

México, D.F., a 15 de diciembre de 2013  
IFAI/135/13

## LA REFORMA ENERGÉTICA OBLIGA A PEMEX, HOY MÁS QUE NUNCA, A SER EJEMPLO DE EMPRESA TRANSPARENTE ANTE LA SOCIEDAD: GERARDO LAVEAGA

- El comisionado presidente del IFAI subrayó que la paraestatal está obligada a rendir cuentas del manejo de los recursos públicos
- El Pleno del Instituto resolvió ordenar a Pemex dar a conocer cuánto gastó en publicidad, incluyendo a sus organismos subsidiarios, de 2008 a 2012

La reforma energética obliga a Petróleos Mexicanos (Pemex) a ser ejemplo de empresa transparente, afirmó el comisionado presidente del Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos (IFAI), Gerardo Laveaga, luego de que el Pleno de este Instituto resolvió instruir a la paraestatal a buscar y dar a conocer cuánto gastó en publicidad, incluyendo la referente a sus organismos subsidiarios, de 2008 a 2012.

“Hoy, más que nunca, en los umbrales de la reforma energética más trascendental de los últimos tiempos, Pemex está obligada a caracterizarse por su transparencia y su disposición a rendir cuentas ante la sociedad mexicana”, señaló.

En opinión del comisionado presidente del IFAI, en el escenario de esta reforma, Pemex está llamada a ser una empresa ejemplar en lo que se refiere a eficiencia y productividad, pero también, y de manera muy especial, en lo relativo a rendición de cuentas y transparencia en el manejo de recursos públicos.

Laveaga hizo los anteriores señalamientos después de que el Pleno del Instituto discutió el recurso de revisión RDA 4882/13, que acumula el RDA 5041/13, mediante el cual un particular se inconformó porque Pemex no le entregó los gastos erogados por los siguientes conceptos:

1. Publicidad en medios nacionales y extranjeros.
2. Publicidad visual en la vía pública o lugares públicos dentro del territorio nacional.
3. Publicidad de televisión abierta y de paga dentro del país.
4. Publicidad en radio nacional.
5. Publicidad en prensa y periódicos impresos del país.
6. Publicidad de revistas impresas dentro y fuera del país.
7. Publicidad en otros medios, en el que se especificando el medio a que se refiere.

En su respuesta, Pemex señaló que, de conformidad con el *Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las Dependencias y Entidades de las Administraciones Públicas Federales*, en dicho periodo, la Gerencia de Comunicación Social no ejerció ninguna cantidad de la partida presupuestal 36201, denominada “Difusión de mensaje comercial para promover la venta de productos y servicios”.

Inconforme, por considerar que la partida presupuestal referida por la entidad constituye sólo un rubro de los diversos gastos que se hicieron en publicidad, el solicitante presentó dos recursos de revisión, los cuales fueron turnados a la ponencia del comisionado presidente, Gerardo Laveaga.

Al respecto, el particular argumentó que la paraestatal no se pronunció sobre los gastos de imagen, de promoción de obras, de actividades de servicio y/o beneficio a comunidades, de programas de sociales, operativos, de expansión, de logros y metas, de información de producción anual, de actividades del sector, de acciones de coordinación con entidades federativas, de foros y convenciones, de mesas de debate y discusión, entre otros.

Mediante un alcance a su respuesta, Pemex declaró la inexistencia de la información, argumentando que ni la paraestatal ni sus organismos subsidiarios efectúan gastos en publicidad, toda vez que, de conformidad con el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, ésta es una función exclusiva del Estado.

Sin embargo, después de analizar la normatividad aplicable, el comisionado ponente advirtió que si bien la publicidad en materia petrolera es una función exclusiva del Estado, esto no exime a Pemex de promocionar sus obras, sus actividades de servicio y/o beneficio a comunidades, sus programas de expansión, de logros y metas, o aquella información de producción anual, de programas sociales, operativos, entre otra.

Al respecto, indicó que, del *Clasificador por Objeto de Gasto para la Administración Pública Federal*, se desprende que existen otras partidas del capítulo de Comunicación Social y Publicidad, en las que se prevén gastos como los requeridos por el particular.

Asimismo, el comisionado Laveaga señaló que en respuesta a otras solicitudes de información similares, con folios 1857200008509, 1857200055913, 1857200084713 y 1857200089010, Pemex entregó diversos datos relacionados con gastos de publicidad, en 2008, 2010 y 2012.

Por lo anterior, determinó que la paraestatal restringió la búsqueda de información a una partida en específico.

Aunado a ello, manifestó que Pemex cuenta con la Dirección Corporativa de Finanzas, área que por sus atribuciones es competente para conocer la información requerida, a la que no se le turnó la solicitud.

Por tanto, el comisionado propuso revocar la respuesta de Pemex e instruirle a hacer una búsqueda exhaustiva de la información en todas las unidades administrativas competentes, entre las que no podrá omitir a las antes señaladas, a fin de que proporcione al recurrente la información de su interés y con el grado de desglose requerido.

La resolución fue aprobada por unanimidad del Pleno del IFAI.

-o0o-

**Dependencia o entidad:** Petróleos Mexicanos

**Folios:** 1857200160813 y 1857200161313

**Expedientes:** RDA 4882/13 RDA que acumula al recurso RDA 5041/13

**Comisionado ponente:** Gerardo Laveaga Rendón