



FB E INSTAGRAM

Marco Enríquez-Ominami encabeza gastos en publicidad política en Meta

Entre el 28 de junio y el 27 de julio, Marco Enríquez-Ominami lideró los gastos en publicidad en la plataforma Meta con \$10.392.698. Sin embargo, esta cifra representa una caída significativa respecto al periodo anterior (30 de mayo al 28 de junio), donde invirtió \$34.600.000, evidenciando una baja de \$24.207.302.

Desde 2020 a la fecha y la cuenta @marco-porchile (en Facebook e Instagram) ha invertido \$75.700.663.

En junio, aunque no participó en la primaria oficialista, ME-O superó la inversión que

hicieron los candidatos Carolina Tohá (SD, \$17.800.00), Gonzalo Winter (FA, \$14.300.00), Jaime Mulet (FRVS, \$8.530.000) y Jeannette Jara (PC, \$4.280.000). Abandera- dos que ya no aparecen invirtiendo en el mes de julio en la plataforma Meta.

En los últimos 30 días, a Enríquez-Ominami le sigue la Fundación Ciudadanos en Acción, con \$7.738.713, y la Asociación de Aseguradores de Chile, con \$5.264.008; la Cámara Chilena de la Construcción (\$4.613.808) y Enrique Lee SALUD (independiente), quien redujo su gasto de \$4.550.000



a \$3.954.607.

El diputado Jorge Brito (FA) aparece por primera vez en el registro con \$3.884.676, mientras que José Toro Kemp (secretario general del PPD) incrementó su gasto desde \$2.720.000 a \$3.122.556.