

Del costo del hotel “bunker” libertario a los millones en redes y asesores: Milei y Massa informaron cómo financiaron el balotaje

20/02/2024



A tres meses del balotaje que consagró a Javier Milei como presidente, La Libertad Avanza (LLA) y Unión por la Patria (UxP), los dos espacios que compitieron en las urnas el pasado 19 de noviembre, presentaron el informe de la segunda vuelta que coronó al libertario como nuevo presidente de la Nación.

Los números, que ahora serán **auditados por contadores** de la **Cámara Nacional Electoral**, son los gastos que ambos espacios realizaron entre el 23 de octubre y el 19 de

noviembre del año pasado, y exponen una **fuerte inversión en asesores** y en la publicidad destinada a las **redes sociales**.

Entre los datos más llamativos, resaltan los millones de pesos que LLA destinó al pago de los servicios del **hotel Libertador**, espacio en el que Milei vivió durante semanas y que se convirtió en la sede de campaña de los libertarios.

Los gastos del balotaje: del millonario pago del hotel “bunker” de Milei a la apuesta de Massa por las redes



Javier Milei hizo del hotel Libertador su sede de campaña. (Foto: Télam)

En cuanto al **financiamiento** de La Libertad Avanza, los documentos marcan que el espacio recibió **\$398 millones por parte del Estado** y **\$40 millones de aportes de sector privado**: los que apostaron por el candidato libertario fueron **Inversiones Urbanas Nuevo Milenio** y por **José María Malbrán**, con 20 millones de pesos cada uno.

- **Ingresos:** \$438.046.241
- **Gastos:** \$437.437.307
- **Saldo a favor:** \$608.934

A lo largo de casi ese mes, Milei incurrió en diversos gastos, el más fuerte el de la impresión de boletas aunque también destinó una buena porción a las redes sociales.

- **Impresión de boletas:** \$258 millones
- **Publicidad en redes sociales:** \$25 millones a la agencia de marketing Mobile First S.A., cuyo presidente es Kevin Kogan (acta de octubre de 2023)

- **Movilidad y viáticos** (autos, pasajes y más): \$8,8 millones
- **Hotel Libertador**: \$4.580.000
- **Honorarios de agentes de publicidad**: \$3 millones
- **Asesores de campaña**: \$750 mil

Antes de mudarse a la Residencia Presidencial de Olivos, el Gobierno informó que Milei abonó con su propia tarjeta unos \$2,5 millones por la habitación que utilizó durante su estadía en el hotel. Los \$4,5 millones corresponden a la utilización de La Libertad Avanza todo el espacio, desde otras habitaciones a salones.

Todas estas cifras están siendo revisadas por los auditores de la CNE, que en octubre ya advirtieron posibles inconsistencias en el informe de financiamiento de La Libertad Avanza. Según pudo saber **TN**, tomaron nota respecto a que el espacio había declarado un gasto en redes por **\$8.750.000** cuando según los montos informados por las bibliotecas públicas de Facebook y Google LLC marcan **\$42 millones**.

Además advirtieron necesario controlar los comprobantes de respaldo en la facturación de los servicios de los asesores Iñaki Gutiérrez y Eugenio Rolón, los que trabajan con las redes del ahora jefe de Estado. También solicitaron efectuaron controles sobre los traslados aéreos de Milei durante la campaña.

Lo cierto es que la campaña de Milei, siempre según lo informado por estos espacios, costó \$100 millones menos que la de Massa.

Cómo se financió la campaña de Sergio Massa de cara a la segunda

vuelta



Massa, el candidato del peronismo en la segunda vuelta. (Foto: Reuters) Por: **REUTERS**

Por su parte, **Unión por la Patria** también recibió **398 millones del Estado**, aunque el aporte del **sector privado** fue muy superior al de LLA: **\$143 millones**.

- **Ingresos:** \$542.151.732
- **Gastos:** \$542.151.732
- **Saldo:** \$0

El exministro de Economía de la Nación y excandidato a presidente realizó una fuerte inversión en actos y eventos y también apostó por las redes sociales. Es que Massa incluyó en la campaña una serie de baterías de medidas que fueron difundidas con fuerza por su equipo.

Entre estos gastos se destacan:

- **Impresión de boletas:** \$258 millones
- **Actos y eventos:** \$82 millones
- **Publicidad en redes sociales** (Menta Comunicación SRL): \$50 millones
- **Asesores de campaña:** \$40 millones
- **Honorarios profesionales de agencia de publicidad** (Vfilms SRL y Oruga Films): \$33 millones
- **Publicidad en espectáculos deportivos:** \$7 millones

En caso de que la Cámara Nacional Electoral entienda que hay números que deben ser mejor explicados por los espacios, requerirá información adicional a cada fuerza involucrada.

Fuente: TN