusión de la convocatoria, atención y seguimiento a las personas interesadas en participar en el proceso de selección, actualización de la información de la oferta académica publicada en la página de la escuela de Salud Pública de México y apoyo en seguimiento a egresados”* por un monto de 49 mil 904.2 pesos, que actualizados a precios de 2019 ascienden a 54 mil 020.32 pesos. Es decir, la emisión de dos convocatorias representaría erogaciones por 108 mil 041 pesos.

Una vez constituida, la Comisión de Selección deberá emitir una convocatoria nacional para nombrar a los comisionados integrantes del Pleno del Instituto. En este caso se seleccionaron los contratos celebrados por el Instituto Mexicano de la Juventud para la emisión de convocatorias durante tres semanas en medios de comunicación, que ascendieron a 2 millones 598 mil 976.9 pesos, que a precios de 2019 se estiman en 2 millones 684 mil 851 pesos.²

² Compranet. Expedientes 1323355, 1323382 y 1323407, con los medios La Crónica Diaria, S.A. de C.V. (258 mil 621 pesos); Medios Masivos Mexicanos, SA de CV (2 millones de pesos); AMH Publimedios SA de CV (221 mil 184.1 pesos). El total asciende a 2 millones 480 mil 184.1 pesos; que, actualizados a precios de 2019, resultan 2 millones 598 mil 976.9 pesos.

El Pleno del Instituto

Para estimar el costo de los comisionados, se revisaron las instancias públicas que cuentan con esta figura y se resumieron las remuneraciones en la Tabla 1. De acuerdo con la Ley Federal de Remuneraciones de los Servidores Públicos, nadie puede ganar por encima del Presidente de la República y siendo que ha establecido su sueldo en 108 mil 420 pesos, resultaría razonable suponer que los comisionados percibirían 100 mil pesos netos mensuales, y en el caso del Comisionado Presidente, en virtud de que éste será el presidente del Comité de Participación Ciudadana del Sistema Nacional Anticorrupción, por Ley ya recibe una contraprestación por esa posición y no se prevería una remuneración adicional. Por ende, se estiman anuales por 6 millones 857 mil 280 pesos a precios de 2019, por concepto de sueldos y remuneraciones para los comisionados

En la mayoría de las estructuras organizacionales los comisionados cuentan con un equipo de trabajo que los apoya personalmente. Para el Instituto se propone que cada Comisionado cuente con un director de área, dos subdirectores y un jefe de proyecto. En el caso del Comisionado Presidente, su equipo estaría conformado por dos directores de área y dos subdirectores. El monto de servicios personales brutos asociados al Pleno del Instituto se resume en la Tabla 1.

Tabla 1

Servicios Personales estimados para el Pleno del Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Oficial

Clave de puesto	Plazas	Nombre del puesto	Remuneraciones Anuales	Presupuesto Total
MB1	2	Director de área	1,457,172	2,914,344
NC1	2	Subdirector de Área	1,114,308	2,228,616
HA1	4	Comisionado	1,714,320	6,857,280
MB1	4	Director de área	1,457,172	5,828,688
NC1	8	Subdirector de Área	1,114,308	8,914,464
OC3	4	Jefe de Proyecto A	524,161	2,096,644
"A"	7	Secretaría Ejecutiva	219,070	1,533,489
Total de plazas	31			30,373,526

Fuente: Elaborado con datos de la Estructura Orgánica del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación INEE.

Nota: Se supuso que el Comisionado Presidente ya recibe una contraprestación como presidente del Comité de Participación Ciudadana del SNA, el resto de los comisionados percibirían 100 mil pesos mensuales de remuneración neta; el director de área, 85 mil pesos mensuales y el subdirector 65 mil pesos, para el resto de los puestos se utilizó el tabulador vigente del INEE.

De esta forma, el conjunto de los Consejeros y su equipo de trabajo requerirán erogaciones por 30 millones 373 mil 526 pesos³. Por las facultades otorgadas al Instituto se consideró apropiado asimilarlo con las instancias de la Administración Pública Federal, que realizan tareas de fiscalización, particularmente, la Unidad Técnica de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral (INE), que se encarga de la fiscalización de la propaganda electoral, materia similar a la publicidad oficial.

Entre las atribuciones del INE, se encuentra la de fiscalizar los recursos de los partidos políticos a nivel federal y local en forma expedita, es decir, en el transcurso de las campañas y no una vez que terminen. La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LEGIPE) le otorga la facultad de *“Auditar con plena independencia técnica la documentación soporte, así como la contabilidad que presenten los partidos políticos y en su caso, candidaturas independientes en cada uno de los informes que están obligados a presentar.”*

³ Las remuneraciones corresponden a las del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación, que son las que resultaron más cercanas al promedio para los Comisionados en la Tabla 1.

La Unidad Técnica de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral, recibió en el ejercicio fiscal 2017, 343.3 millones de pesos y para 2018 tiene un presupuesto aprobado por 448.9 millones de pesos, lo que equivale a un incremento real anual de 24.8 por ciento. Este comportamiento, puede suponerse que se encuentra asociado al ciclo electoral, ya que en los años en que se programa una elección federal en todo el país, aumenta el presupuesto para la Unidad de Fiscalización, reduciéndose en los años en que las elecciones no son generales en toda la República. Para reducir el efecto derivado del ciclo electoral, se procederá a tomar el promedio de tres años: 2016 a 2018, que a precios de 2019 arroja un monto de 385 millones de pesos, como se aprecia en la Tabla 2.

Tabla 2

Recursos para la Unidad Técnica de Fiscalización del INE*

(pesos corrientes)

Ejercicio fiscal	Monto Aprobado	Monto aprobado a precios de 2019	Monto Ejercido
2012	127,834,848	169,645,580	150,474,839
2013	105,083,880	137,352,369	148,207,661
2014	109,545,913	137,119,318	141,929,628
2015	244,273,361	297,466,951	138,080,774
2016	276,609,890	319,711,676	131,057,353
2017	343,323,421	371,691,359	287,812,129
2018	448,879,821	463,711,464	
Promedio 2016-2018		385,038,166	

*Entre 2008 y 2014 se denominó Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos.

Fuente: Elaborado por el CEFP con información de la Cuenta de la Hacienda Pública Federal, varios años y Presupuesto de Egresos de la Federación, 2017 y 2018, SHCP.

En el portal electrónico del INE, la Estructura Orgánica de la Unidad Técnica de Fiscalización⁴, está constituida por 3 Direcciones, 3 Coordinaciones, 16

⁴ Véase la estructura orgánica en: http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/DEA/DEA-EstructuraOrganicalFE/DEA-organigrama-pdfs/2007/TOC_311207.pdf.

Subdirecciones, 34 Jefaturas de Departamento y un Secretario Particular, además del Director General, lo que totaliza, 74 mandos medios, que devengaron 254.1 millones de pesos en 2016. En el caso del Instituto propuesto, puede prescindirse del Director General, que percibe remuneraciones por 3 millones 731 mil 894 pesos y el Secretario Particular (1 millón 415 mil 241), ya que la dirección del Instituto quedará a cargo del Comisionado Presidente y su equipo, en dónde se incluiría el Secretario Particular, lo que significa una deducción en servicios personales, adicionalmente, como efecto de la Ley Federal de Remuneraciones se esperaría un menor gasto en sueldos y salarios. Por la naturaleza jurídica del Instituto propuesto, debe agregarse un Órgano Interno de Control (OIC). El Reglamento Interior de la Secretaría de la Función Pública señala en su Artículo 99 la composición de un órgano interno de control con 4 áreas básicas: Auditoría para el Desarrollo y Mejora de la Gestión Pública; Responsabilidades; Auditoría Interna y Quejas. Se asumirá que el costo de esta área se cubrirá con el ahorro en servicios personales arriba señalado y el presupuesto total para el Instituto se estima en 385 millones de pesos.

Resta agregar el inmueble; ya que se trata de una entidad autónoma con patrimonio propio, lo que le permitiría adquirir un inmueble, aunque en esta estimación se recurrirá al arrendamiento. Suponiendo que 7 metros cuadrados por empleado es un espacio apropiado para trabajar, para estimar el costo del arrendamiento se buscaron espacios entre 850 y 900 metros cuadrados y se halló en la oferta inmobiliaria de la Ciudad de México un inmueble denominado Torre Platinum con 976 metros cuadrados construidos y 43 estacionamientos, ubicada en Av. Periférico 4293, en Jardines del Pedregal, delegación Álvaro Obregón, con una renta mensual de 409 mil 920 pesos, lo que representa una erogación anual de 4 millones 919 mil 040 pesos, que podría redondearse a 5 millones de pesos anuales.

Con los datos anteriores se estimará que el monto requerido para la creación del Instituto asciende a 423.2 millones de pesos, como se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3

Impacto Total de la creación del Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Oficial

(pesos de 2019)

Monto estimado	423,204,583
Convocatorias para constituir la Comisión de Selección	108,041
Convocatoria Nacional para elegir a los Comisionados	2,684,851
Comisionados y Equipo de Trabajo	30,373,526
Creación del Instituto y Padrón Nacional de Medios de Comunicación	385,038,166
Renta de Inmueble	5,000,000
Posible Ahorro por el Límite al Gasto Anual en Comunicación Social	-636,434,876

Artículo 21: Límite de 0.15 % del gasto corriente para comunicación social.

Al aplicar el límite establecido por el Artículo 21 de 0.15% del presupuesto destinado a gasto corriente para cada una de las dependencias se aprecia (Tabla 4) un posible ahorro de 636.4 millones de pesos (657.5 millones de pesos a precios de 2019) susceptibles de destinarse a otros propósitos de gasto.

Tabla 4

Recursos aprobados para el concepto 3600 Servicios de comunicación social y publicidad, 2018

(pesos corrientes)

Ramo Presupuestario	Monto Aprobado			Estimación del monto establecido por el Artículo 21 de la Iniciativa		
	2017	2018	Incremento Anual Real	Gasto Corriente	0.15% propuesto en la Iniciativa	Diferencia entre el aprobado y el 0.15% estimado
Monto Total	3,119,438,465	3,156,087,761	-3.4	1,938,194,526,948	2,519,652,885	-636,434,876
01 Poder Legislativo	187,171,462	241,461,659	23.1	15,246,425,233	19,820,353	-221,641,306
02 Oficina de la Presidencia de la República	42,921,000	41,486,350	-7.8	1,797,418,247	2,336,644	-39,149,706
03 Poder Judicial	52,235,231	60,619,631	10.7	67,570,198,804	87,841,258	27,221,627
04 Gobernación	180,111,187	180,111,187	-4.6	64,288,166,419	83,574,616	-96,536,571
05 Relaciones Exteriores	12,619,937	11,750,000	-11.1	8,896,623,499	11,565,611	-184,389
06 Hacienda y Crédito Público	178,437,742	216,281,703	15.7	24,544,787,864	31,908,224	-184,373,479
07 Defensa Nacional	98,575,970	98,497,374	-4.6	67,291,520,800	87,478,977	-11,018,397
08 Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación	17,801,733	17,767,078	-4.8	72,125,383,478	93,762,999	75,995,921
09 Comunicaciones y Transportes	86,216,268	91,312,567	1.1	11,744,739,759	15,268,162	-76,044,405
10 Economía	68,568,081	58,227,081	-19.0	5,183,006,739	6,737,909	-51,489,172
11 Educación Pública	175,400,497	106,904,138	-41.8	279,213,044,438	362,976,958	256,072,820
12 Salud	103,799,610	99,140,053	-8.9	117,769,930,615	153,100,910	53,960,857
13 Marina	71,380,000	71,380,000	-4.6	24,397,658,165	31,716,956	-39,663,044
14 Trabajo y Previsión Social	5,785,762	5,443,873	-10.2	3,692,617,186	4,800,402	-643,471
15 Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano	2,639,440	1,100,000	-60.2	16,766,195,714	21,796,054	20,696,054
16 Medio Ambiente y Recursos Naturales	53,890,177	52,957,278	-6.2	17,913,300,859	23,287,291	-29,669,987
17 Procuraduría General de la República	32,531,436	22,281,289	-34.6	16,186,738,453	21,042,760	-1,238,529
18 Energía	5,805,817	5,559,542	-8.6	2,470,265,318	3,211,345	-2,348,197
20 Desarrollo Social	20,556,506	20,143,570	-6.5	105,045,279,562	136,558,863	116,415,293
21 Turismo	8,026,080	6,108,576	-27.4	2,861,149,582	3,719,494	-2,389,082
22 Instituto Nacional Electoral	107,722,655	161,218,591	42.8	23,953,940,019	31,140,122	-130,078,469
27 Función Pública	10,312,819	9,545,050	-11.7	1,191,905,203	1,549,477	-7,995,573
32 Tribunal Federal de Justicia Administrativa	428,310	490,944	9.4	2,971,346,682	3,862,751	3,371,807
35 Comisión Nacional de los Derechos Humanos	20,900,000	20,675,000	-5.6	1,969,536,715	2,560,398	-18,114,602
38 Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología	13,601,725	13,422,725	-5.8	25,368,467,933	32,979,008	19,556,283
40 Información Nacional Estadística y Geográfica	7,832,069	25,760,785	213.9	7,704,847,265	10,016,301	-15,744,484
41 Comisión Federal de Competencia Económica	5,050,000	4,212,415	-20.4	615,414,978	800,039	-3,412,376
42 Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación	5,727,988	6,211,570	3.5	1,222,316,443	1,589,011	-4,622,559
43 Instituto Federal de Telecomunicaciones	136,255,000	133,700,000	-6.4	1,931,833,388	2,511,383	-131,188,617
44 Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales	17,241,570	18,237,000	0.9	1,017,094,482	1,322,223	-16,914,777
47 Entidades no Sectorizadas	188,132,910	131,338,400	-33.4	9,275,426,913	12,058,055	-119,280,345
48 Cultura	69,822,219	66,537,139	-9.1	12,916,173,982	16,791,026	-49,746,113
50 Instituto Mexicano del Seguro Social	597,801,388	644,809,105	2.9	284,979,641,242	370,473,534	-274,335,571
51 Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado	104,328,000	133,829,427	22.4	73,807,561,845	95,949,830	-37,879,597
52 Petróleos Mexicanos (Consolidado)	180,000,000	150,000,000	-20.5	234,260,136,408	304,538,177	154,538,177
53 Comisión Federal de Electricidad	249,807,876	227,566,661	-13.1	330,004,432,716	429,005,763	201,439,102

Fuente: Elaborado con datos del Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2018, SHCP.

Fuentes de información:

Diputados Integrantes del Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano, *Iniciativa con proyecto de Decreto que abroga la Ley General de Comunicación Gubernamental y expide la Ley General de Comunicación Social y Publicidad Gubernamental*, [en línea], Cámara de Diputados, LXIV Legislatura, **Gaceta Parlamentaria**, año XXI, número 3895-VIII, 5111-II, 11 de septiembre de 2018, [consulta: 27 de noviembre de 2018], disponible en: <<http://gaceta.diputados.gob.mx/Gaceta/64/2018/sep/20180911->>

Secretaría de Gobernación, *Reglamento Interno de la Secretaría de Gobernación* [en línea], publicada en el **Diario Oficial de la Federación** el 2 de abril de 2013, México, Ciudad de México, [consulta: 28 de noviembre de 2018], disponible en: <http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5294185&fecha=02/04/2013>.

Secretaría de Gobernación, *Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos generales para las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2018*, [en línea], publicado en el **Diario Oficial de la Federación** 29 de diciembre de 2017, México, Ciudad de México, [consulta: 28 de noviembre de 2018], disponible en: <http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5509496&fecha=29/12/2017>.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público, **Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2018**. [en línea], diciembre 2017 [consulta: 28 de noviembre de 2018], disponible en <<http://www.pef.hacienda.gob.mx/es/PEF2018/tomoll>>.



CÁMARA DE
DIPUTADOS
LXIV LEGISLATURA

20 Aniversario
CEFP
Centro de Estudios de las Finanzas Públicas



www.cefp.gob.mx



@CEFP_diputados



Centro de Estudios de las Finanzas Públicas

COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

OPINIÓN DE IMPACTO PRESUPUESTARIO QUE EMITE LA COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA RELATIVA A LA INICIATIVA QUE ABROGA LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
PRESIDENTE				
	RAMÍREZ CUELLAR ALFONSO	<i>ARe</i>		

SECRETARIOS				
	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	CAMPOS EQUIHUA IGNACIO BENJAMÍN			
	ESPINOZA LÓPEZ BRENDA	<i>BLE</i>		
	GONZÁLEZ ROBLEDO ERASMO	<i>ER</i>		
	HERNÁNDEZ PÉREZ CÉSAR AGUSTÍN	<i>AP</i>		
	MERLÍN GARCÍA MARÍA DEL ROSARIO	<i>MR</i>		
	MOLINA ESPINOZA IRINEO			

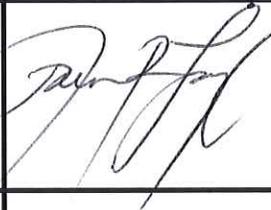
COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

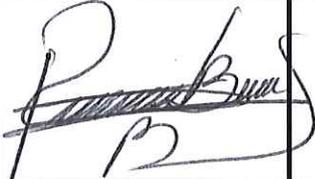
OPINIÓN DE IMPACTO PRESUPUESTARIO QUE EMITE LA COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA RELATIVA A LA INICIATIVA QUE ABROGA LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	PONCE MÉNDEZ MARÍA GERALDINE	<i>Geraldine P.</i>		
	PÉREZ SEGURA LAURA IMELDA	<i>L. S.</i>		
	AZUARA ZÚÑIGA XAVIER	<i>X. Z.</i>		
	ROCHA ACOSTA SONIA	<i>S. R.</i>		
	TEJEDA CID ARMANDO	<i>A. T.</i>		
	GALINDO FAVELA FERNANDO	<i>F. G.</i>		
	CABRERA LAGUNAS MA. DEL CARMEN	<i>M. C.</i>		
	SANDOVAL FLORES REGINALDO	<i>R. S.</i>		

COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

OPINIÓN DE IMPACTO PRESUPUESTARIO QUE EMITE LA COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA RELATIVA A LA INICIATIVA QUE ABROGA LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	LOYA HERNÁNDEZ FABIOLA RAQUEL GUADALUPE			
	ESCOBAR Y VEGA ARTURO			

INTEGRANTES				
	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	ALCÁNTARA NÚÑEZ JESÚS SERGIO			
	AMBROCIO GACHUZ JOSÉ GUADALUPE			
	ANDRADE ZAVALA MARCO ANTONIO			
	BARRERA BADILLO ROCÍO			
	BARROSO CHÁVEZ ALEJANDRO			

COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

OPINIÓN DE IMPACTO PRESUPUESTARIO QUE EMITE LA COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA RELATIVA A LA INICIATIVA QUE ABROGA LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	BRAVO PADILLA ITZCÓATL TONATIUH			
	CASTILLO LOZANO KATIA ALEJANDRA			
	CHARREZ PEDRAZA CIPRIANO			
	GARCÍA ANAYA LIDIA			
	GONZÁLEZ YÁÑEZ ÓSCAR			
	GÓMEZ MALDONADO MAIELLA MARTHA GABRIELA			
	GÓMEZ ÁLVAREZ PABLO			
	HERNÁNDEZ DERAS ISMAEL ALFREDO			

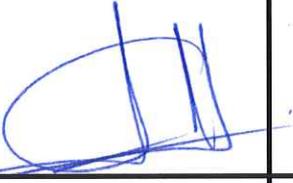
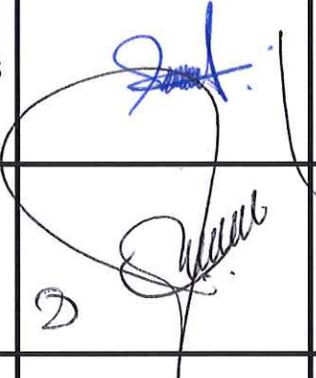
COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

OPINIÓN DE IMPACTO PRESUPUESTARIO QUE EMITE LA COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA RELATIVA A LA INICIATIVA QUE ABROGA LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	JARERO VELÁZQUEZ MIGUEL PAVEL			
	LUÉVANO NÚÑEZ FRANCISCO JAVIER			
	LÓPEZ CISNEROS JOSÉ MARTÍN			
	LÓPEZ RODRÍGUEZ ABELINA			
	MARES AGUILAR JOSÉ RIGOBERTO			
	MEJÍA CRUZ MARÍA ESTHER			
	MIER VELAZCO MOISÉS IGNACIO			
	MOJICA TOLEDO ALEJANDRO			

COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

OPINIÓN DE IMPACTO PRESUPUESTARIO QUE EMITE LA COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA RELATIVA A LA INICIATIVA QUE ABROGA LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	MORALES VÁZQUEZ CARLOS ALBERTO			
	MUÑOZ MÁRQUEZ JUAN CARLOS			
	ORTEGA MARTÍNEZ ANTONIO			
	PEDRERO MORENO HUMBERTO			
	POOL MOO JESÚS DE LOS ÁNGELES			
	ROBLES MONTOYA BENJAMÍN			
	ROSAS QUINTANILLA JOSÉ SALVADOR			
	SANTIAGO MARCOS NANCY YADIRA			



**CÁMARA DE
DIPUTADOS**
LXIV LEGISLATURA

jueves, 21 de febrero de 2019

COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA

OPINIÓN DE IMPACTO PRESUPUESTARIO QUE EMITE LA COMISIÓN DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA RELATIVA A LA INICIATIVA QUE ABROGA LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL, SUSCRITA POR INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

	DIPUTADO	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
	SÁNCHEZ BARRALES ZAVAZA RAÚL ERNESTO			
	TREVIÑO VILLARREAL PEDRO PABLO			
	VILLEGAS ARREOLA ALFREDO			