

# Xóchitl Gálvez, la que más gastó en 60 días de precampaña: INE

**La precandidata presidencial de la oposición reporta un desembolso de 63 millones 171 mil pesos durante sus recorridos por el país, 24.1 millones más que la aspirante Claudia Sheinbaum**

**OTILIA CARVAJAL**

—nacion@eluniversal.com.mx

En 60 días de precampaña, la aspirante presidencial del PAN, PRI y PRD, Xóchitl Gálvez Ruiz, gastó 63 millones 171 mil pesos, 24.1 millones de pesos más que Claudia Sheinbaum Pardo, precandidata de la coalición formada por Morena, PT y Partido Verde.

Por su parte, Sheinbaum Pardo destinó 38 millones 980 mil 653 pesos a su precampaña, principalmente en la organización de mítines y asambleas.

El reparto en el bloque de la Cuarta Transformación fue menos equitativo, ya que de los recursos 36 millones 684 mil pesos fueron aportados por Morena (94.1%); siguen el Partido del Trabajo, con 1 millón 697 mil pesos, y el Partido Verde, con 584 mil pesos.

La abanderada de la 4T cerró su precampaña en un magno evento con miles de simpatizantes en el Monumento a la Revolución, en la capital del país.

Estuvo acompañada de funcionarios, líderes morenistas e incluso de su exrival en la contienda interna de Morena, Marcelo Ebrard.

Al igual que en su último día de giras por el país, la precandidata morenista apostó por una estrategia con eventos masivos, a los que destinó 18 millones 408 mil pesos en gastos operativos.

De acuerdo con datos del Instituto Nacional Electoral (INE), al corte del 24 de enero la exjefa de Gobierno de la Ciudad de México destinó 12 millones 18 mil pesos a redes sociales, su segunda inversión más fuerte; seguido de la propaganda utilitaria, con 3 millones 32 mil pesos.

La propaganda utilitaria es aquella elaborada con material textil como banderas, gorras, camisas, playeras, chalecos, chamarras, sombrillas, paraguas y otros similares.

En promedio, la candidata morenista destinó 649 mil 677 pesos diarios a su precampaña.

**Oposición paga más en redes**

La presidenciable de la coalición

## Quién es quién

El INE dio a conocer el gasto que tuvieron en 60 días las cuatro personas que participaron en los procesos de precampaña para contender por la Presidencia.

### Gastos en precampaña

Millones de pesos

Xóchitl Gálvez  
**63.171**



Claudia Sheinbaum  
**38.980**



Samuel García  
**16.768**



Jorge Álvarez Máynez  
**2.849**



FOTOS: ARCHIVO EL UNIVERSAL

Fuerza y Corazón por México, Xóchitl Gálvez Ruiz, destinó la mayor parte de sus recursos a la propaganda en redes sociales, por la cifra de 23 millones 110 mil pesos.

En segundo lugar estuvo la propaganda en vía pública, como espectaculares y bardas, por 17 millones 616 mil pesos; mientras que a los gastos operativos para eventos destinó 14 millones.

Gálvez Ruiz eligió cerrar su pre-

campaña en Acámbaro, Guanajuato, bastión panista; estuvo descubierta por los líderes del PRI y PRD, Alejandro Moreno y Jesús Zambrano, siendo Marko Cortés el único dirigente que acudió al evento.

El PAN llevó la batuta en la repartición de recursos, aportando 40 millones 342 mil pesos (63.8%); siguió el PRI, con 18 millones (36%) y

en un porcentaje marginal el PRD, con apenas 71 mil 451 pesos.

La senadora con licencia gastó un promedio de 1 millón 52 pesos por día para la precampaña.

### Partidos deben aclarar gastos

Los gastos de Morena y PRI fueron mayores a los ingresos reportados para la precampaña, por lo que falta

aclarar el origen de este dinero ante la autoridad electoral.

En el caso de Morena, tiene un desbalance de 2 millones 299 mil 999 pesos por aclarar de la precampaña de Sheinbaum Pardo.

En tanto, el PRI tiene 4 millones 346 mil 436 pesos en gastos que no cuadran con el monto de ingresos para la promoción de Gálvez Ruiz.

## 19

**MILLONES 617 MIL 545 PESOS**  
gastó MC en las precampañas de Samuel García y Jorge Álvarez.

## 18

**MILLONES 408 MIL PESOS**  
destinó Sheinbaum Pardo a gastos operativos de eventos masivos.

## 23

**MILLONES 110 MIL PESOS**  
de la precampaña de Xóchitl Gálvez se invirtieron en redes sociales.

## 5.1

**MILLONES DE PESOS**  
gastó Samuel García en propaganda en redes sociales e internet.

### Las dos precampañas de MC

Movimiento Ciudadano reportó gastos de dos precandidatos tras el cambio de estrategia que tuvo que realizar para buscar la Presidencia de la República en 2024, situación que le quitó la posibilidad de promover a un candidato en casi todo el periodo de precampaña.

El primer precandidato fue Samuel García Sepúlveda, quien —tras 12 días de promoción— decidió bajarse de la contienda para permanecer en el gobierno de Nuevo León, pues de lo contrario quedaría como mandatario interino un funcionario afín al PRI.

En este corto periodo, García Sepúlveda gastó 16 millones 768 mil pesos, de los cuales 5.1 millones fueron para propaganda en internet y redes sociales, y 5 millones más para propaganda general.

El 9 de enero, con las precampañas en su recta final, Movimiento Ciudadano destapó a Jorge Álvarez Máynez como su precandidato único, quien apenas realizó un par de eventos, siendo su cierre de precampaña en Monterrey.

En 10 días, Álvarez Máynez destinó 2 millones 849 mil pesos a su precampaña; de estos, 907 mil pesos fueron para propaganda y 783 mil para propaganda utilitaria como camisas y gorras, entre otros distintivos para la militancia.

El partido político liderado por Dante Delgado Rannauro gastó un total de 19 millones 617 mil 545 pesos en ambas precampañas.

El Instituto Nacional Electoral deberá elaborar los dictámenes de las cifras finales de gastos de precampaña, así como las posibles infracciones por gastos no reportados u otras faltas, así como sus respectivas sanciones.

A partir del 19 de enero y hasta el 29 de febrero será el periodo de intercampaña, en el que los aspirantes no podrán hacer posicionamientos proselitistas y eventos, ni tampoco aparecer en spots. ●