



H. Cámara de Diputados de la Nación

Proyecto de Resolución

La Honorable Cámara de Diputados de la Nación Argentina resuelve

Solicitar al Poder Ejecutivo Nacional, en los términos del artículo 100, inciso 11, de la Constitución Nacional y del artículo 204 del Reglamento la Honorable Cámara de Diputados de la Nación, que por intermedio de Horacio Marin, Director Ejecutivo de Yacimientos Petrolíferos Fiscales S.A, informe de manera precisa y detallada acerca del gasto en publicidad de la empresa. En particular:

1. ¿Cuál fue el gasto total destinado a publicidad (tradicional y no tradicional) por YPF S.A. en los ejercicios fiscales 2024 y 2025? Para el ejercicio en curso, detalle el gasto anual presupuestado y el gasto ejecutado hasta julio de 2026.
2. ¿Quiénes son los proveedores de servicios de publicidad tradicional y no tradicional contratados por la empresa YPF S.A. en los ejercicios 2024, 2025 y en 2026? En cada caso indique nombre de la empresa, medio, productora, canal de streaming, radio u otro, el monto, el objeto y el plazo de contratación asignado para cada uno de estos proveedores.
3. ¿Cuáles son los criterios utilizados por YPF S.A. para la distribución de los recursos asignados a publicidad (tradicional y no tradicional) en los ejercicios 2024, 2025 y en lo ejecutado en 2026?
4. ¿Qué evaluación se hizo de las publicidades realizadas en el periodo 2024 y 2025? Especifique el nivel de cumplimiento de los objetivos, resultados de las



H. Cámara de Diputados de la Nación

estrategias e indicadores claves de rendimiento (KPI's), y cualquier otro indicador de resultado relevante para la evaluación del gasto.

5. ¿Cuál es el plan de publicidad de YPF S.A. correspondiente al 2026? Especifique sus objetivos, estrategias y KPI's (indicadores claves de rendimiento) .
6. ¿Qué análisis de riesgos realiza YPF S.A. para el diseño y ejecución de su política de publicidad y comunicación? Detalle la metodología utilizada, los tipos de riesgos a considerar y los resultados esperados.
7. ¿Cuáles son los avances en la implementación de la Política Anticorrupción para Socios de Negocios de la empresa, en relación con los proveedores de servicios de publicidad y comunicación contratados por YPF S.A.? Detalle qué porcentaje de los proveedores han adherido a esta política en los últimos tres años, y si se han llevado a cabo auditorías o procedimientos de control para verificar su cumplimiento, y en su caso con qué resultados han concluido.

MARIA TERESA GARCÍA



H. Cámara de Diputados de la Nación

FUNDAMENTOS

Señor presidente:

En los últimos meses, distintas investigaciones periodísticas y organizaciones de la sociedad civil dedicadas al monitoreo de la transparencia pública han puesto en evidencia que el Poder Ejecutivo Nacional pese a su consigna de “pauta cero”, no ha eliminado la publicidad oficial, sino que ha modificado la forma de administrarla. El gobierno trasladó la pauta oficial desde la órbita del Estado nacional y la administración pública centralizada, hacia empresas con participación estatal mayoritaria, entre ellas YPF S.A., el Banco Nación de la República Argentina y Aerolíneas Argentinas. Esta nueva modalidad de pauta oficial permite sostener, e incluso incrementar, la inversión publicitaria estatal por fuera de los mecanismos de control y publicidad que rigen en la administración centralizada, habilitando un drenaje de recursos opaco y de difícil acceso para el control ciudadano y/o parlamentario.

El diario Perfil y la organización Chequeado han revelado que Y.P.F. S.A ha destinado aproximadamente 8.800 millones de pesos a publicidad y propaganda en 2023; 97.000 millones en 2024; y 128.000 millones en 2025. Para ser más precisos, en el primer trimestre de 2025 YPF realizó el mayor desembolso en publicidad desde la reestatización de la compañía en 2012 por el gobierno de Cristina Fernandez de Kirchner, aumentando el gasto publicitario en un 55% con respecto al 2024¹².

¹<https://chequeado.com/investigaciones/en-el-primer-semester-de-2025-ypf-aumento-54-real-sus-gastos-en-pauta-publicitaria/>

²<https://noticias.perfil.com/noticias/politica/plan-buenas-noticias-la-pauta-de-ypf-subio-a-us-73-millones-en-2025.phtml>



H. Cámara de Diputados de la Nación

La magnitud del gasto no es un detalle menor, pero lo verdaderamente preocupante es la falta de transparencia en su distribución. Desde septiembre de 2024 el Centro de Datos de la organización Chequeado ha solicitado en varias oportunidades a YPF S.A. el detalle de los medios de comunicación, plataformas digitales y agencia que reciben su pauta publicitaria, pedido que la empresa ha rechazado aduciendo no estar sujeta a la Ley N°27.725 de Acceso a la Información Pública, en su carácter de sociedad anónima. Con posterioridad a este reclamo, la Agencia de Acceso a la Información Pública (AAIP) falló a favor de Chequeado y ordenó a la compañía YPF S.A. responder la información solicitada, citando como antecedente el caso "Giustiniani", en el que la Corte Suprema de Justicia de la Nación rechazó que se utilizara la naturaleza societaria de YPF S.A. para sustraerla de sus obligaciones de acceso a la información con jerarquía constitucional³. Pese a ello, la empresa no dio cumplimiento a la resolución, lo que derivó en una acción de amparo que fue rechazada en primera y en segunda instancia. Actualmente, Chequeado y la Fundación Poder Ciudadano tramitan un recurso extraordinario para que la Corte Suprema de Justicia de la Nación se expida sobre la obligación de YPF S.A. de transparentar su pauta publicitaria, mientras que la propia AAIP ubicó a la compañía en el puesto 77 sobre 100 de su ranking de transparencia⁴⁵.

Estas irregularidades se agravan ante los serios indicios de un manejo discrecional de la pauta publicitaria con fines de disciplinamiento mediático por parte de la empresa. Un ejemplo de ello es el caso de Radio Jai. La emisora debió cerrar en junio del corriente año luego de que su dueño difundiera una fotografía del entonces Jefe de Gabinete de Ministros y vocero presidencial, Manuel Adorni, junto a su esposa, Bettina Angeletti, y una comitiva oficial en un viaje a Nueva York. La

³<https://www.marval.com/publicacion/la-corte-suprema-de-justicia-de-la-nacion-declaro-aplicable-el-reglamento-de-acceso-a-la-informacion-publica-a-ypf-12710?lang=es>

⁴<https://www.perfil.com/noticias/politica/chequeado-va-a-la-corte-para-que-ypf-informe-como-distribuye-la-pauta-publicitaria-y-perfil-pedira-sumarse-a-la-causa-como-amicus-curiae.phtml>

⁵<https://chequeado.com/investigaciones/ypf-mantuvo-practicamente-sus-gastos-en-publicidad-en-2025-y-destino-casi-129-mil-millones/>



H. Cámara de Diputados de la Nación

publicación dio origen a un escándalo político y mediático en torno a los gastos vinculados con ese viaje. Con posterioridad a la publicación, el propietario de la emisora manifestó que “la pequeña pauta que teníamos de YPF desapareció. Hicimos gestiones por la misma y el Banco Nación sin recibir respuesta alguna”⁶.

El manejo discrecional de fondos de la petrolera estatal se extiende también a otros planos, no solo a la contratación de publicidad. También se encuadran bajo este manejo espurio y evidencian un profundo conflicto de interés los contratos celebrados entre la empresa y Bettina Angeletti, esposa del ex Jefe de Gabinete de Ministros y ex Director de YPF S.A. en representación del Estado Nacional, Manuel Adorni. Este contrato salió a la luz en el marco de las investigaciones de la causa por enriquecimiento ilícito que enfrenta el ex jefe de Gabinete. La consultora “+Be” de la que Angeletti es titular habría percibido pagos por la prestación de servicios de capacitación y coaching empresarial contratados por National Shipping S.A., firma que mantiene desde hace años contratos de transporte de hidrocarburos con YPF S.A. A raíz de estos hechos, la Justicia Federal impulsó una investigación tendiente a determinar el alcance de dicha relación comercial y a verificar la existencia de eventuales conflictos de intereses, requiriendo documentación a las empresas involucradas.

Es por ello que ante las implicancias éticas y presupuestarias que conlleva el uso discrecional de fondos de empresas públicas, en este caso YPF S.A. así como de la falta de precisiones sobre el criterio de distribución de dichos recursos, sumados a los antecedentes negativos de la empresa respecto al cumplimiento de las resoluciones de la Agencia de Acceso a la Información Pública, se solicita al Poder Ejecutivo Nacional, que por intermedio de Horacio Marín, Director Ejecutivo de Yacimientos Petrolíferos Fiscales S.A., brinde información detallada sobre gasto presupuestado en publicidad oficial tradicional y no tradicional, el gasto ejecutado, el listado exhaustivo de proveedores, medios y plataformas contratados, la

⁶https://www.clarin.com/politica/historia-foto-retrato-esposa-adorni-viajado-comitiva-milei-nueva-york_0_9c9DD0ColB.html



H. Cámara de Diputados de la Nación

metodología, planes de análisis de riesgos y la política anticorrupción de la empresa en relación con los proveedores de servicios contratados.

Por todo lo expuesto, solicito a mis pares me acompañen para la aprobación del presente pedido de informe.

MARIA TERESA GARCÍA