



INFORME FINAL DE  
AUDITORIA

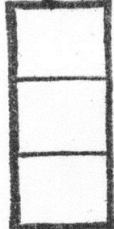
Proyecto N° 5.15.05

**GASTOS DE CAMPAÑA JEFE  
DE GOBIERNO  
(SEGUNDA VUELTA)**

Período 2015

Buenos Aires, Noviembre 2015

AGCBA



Departamento Actuaciones Colegiadas  
**INFORME FINAL**  
de la  
Auditoría Gral. de la Ciudad de Bs. As.

# AUDITORIA GENERAL DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Av. Corrientes 640 - 5to. Piso  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

## PRESIDENTE:

Lic. Cecilia Segura Rattagan

## AUDITORES GENERALES:

Dr. Santiago M. De Estrada

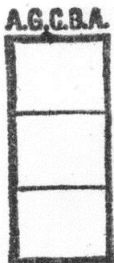
Ing. Facundo Del Gaiso

Lic. Eduardo Epszteyn

Dr. Alejandro G. Fernández

Ing. Adriano E. Jaichenco

Dra. María Victoria Marcó



Nombres de los Proyectos: Gastos de Campaña Jefe de Gobierno- (Segunda Vuelta)

Códigos de Proyecto: 5.15.05

Período bajo examen: Año 2015

Trabajos de campo: 06 de Julio de 2015 al 19 de octubre de 2015.

Equipo designado:

Directores de Proyecto: Dr. Ricardo González Dorfman  
Lic. Javier Gasparian  
Lic. Damián Carlos Morán

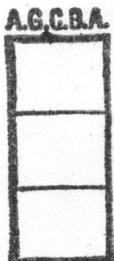
Objeto: Partidos y Alianzas que participen en la segunda vuelta para la elección del Jefe de Gobierno.

Objetivo: Examinar la adecuación legal y financiera de los ingresos y gastos de la campaña electoral para la segunda vuelta en la elección del Jefe de Gobierno.

Jurisdicción: 26 Ministerio de Justicia y Seguridad

Unidad Ejecutora: 799 Dirección General Electoral

Programa Presupuestario: 26 Ministerio de Justicia y Seguridad – Programa 22 – “Gestión Electoral” – Inciso 5, Principal 3, Parcial 4: Transferencias a Otras Instituciones Públicas Nacionales \$213.042.040,00.-



**INFORME FINAL DE AUDITORIA  
GASTOS DE CAMPAÑA  
JEFE DE GOBIERNO (SEGUNDA VUELTA)  
PROYECTOS N° 5.15.05**

**DESTINATARIO**

Señora  
Presidenta de la  
Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
Lic. María Eugenia Vidal  
S            /            D

En uso de las facultades conferidas por el Art. 135° de la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y de conformidad con las disposiciones de la Ley N° 70, artículos 131°, 132° y 136°, esta Auditoría General procedió a efectuar un examen sobre el cumplimiento de las prescripciones de la Ley N° 268 de Regulación y Financiamiento de Campañas Electorales.

I. **OBJETO**

Partidos y Alianzas que participen en la segunda vuelta para la elección del Jefe de Gobierno.

II. **OBJETIVO**

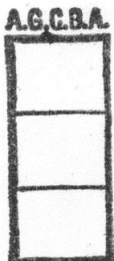
Examinar la adecuación legal y financiera de los ingresos y gastos de la campaña electoral para la segunda vuelta en la elección del Jefe de Gobierno.

III. **ALCANCE DEL EXAMEN**

El examen fue realizado de conformidad con las Normas de Auditoría Externa de la Auditoría General de la Ciudad de Buenos Aires, lo establecido en el art. 6° de la Ley N° 325 de la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las Pautas aprobadas por el Colegio de Auditores para la presentación de los Informes por las distintas formaciones políticas que participaron en la elección.

**Procedimientos aplicados**

Las verificaciones de la documentación rendida se han realizado sobre copias diligenciadas de los informes presentados y sobre la documentación original de respaldo obrante en poder de las formaciones políticas



El análisis de los recursos de la campaña ha alcanzado a los aportes públicos aplicados a la misma, los aportes privados, los recursos propios del partido y los préstamos recibidos. Se analizó la adecuación de las rendiciones presentadas en cuanto al cumplimiento del límite máximo establecido en el art. 14<sup>o1</sup> de la Ley N° 268 para los aportes privados y en cuanto a la no recepción de aportes anónimos y/o de personas jurídicas (art. 15<sup>o</sup>, Ley N° 268).

A los efectos de facilitar el análisis de los gastos electorales, se dispuso que la rendición que debían presentar los diversos Partidos Políticos estuviera dividida en cinco categorías:

- A. Gastos por Propaganda Gráfica en vía pública.
- B. Gastos en Medios de Comunicación Social (Subdividido en 1, 2, 3, 4 y 5).
- C. Gastos destinados a locaciones de servicios y/o alquileres de bienes muebles y/o Inmuebles.
- D. Gastos de Impresión de Boletas
- E. Otros Gastos que pueden incluir, por ejemplo, empresas y/o personas físicas contratadas como proveedoras de servicios de comidas, medios de transporte, gastos realizados en concepto de viáticos, refrigerios, comidas, reintegros de gastos en telefonía, u otros realizados con motivo y ocasión de la campaña electoral.

Se analizó, conforme las declaraciones presentadas por los diferentes Partidos, el encuadre de los gastos dentro del lapso de campaña. Se verificó, asimismo, el encuadre de los gastos denunciados dentro del límite máximo de gastos electorales determinado por el art. 8° de la Ley N° 268<sup>2</sup>.

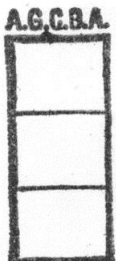
A efectos de confirmar la información suministrada por las distintas formaciones políticas respecto de los gastos de campaña, -además del examen

<sup>1</sup> El que fuera modificado por el art. 6° de la Ley N° 3803/11 estableciendo que "El límite a los aportes de las personas físicas para las campañas electorales no podrá superar el uno por ciento (1%) del límite de gastos establecido en el Artículo 8."

<sup>2</sup> El art. 1° de la Ley 3803/11 modifica el Artículo 8° estableciendo que "Los Partidos políticos, Alianzas y Confederaciones, pueden realizar gastos destinados a la campaña electoral por una suma máxima para cada categoría que en ningún caso supere el monto de 1,40 Unidades Fijas (U.F.) establecidas anualmente en el Presupuesto General de Gastos y Cálculo de Recursos, por cada elector/a empadronado/a para votar en esa elección. La suma máxima es aplicable a cada lista oficializada con independencia de quien efectúe el gasto.

Cuando la convocatoria electoral incluya más de una categoría, el tope del gasto es acumulativo. Cuando un Partido, Alianzas o confederación se presente para una sola categoría y adhiera a otro Partido, Alianzas o confederación para una categoría distinta, dicha adhesión recibirá el tratamiento de Alianzas a los efectos del límite fijado en el presente artículo.

En el supuesto previsto en el segundo párrafo del Artículo 96 de la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires, el gasto máximo de la segunda campaña no puede superar el monto de 1,30 Unidades Fijas (U.F.) establecidas anualmente en el Presupuesto General de Gastos y Cálculo de Recursos, por elector/a y por cada una de las fórmulas."



de la documentación respaldatoria- se procedió a solicitar información a los principales proveedores de bienes y servicios denunciados por cada Partido.

En igual sentido, se solicitó información sobre publicidades realizadas a diarios, canales de televisión, radios y consultoras.

Se contrató, asimismo, un seguimiento privado de publicidades políticas en canales de televisión y emisoras de radio durante la campaña.

Se ejecutó un relevamiento fotográfico de afiches en vía pública.

Se realizaron consultas en la página web del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Se efectuaron consultas en la página web del Tribunal Superior de Justicia de la Ciudad de Buenos Aires.

Se llevó a cabo una revisión del proceso de liquidación y pago de los Aportes Públicos previstos en los artículos 9º y 10º de la Ley Nº 268<sup>3</sup> en la

<sup>3</sup> Los que fueron modificados por la Ley Nº 3803/11 quedando redactados del siguiente modo:

*“Artículo 9º.- La Ciudad contribuye al financiamiento de la campaña electoral de los Partidos, Alianzas y confederaciones destinando a tal efecto el monto de 1,70 Unidades Fijas (U.F.) establecidas anualmente en el Presupuesto General de Gastos y Cálculo de Recursos, para cada categoría por cada elector/a empadronado/a para votar en esa elección.”*

*“Artículo 10.- El monto, al que se hace referencia en el artículo anterior, se distribuye entre los Partidos, Alianzas y confederaciones que oficialicen candidaturas del siguiente modo:*

*1.- Para la categoría de Jefe/a y Vicejefe/a de Gobierno y Legisladores/as:*

*a. De 1,70 Unidades Fijas (U.F.) para cada categoría por cada voto obtenido en la última elección de legisladores/as. Si la lista hubiese sido presentada por una Alianzas, el importe correspondiente se distribuirá entre los Partidos o confederaciones que la integran, conforme al convenio celebrado entre éstos.*

*b. Las agrupaciones políticas que carezcan de referencia electoral recibirán el mismo aporte que perciba aquel Partido, Alianzas o confederación que haya registrado el menor caudal electoral en la elección de Legisladores/as de la última elección.*

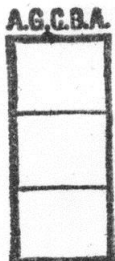
*c. El remanente será distribuido en forma igualitaria entre todos los Partidos que participen en la elección.”*

*2.- Para la categoría de miembros de las Juntas Comunales:*

*a. El monto establecido en el Artículo 9 se distribuirá entre las 15 Comunas en proporción a la cantidad de electores habilitados para votar en cada una de las Comunas en que se encuentra dividida la Ciudad.*

*b. Efectuada tal operación, se tomará a cada Comuna como distrito único y se distribuirá a cada agrupación política que hubiere oficializado Listas el importe que resulte de multiplicar el monto de 1,70 Unidades Fijas (U.F.) por la cantidad de votos que el Partido hubiera obtenido en la última elección de miembros de autoridades a las Juntas Comunales de ese distrito. Si la lista hubiese sido presentada por una Alianzas, el importe correspondiente se distribuirá entre los Partidos o confederaciones que la integren, conforme al convenio celebrado entre éstos.*

*c. Las agrupaciones políticas que carezcan de referencia electoral recibirán, en relación a cada Comuna, el mismo aporte que perciba aquella agrupación política que haya registrado el menor caudal electoral en la última elección.*



Contaduría General y la Tesorería General de la Ciudad de Buenos Aires. La verificación se realizó sobre cada uno de los expedientes en los que se dispuso la correspondiente transferencia.

### Limitaciones al alcance

La circularización realizada a los proveedores de los partidos políticos durante la campaña, sólo ha contado, hasta la fecha de emisión del presente informe, con una respuesta del 20.69% (6 sobre 29) de los consultados, en razón del carácter no obligatorio que la misma reviste.

|               | Cantidad de Proveedores Circularizados |
|---------------|----------------------------------------|
| No Contestó   | 23                                     |
| No localizado | -                                      |
| Sí Contestó   | 6                                      |
| <b>Total</b>  | <b>29</b>                              |

Si tomamos el universo de los montos involucrados en los informes de los Partidos Políticos, se circularizó sobre el 97.50% y se obtuvo respuesta sobre 56.41%.

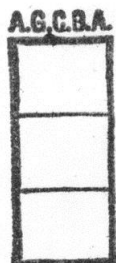
Un resumen de los resultados obtenidos por este procedimiento es el siguiente:

| Circularizado              | Cantidad de Proveedores | Resultado |
|----------------------------|-------------------------|-----------|
| No contestó                | \$3.554.612.90          | 43.59%    |
| No localizado              | \$ 00.00                | 0.00%     |
| Sí contestó                | \$4.600.000.00          | 56.41%    |
| <b>Total Circularizado</b> | <b>\$8.154.612.90</b>   |           |
| <b>Total Gastado</b>       | <b>\$8.363.804.45</b>   |           |

## IV. ACLARACIONES PREVIAS

### Segunda vuelta electoral

*d. El remanente de cada Comuna será distribuido en forma igualitaria entre todos los Partidos que participen en la elección."*



Por medio del **Decreto N° 530/14** (29/12/14) el Jefe de Gobierno de la Ciudad convocó a elecciones para Jefe/a y Vicejefe/a de Gobierno, 30 (treinta) Diputados/as y 10 (diez) suplentes, y 7 (siete) miembros titulares y 4 (cuatro) miembros suplentes que deben integrar cada una de las 15 (quince) Juntas Comunales, a realizarse el día 05 de julio de 2015.

En caso de resultar necesaria la realización de una segunda vuelta para la definición de la elección de Jefe/a y Vicejefe/a de Gobierno, se fijó la fecha para el 19 de julio de 2015.

Las dos fórmulas que participaron en la mencionada segunda vuelta electoral fueron Horacio Rodríguez Larreta – Diego César Santilli (Alianza Unión Propuesta Republicana) y Martín Lousteau – Fernando Sánchez (Alianza Energía Ciudadana Organizada).

Conforme las prescripciones de la Ley N° 268, ambas fuerzas debían presentar un Informe Final de Cuentas a los 30 (treinta) días de realizada la elección, lo cual fue cumplido en término.

### **Padrón de Electores**

A los efectos del cálculo del límite máximo de gastos electorales (art. 8° de la Ley N° 268) y del aporte público global (art. 9° de la Ley N° 268), se ha utilizado el número definitivo de 2.555.967 electores empadronados para esta elección, informados por el Tribunal Superior de Justicia de la Ciudad de Buenos Aires.

### **Límite de gastos**

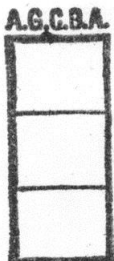
El art. 8° de la Ley N° 268, modificado por la Ley N° 3803/11 establece que: *“En el supuesto previsto en el segundo párrafo del Artículo 96° de la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires, el gasto máximo de la segunda campaña no puede superar el monto de 1,30 Unidades Fijas (U.F.) establecidas anualmente en el Presupuesto General de Gastos y Cálculo de Recursos, por elector/a y por cada una de las fórmulas.”*

$$1,30 \times \$2 \times 2.555.967 = \underline{\underline{\$6.645.514,20}}$$

Se ha verificado, en las rendiciones presentadas por cada formación política, si se ha superado o no el límite máximo de gastos.

### **El aporte público**

La Ley N° 3803 sustituyó el Artículo 13° de la Ley N° 268 por el siguiente: *“En el supuesto previsto en el último párrafo del Artículo 96° de la Constitución, la Ciudad contribuye al financiamiento de la campaña electoral de las dos formulas*



que compiten, destinando a tal efecto el monto de 1 Unidad Fija (U.F.) establecida anualmente en el Presupuesto General de Gastos y Cálculo de Recursos por cada elector/a empadronado/a para votar en esa elección. La distribución se hace del siguiente modo:

a. El monto de 1 Unidad Fija (U.F.) establecida anualmente en el Presupuesto General de Gastos y Cálculo de Recursos por cada voto obtenido, en la primera vuelta por cada formula.

b. El remanente, en forma igualitaria entre las dos formulas.”

Conforme a lo reseñado previamente, utilizando el número **definitivo** de electores empadronados para votar en esta elección, se determinó el monto total a distribuir del aporte público correspondiente:

$$1 \times \$2,00 \times 2.555.967 \times 1 = \underline{\underline{\$5.111.934,00}}$$

### El aporte privado

El artículo 14° de la Ley N° 268 señalaba: “Los aportes de las personas físicas para campañas electorales no podrán superar los pesos veinte mil (\$20.000.-) por campaña”.

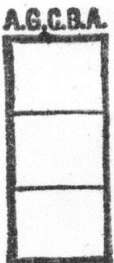
La Ley N° 3803 del año 2011 modificó el artículo 14° estableciendo que: “El límite a los aportes de las personas físicas para las campañas electorales no podrán superar el uno por ciento (1%) del límite de gastos establecido en el Artículo 8°.”

Tal como se señalara en el apartado “Límite de Gastos”, el tope por categoría conlleva que el límite de aportes por categoría sea:

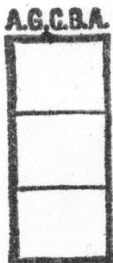
Por una categoría:

$$1,3 \times \$2,0 \times 2.555.967 = \$6.645.514.20 \times 1\% = \underline{\underline{\$66.455.14}}$$

Asimismo en su artículo 15° prescribía: “Todos aquellos aportes que no provengan del financiamiento público sólo podrán ser realizados por personas físicas, argentinas o extranjeras que tengan residencia en el país, quedando prohibidos los aportes anónimos y aquellos que provengan de personas jurídicas”.



# ANÁLISIS DE LOS INFORMES PRESENTADOS POR LAS ALIANZAS



## Lista N° 700

### Alianza: ECO – Energía Ciudadana Organizada

#### ACLARACIONES PREVIAS

#### INDICE

- I. Dirección General Electoral, Ministerio de Justicia y Seguridad, Contaduría y Tesorería
- II. Cuenta bancaria Banco Ciudad
- III. Informe Preliminar
- IV. Informe Final
- V. Comparativo Informes Final y Preliminar

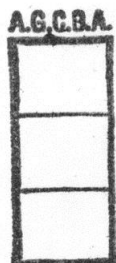
I. Dirección General Electoral (DGELEC), Ministerio de Justicia y Seguridad (MJYSGC), Dirección General de Contaduría (DGCG) y Dirección General de Tesorería (DGTES).

La DGELEC caratuló el Expediente N° EX-2015-19113399-MGEYA-DGELEC para la constatación de documentación y datos para el requerimiento de Fondos de Campaña con fecha 13 de julio de 2015.

El resumen del expediente en función de los organismos participantes se muestra en los siguientes cuadros:

La información reunida por la DGELEC, es la siguiente:

| Concepto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Presenta   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Solicitud de caratulación del Expediente EX-2015-19113399-MGEYA-DGELEC.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 13/07/2015 |
| Providencia N° PV-2015-19113697-DGELEC pase de auxiliar administrativo de la DGELEC a Fernanda Varela (Asesora Legal de la DGELEC).                                                                                                                                                                                                                                                                          | 13/07/2015 |
| Acordada electoral 19/2015 del TSJ donde <b>Declara la validez</b> de la elección del día 5 de julio de 2015, cuyos resultados obran en las planillas que integran el Anexo I. <b>Proclamar</b> a las fórmulas integradas por Horacio Rodríguez Larreta y Diego César Santilli, por un lado, y la de Martín Lousteau y Fernando Sánchez, por el otro, como las dos más votadas y con derecho a participar en | 13/07/2015 |



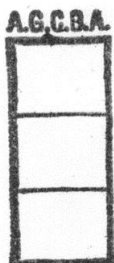
| Concepto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Presenta   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| la elección del día 19 de julio de 2015.<br><b>Proclamar</b> diputados y diputadas a las personas que se individualizan en el Anexo II que integra la presente acordada.<br><b>Proclamar</b> integrantes de las Juntas Comunales a las personas que se individualizan en el anexo III que integra la presente acordada.<br><b>Mandar</b> que se registre, se notifique a las agrupaciones políticas que participaron en la elección, se comuniquen al Sr. Jefe de Gobierno, a la Legislatura de la Ciudad, a la Procuración General de la Ciudad, y al Sr. Fiscal General, mediante oficio de estilo, se libren las restantes comunicaciones que correspondan y se publique en el Boletín Oficial y en el sitio web del Tribunal. |            |
| Nota de ECO para solicitar aporte público dando información de la cuenta bancaria, a saber: Cuenta del Banco Ciudad, N°30.703/3, Sucursal 111. CDI 30-71478125-8. CBU 02900001-0000000307033-2. La nota está firmada por responsable económico de la Alianza ECO. Recibida el 10/07/2015.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 10/07/2015 |
| Informe N° IF-2015-19178261-DGELEC de fecha 13/07/2015 de la DGTAL del MJYSGC estableciendo los montos a depositar. Está dirigida al DG de la DGELEC.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 13/07/2015 |

La intervención del MJYSGC es la siguiente:

| Fecha      | Concepto                                                                                                                                                                 |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 14/07/2015 | Pase de la DGELEC al MJYS para su tramitación.                                                                                                                           |
| 15/07/2015 | Resolución N° 632 por el aporte.                                                                                                                                         |
| 15/07/2015 | PV 2015-19289714 de María Eugenia Paredes DG de la DGTALMJYSGC para Federico Oberti Gerente Operativo OGESE de la DGTALMJYSGC. Motivo: pase para prosecución de trámite. |
| 15/07/2015 | Afectación preventiva. Solicitud del Gasto de fecha 15/07/2015 firmada por Federico Oberti Gerente Operativo OGESE de la DGTALMJYSGC.                                    |
| 15/07/2015 | Compromiso Definitivo N° 777.259/15 y Devengado por Transferencia N° 777.259/15.                                                                                         |

La intervención de la DGCG es la siguiente:

| Fecha      | Concepto                                                                                                                                                                     |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15/07/2015 | Informe N° IF-2015-19311278 de Federico Oberti Gerente Operativo OGESE de la DGTALMJYSGC. Para la DGC. Motivo: Visto la Resolución N° 632/MJYSGC/15 obrante en los presentes |



| Fecha      | Concepto                                                                                                                                                                                            |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|            | actuados, se remite en prosecución del trámite, adjuntándose los formulario C35 y el devengado correspondiente.                                                                                     |
| 15/07/2015 | Providencia N° PV-2015-19312310-DGCG de Federico Oberti Gerente Operativo OGESE de la DGTALMJYSGC, para DGCG-109. Motivo: para su prosecución.                                                      |
| 15/07/2015 | Providencia N° PV-2015-19318006-DGCG de analista liquidador de la DGC (SSGAE), para DGCG-502 (Archivo). Motivo: C41 150498/2015.                                                                    |
| 17/07/2015 | Providencia N° PV-2015-19468991-DGCG de analista liquidador de la DGC (SSGAE), para DGCG-187 (Archivo). Motivo: C41 150498/2015.                                                                    |
| 24/07/2015 | Providencia N° PV-2015-19969882-DGCG de asistente técnico de la DGC (SSGAE), para DGCG-187/15 (Archivo). Motivo: Se remite para su archivo por el término de 10 años vencimiento en julio del 2025. |

La intervención de la DGTES es la siguiente:

La Tesorería ha informado respecto a la acreditación de los fondos lo siguiente:

| Partido Político | Número de Orden de Pago | Fecha de Pago | Planilla | N° de Cuenta | Monto        |
|------------------|-------------------------|---------------|----------|--------------|--------------|
| Alianza ECO      | 150498                  | 15/07/2015    | 10294    | 30703/3      | 2.188.931,00 |

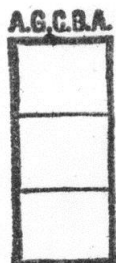
## II. Cuenta Bancaria Banco Ciudad

El Depósito del Aporte Público se efectuó con fecha 15 de julio de 2015 por un monto de \$ 2.188.931,00, en la cuenta N° 30703/3 del Banco ciudad Sucursal N° 111 perteneciente a la Alianza ECO – Energía Ciudadana Organizada.

## III. Informe Preliminar

La Alianza presentó el Informe Preliminar establecido por el art. 17 inc. a) de la Ley N° 268 a término el 14 de Julio de 2015 firmado por el apoderado de la Alianza y el responsable económico financiero.

El detalle del **ITEM I- PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS PREVISTOS HASTA LA FINALIZACIÓN DE CAMPAÑA**, es el siguiente:



## INGRESOS

| INGRESOS TOTALES ESTIMADOS         | JEFE DE GOBIERNO    | TOTAL               |
|------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Aporte Público                     | 2.188.931,00        | 2.188.931,00        |
| Aportes Privados                   | -                   | -                   |
| <b>Total de Ingresos Estimados</b> | <b>2.188.931,00</b> | <b>2.188.931,00</b> |

## GASTOS

| GASTOS TOTALES ESTIMADOS                                             | JEFE DE GOBIERNO    | TOTAL               |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Propaganda Gráfica                                                   | 100.000,00          | 100.000,00          |
| Medios de Comunicación Social                                        | 1.800.000,00        | 1.800.000,00        |
| Locaciones de Servicios y/o Alquiler de Bienes Muebles y/o Inmuebles | 100.000,00          | 100.000,00          |
| Otros Gastos                                                         | 188.931,00          | 188.931,00          |
| <b>Total de Gastos Estimados</b>                                     | <b>2.188.931,00</b> | <b>2.188.931,00</b> |

## IV. Informe Final

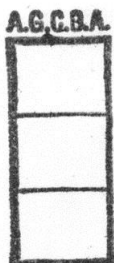
La Alianza presentó el Informe Final establecido por el art. 17 inc. b) de la Ley N° 268 el 2 de septiembre de 2015, a término. Firmado por el Contador Certificante, el Apoderado de la Alianza y el Responsable Económico y Financiero.

## ITEM IV RESUMEN DE INGRESOS Y GASTOS

En el Informe Final de Cuentas de la Alianza denunció:

## INGRESOS

| ITEM II | CONCEPTO                 | JEFE DE GOBIERNO    | TOTAL               |
|---------|--------------------------|---------------------|---------------------|
|         | Aporte Público           | 2.188.931,00        | 2.188.931,00        |
|         | Aportes Privados         | 5.000,00            | 5.000,00            |
|         | <b>Total de Ingresos</b> | <b>2.193.931,00</b> | <b>2.193.931,00</b> |



## GASTOS

| ITEM II | CONCEPTO                                                             | JEFE DE GOBIERNO    | TOTAL               |
|---------|----------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| A       | Propaganda Gráfica                                                   | 212.381,17          | 212.381,17          |
| B       | Medios de Comunicación Social                                        | 1.927.231,73        | 1.927.231,73        |
| C       | Locaciones de Servicios y/o Alquiler de Bienes Muebles y/o Inmuebles | 40.627,06           | 40.627,06           |
| E       | Otros Gastos                                                         | 13.415,59           | 13.415,59           |
|         | <b>Total de Gastos</b>                                               | <b>2.193.655,55</b> | <b>2.193.655,55</b> |

## ITEM II INGRESOS

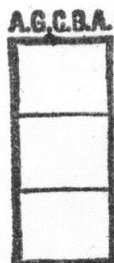
### A. Aporte Público

El aporte público correspondiente a la Alianza ECO-ENERGIA CIUDADANA ORGANIZADA fue aprobado por la Resolución N° 632/MJYSGC/15 de fecha 15 de julio de 2015, con el siguiente detalle:

| Partido                                 | Ley 268 artículo 10 punto 1, inciso a) | Ley 268 artículo 10 punto 2, incisos a) y b) | Ley 268 artículo 10 punto 1 inciso c) y punto 2 inciso d) | Categoría        |
|-----------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------|
| ECO- Energía Ciudadana Organizada       | 2.188.931                              | -                                            | -                                                         | Jefe de Gobierno |
| <b>Total</b>                            | <b>2.188.931</b>                       | <b>-</b>                                     | <b>-</b>                                                  |                  |
| <b>Total a Depositar Aporte Público</b> |                                        | <b>2.188.931</b>                             |                                                           |                  |

El monto fue depositado en la Cuenta Corriente Especial N°30703/3, del Banco Ciudad de Buenos Aires, Sucursal N° 111 de titularidad de la Alianza ECO.- Energía Ciudadana Organizada

De la documentación bancaria exhibida por la Alianza en el Informe Final permitió verificar el depósito del aporte público el 15 de julio de 2015 en la Cuenta Corriente Especial N° 30703/3, del Banco Ciudad de Buenos Aires, Sucursal N° 111 de titularidad de la Alianza ECO.



## B. Aportes Privados

La Alianza declara en su el Informe Final la existencia de Aportes Privados.

Los mismos están respaldados con 1(un) recibo oficial de Eco - Energía Ciudadana Organizada. Se emitió el recibo el N° 0001-00000300 de fecha 19 de Agosto del 2015 por un monto total de \$ 5.000,00

La cantidad de aportantes es uno.

El recibo N° 0001-00000299 de \$ 2.188.931.00 corresponde a la recepción del aporte público por dicho importe.

## C. Préstamos

En su Informe Final la Alianza no declara préstamos.

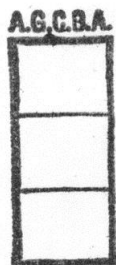
## ITEM III. GASTOS

Los gastos denunciados por categoría no superan los topes establecidos en el artículo 8 de la Ley N° 268 modificado por el artículo 1 de la ley 3803/2011.

De la compulsa de la documentación respaldatoria de los gastos declarados surge:

| ITEM III | Concepto                                                             | Comprobantes con observaciones | Comprobantes sin observaciones | Total de comprobantes | Porcentaje con observaciones /ITEM III |
|----------|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-----------------------|----------------------------------------|
| A        | Propaganda grafica en vía publica                                    | 2                              | 1                              | 3                     | 66,67%                                 |
| B        | Medios de comunicación social                                        | 2                              | 2                              | 4                     | 50,00%                                 |
| C        | Locaciones de servicios y/o alquiler de bienes muebles y/o inmuebles | 3                              | -                              | 3                     | 100,00%                                |
| E        | Otros gastos                                                         | -                              | 1                              | 1                     | 0,00%                                  |
|          | <b>TOTAL DE COMPROBANTES</b>                                         | <b>7</b>                       | <b>4</b>                       | <b>11</b>             | <b>63,64%</b>                          |

Los gastos declarados por la Alianza se respaldan en 11 comprobantes de los cuales 7 (63,64%) presentan alguna observación.



El análisis respecto de los gastos en medios de comunicación, se sustenta el gasto en 4 comprobantes de los cuales 2 (50%) presenta observaciones.

| ITEM III<br>INCISO B | Concepto                  | Comprobantes con observaciones | Comprobantes sin observaciones | Total de comprobantes | Porcentaje con observaciones /ITEM III |
|----------------------|---------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-----------------------|----------------------------------------|
| 1                    | Radio                     | -                              | -                              | -                     | -                                      |
| 2                    | TV                        | -                              | 2                              | 2                     | -                                      |
| 3                    | Internet                  | 2                              | -                              | 2                     | 100,00%                                |
| 4                    | Medios gráficos           | -                              | -                              | -                     | -                                      |
| 5                    | Otros                     | -                              | -                              | -                     | -                                      |
|                      | <b>TOTAL COMPROBANTES</b> | <b>2</b>                       | <b>2</b>                       | <b>4</b>              | <b>50,00%</b>                          |

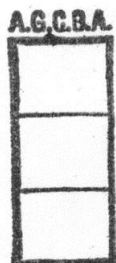
Efectuado el análisis de los comprobantes en relación a los montos surge:

| ITEM III | Concepto                                                             | Monto con observaciones | Monto sin observaciones | Monto total         | Porcentaje con observaciones /ITEM III |
|----------|----------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------|----------------------------------------|
| A        | Propaganda grafica en vía publica                                    | 100.000,00              | 112.381,17              | 212.381,17          | 47,09%                                 |
| B        | Medios de comunicación social                                        | 919.600,00              | 1.007.631,73            | 1.927.231,73        | 47,72%                                 |
| C        | Locaciones de servicios y/o alquiler de bienes muebles y/o inmuebles | 40.627,06               | -                       | 40.627,06           | 100,00%                                |
| E        | otros gastos                                                         | -                       | 13.415,59               | 13.415,59           | 0,00%                                  |
|          | <b>TOTAL GASTADO</b>                                                 | <b>1.060.227,06</b>     | <b>1.133.428,49</b>     | <b>2.193.655,55</b> | <b>48,33%</b>                          |

Se visualiza que de un total declarado como gasto de \$ 2.193.655.55, en \$ 1.060.227.06 (48,33%), se presenta algún tipo de observación.

#### Apertura de Medios de Comunicación

| ITEM III<br>INCISO B | Concepto | Monto con observaciones | Monto sin observaciones | Monto total  | Porcentaje con observaciones /ITEM III |
|----------------------|----------|-------------------------|-------------------------|--------------|----------------------------------------|
| 1                    | Radio    | -                       | -                       | -            | -                                      |
| 2                    | TV       | -                       | 1.007.631,73            | 1.007.631,73 | 0,00%                                  |
| 3                    | Internet | 919.600,00              | -                       | 919.600,00   | 100,00%                                |



| ITEM III<br>INCISO B | Concepto             | Monto con observaciones | Monto sin observaciones | Monto total         | Porcentaje con observaciones /ITEM III |
|----------------------|----------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------|----------------------------------------|
| 4                    | Medios gráficos      | -                       | -                       | -                   | -                                      |
| 5                    | Otros                | -                       | -                       | -                   | -                                      |
|                      | <b>TOTAL GASTADO</b> | <b>919.600,00</b>       | <b>1.007.631,73</b>     | <b>1.927.231,73</b> | <b>100,00%</b>                         |

Igual análisis respecto el gasto en medios de comunicación determina, que sobre un total de \$ 1.927.231.73 en \$ 919.600 se presentan observaciones al respaldo documental.

El resumen de los hallazgos correspondientes a los 7 comprobantes observados es el siguiente:

| CONCEPTO                            | CANTIDAD | PORCENTAJES |
|-------------------------------------|----------|-------------|
| Observaciones formales <sup>4</sup> | 5        | 71.43%      |
| Otras                               | 2        | 28.57%      |
| <b>Total Observaciones</b>          | <b>7</b> | <b>100%</b> |

En el concepto "Otras" se refiere al alquiler del salón para evento de fecha 19/07/15 y al servicio de café para el "19/7/15" sin especificar cantidad, y precio unitario. Asimismo el comprobante consta contado pero tiene fecha 20/08/15 fecha que muestra "fuera de periodo de campaña.

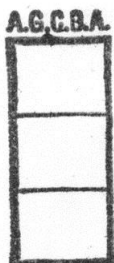
Cuadro de "otras":

| Nº de factura | Fecha      | Proveedor            | Concepto                           | Importe   | Observación                                        |
|---------------|------------|----------------------|------------------------------------|-----------|----------------------------------------------------|
| C 1-00000231  | 20/08/2015 | Alba Norma Spatadore | Servicio de coffe para el 19/07/15 | 15.000,00 | Fuera del período, sin precio unitario y cantidad. |

## Circularización a Proveedores

La circularización de acuerdo al ITEM III es la siguiente:

| ITEM III | Concepto                          | Monto Total | Cantidad de Proveedores | Monto Circularizado | Cantidad de Proveedores Circularizado | % en monto Circularización | % en cantidad Circularización | Monto de Proveedores que respondieron | % en monto de respuesta |
|----------|-----------------------------------|-------------|-------------------------|---------------------|---------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|-------------------------|
| A        | Propaganda grafica en vía publica | 212.381,17  | 2,5                     | 212.381,17          | 2,5                                   | 100,00%                    | -                             | -                                     | -                       |



<sup>4</sup> Ver Anexo I de la Alianza adjunto.

|                      |                                                                      |                     |          |                     |          |               |          |          |          |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------|----------|---------------------|----------|---------------|----------|----------|----------|
| B                    | Medios de comunicación social                                        | 1.927.231,73        | 2,5      | 1.927.231,73        | 2,5      | 100,00%       | -        | -        | -        |
| C                    | Locaciones de servicios y/o alquiler de bienes muebles y/o inmuebles | 40.627,06           | 3        | -                   | -        | -             | -        | -        | -        |
| D                    | otros gastos                                                         | 13.415,59           | 1        | -                   | -        | -             | -        | -        | -        |
| <b>Total gastado</b> |                                                                      | <b>2.193.655,55</b> | <b>9</b> | <b>2.139.612,90</b> | <b>5</b> | <b>97,54%</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>-</b> |

Se deja constancia que la Firma Estatic SA informó que facturó gastos de campaña a la firma Anunciar Publicidad SA que figura como proveedor de la Alianza.

### Publicidad radial y televisiva a través de la Empresa Contratada

La Alianza denunció gastos de publicidad realizados en forma televisiva, de acuerdo al siguiente detalle:

| ITEM III B | Proveedor/medio                                                               | Concepto      | Monto               |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------------|
| 2          | Anunciar Publicidad SA: Telefé, Artear, América TV. Televisión por cable: TN. | Publicidad TV | 1.007.631,73        |
|            | <b>Total Gastado Medios Masivos</b>                                           |               | <b>1.007.631,73</b> |

Del seguimiento de publicidades realizado a instancias de ésta Auditoría detectó avisos radiales y televisivos que al compararlos con los medios declarados en el Informe, coincidieron los mismos.

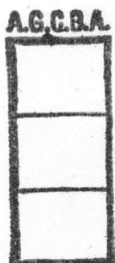
### Relevamiento Ocular

Del relevamiento ocular surge propaganda según el Anexo II de la Alianza.

- ✓ Cabe aclarar que ninguna propaganda gráfica relevada contiene el pie de imprenta.

Se efectuó un relevamiento ocular en la vía pública de la publicidad gráfica y otros elementos publicitarios efectuada por los distintos partidos o alianzas

De la comparación efectuada entre el relevamiento anterior y lo aportado por la Alianza de acuerdo a lo establecido por la Resolución N° 160/AGC/2015 surge el siguiente cuadro:



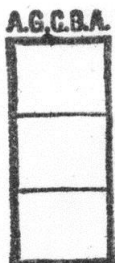
| Concepto       | Modelo Relevados | Modelo Declarado | Modelos no Declarado | % de modelos no declarados en el informe |
|----------------|------------------|------------------|----------------------|------------------------------------------|
| Gigantografías | 2                | 2                | 0                    | 0%                                       |
| Afiche         | 3                | 1                | 2                    | 67%                                      |
| <b>Total</b>   | <b>5</b>         | <b>3</b>         | <b>2</b>             | <b>40%</b>                               |

El cuadro de arriba refleja que no fueron declarados por la Alianza un total del 40% de la publicidad que fue relevada en la vía pública.

### Utilización de la Cuenta bancaria

Los Ingresos y Gastos presentados en el Informe se los comparó con los movimientos bancarios de la cuenta asignada por el Banco Ciudad, arrojando el siguiente Cuadro:

| Concepto                                                                | Monto Total         | Monto cuenta bancaria | Diferencia en monto | Diferencia en % | Aclaraciones                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Saldo Bancario Inicial al 31/07/2015</b>                             |                     | <b>810.283,19</b>     |                     |                 |                                                                                         |
| Aporte publico                                                          | 2.188.931,00        |                       | 2.188.931,00        |                 | El aporte se acreditó en julio                                                          |
| Aporte privado                                                          | 5.000,00            | 5.000,00              |                     |                 |                                                                                         |
|                                                                         |                     | 544.367,00            | -544.367,00         |                 | Aportes privados de Informe Final                                                       |
|                                                                         |                     | 119.000,00            | -119.000,00         |                 | Aportes adicionales Final                                                               |
|                                                                         |                     | 419,97                | -419,97             |                 | Aportes adicionales Final                                                               |
| <b>Total de ingresos</b>                                                | <b>2.193.931,00</b> | <b>668.786,97</b>     | <b>1.525.144,03</b> |                 |                                                                                         |
| A) Propaganda grafica                                                   | 212.381,17          | 40.000,00             | 172.381,17          |                 | debitados cheques 49150/155 en julio 2015                                               |
| B) medios de comunicación social                                        | 1.927.231,73        | 400.000,00            | 1.527.231,73        |                 | debitados cheques 49144/45/156/154/157 en julio 2015                                    |
| C) locaciones de servicios y/o alquiler de bienes muebles y/o inmuebles | 40.627,06           | 20.570,00             | 20.057,06           |                 | debitado en julio cheque 49149 por \$ 5.057,06 y ch49165 por \$ 15.000,00 en septiembre |
| D) otros gastos                                                         | 13.415,59           | 12.775,64             | 639,95              |                 | Diferencia en gastos. bancarios                                                         |
| Cheques del Informe elecciones finales                                  |                     | 743.430,00            | -743.430,00         |                 | Cheques 49158/159/161/162/163/166/167                                                   |



| Concepto                                                      | Monto Total         | Monto cuenta bancaria | Diferencia en monto | Diferencia en % | Aclaraciones |
|---------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|-----------------|--------------|
| Cheques debitado en el Extracto aplicado a elecciones finales |                     | 142.492,00            | -142.492,00         |                 | cheque 49168 |
| <b>Total de gastos</b>                                        | <b>2.193.655,55</b> | <b>1.359.267,64</b>   | <b>834.387,91</b>   |                 |              |
| <b>Saldo Bancario Final al 31/08/2015</b>                     | <b>275,45</b>       | <b>119.802,52</b>     |                     |                 |              |

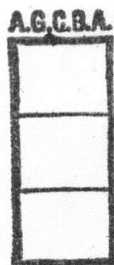
La cuenta se cerró el 7 de octubre del 2015, dejándose constancia que los movimientos bancarios de septiembre y octubre, corresponden a movimientos del Informe Final.

### V. Comparativo Informes Final y Preliminar

| CONCEPTO                                                                | MONTO ESTIMADO      | MONTO FINAL         | DIFERENCIA EN MONTO | DIFERENCIA EN % |
|-------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------|
| Aporte Público                                                          | 2.188.931,00        | 2.188.931,00        | -                   | 0,00%           |
| Aportes Privados                                                        | -                   | 5.000,00            | - 5.000,00          | 100,00%         |
| Préstamos                                                               | -                   | -                   | -                   | -               |
| <b>Total de ingresos</b>                                                | <b>2.188.931,00</b> | <b>2.193.931,00</b> | <b>- 5.000,00</b>   | <b>-0,23%</b>   |
| A) Propaganda gráfica                                                   | 100.000,00          | 212.381,17          | -112.381,17         | -112,38%        |
| B) Medios de comunicación social                                        | 1.800.000,00        | 1.927.231,73        | - 127.231,73        | -6,60%          |
| C) Locaciones de servicios y/o alquiler de bienes muebles y/o inmuebles | 100.000,00          | 40.627,06           | 59.372,94           | 59,37%          |
| E) Otros gastos                                                         | 188.931,00          | 13.415,59           | 175.515,41          | 92,90%          |
| <b>Total de Gastos</b>                                                  | <b>2.188.931,00</b> | <b>2.193.655,55</b> | <b>- 4.724,55</b>   | <b>-0,22%</b>   |

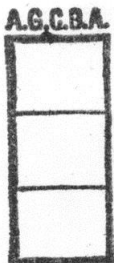
### OBSERVACIONES

- ✓ De los gastos declarados por la Alianza en 7 casos (63,34%) de ellos se presentan alguna observación. De las mismas 5 son formales.
- ✓ Las restantes 2 observaciones incluidas en el concepto "Otras" se refiere al alquiler del salón para evento de fecha 19/07/15 y al servicio de café para el "19/7/15" sin especificar cantidad, ni precio unitario.



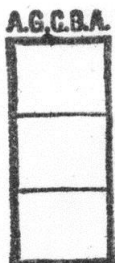
Asimismo el comprobante consta contado pero tiene fecha 20/08/15 fecha que muestra “fuera de periodo de campaña”.

- ✓ Ninguna propaganda gráfica relevada contiene el pie de imprenta. Art 4 de la Ley nº 268.
- ✓ Del relevamiento realizado en la vía pública y lo informado por la Alianza surge que de los 5 modelos relevados 2 (40%) no fueron declarados.
- ✓ Los gastos bancarios tiene una diferencia entre lo declarado y los que surgen del extracto bancario de \$ 639,95.-

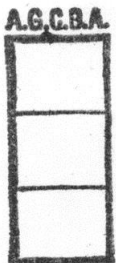


## Anexo I de la Alianza Observaciones Formales Comprobantes del ITEM III

| Tipo de Observación  | Cantidad | Porcentajes |
|----------------------|----------|-------------|
| IVA Consumidor Final | 5        | 100,00%     |
| Total                | 5        | 100,00%     |



## Anexo II de la Alianza Propaganda Gráfica en la Vía Pública





|            |         |             |
|------------|---------|-------------|
| Partido.   |         |             |
| ECO        |         |             |
| Tipo de    |         | publicidad. |
| AFICHE     |         |             |
| Dirección. |         |             |
| Borrego    |         | y           |
| Guzmán     |         |             |
| Pie de     | de      | NO          |
| imprensa.  | (si/no) |             |
| Adjunto    | en      | el          |
| informe    |         |             |
| No         |         |             |



|            |         |             |
|------------|---------|-------------|
| Partido.   |         |             |
| ECO        |         |             |
| Tipo de    |         | publicidad. |
| Afiche     |         |             |
| Dirección. |         |             |
| Guzmán     |         | y           |
| Dorrego    |         |             |
| Pie de     | de      | NO          |
| imprensa.  | (si/no) |             |
| Adjunto    | en      | el          |
| Informe    |         |             |

|                                                                                    |                      |             |
|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------|
|                                                                                    | SI                   |             |
|  | Partido.             |             |
|                                                                                    | ECO                  |             |
|                                                                                    | Tipo de              | publicidad. |
|                                                                                    | Afiche               |             |
|                                                                                    | Dirección.           |             |
|                                                                                    | Pie de               | de          |
|                                                                                    | imprensa.<br>(si/no) | NO          |
| Adjunto en el                                                                      | Informe              | No          |

|                                                                                      |  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--|----|
|  |  |    |
| Partido.                                                                             |  |    |
| ECO                                                                                  |  |    |
| Tipo de<br>publicidad.                                                               |  |    |
| Gigantografía                                                                        |  |    |
| Dirección.                                                                           |  |    |
| Pie de<br>imprensa.<br>(si/no)                                                       |  | NO |
| Adjunto en el<br>Informe                                                             |  |    |

|  |    |
|--|----|
|  | Si |
|--|----|

|                                                                                     |  |       |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--|-------|
|  |  |       |
| Partido.                                                                            |  |       |
| ECO                                                                                 |  |       |
| Tipo de<br>publicidad.                                                              |  | de    |
| Gigantografía                                                                       |  |       |
| Dirección.                                                                          |  |       |
|                                                                                     |  |       |
| Pie de<br>imprenta.<br>(si/no)                                                      |  | NO    |
| Adjunto en el<br>Informe                                                            |  | en el |
| SI                                                                                  |  |       |

**Lista N°: 702**

**Alianza Unión PRO**

**ACLARACIONES PREVIAS**

**INDICE**

- I. Dirección General Electoral, Ministerio de Justicia y Seguridad, Contaduría y Tesorería**
- II. Cuenta bancaria Banco Ciudad**
- III. Informe Preliminar**
- IV. Informe Final**
- V. Comparativo Informes Final y Preliminar**

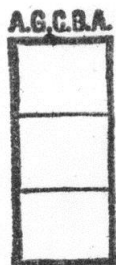
**I. Dirección General Electoral (DGELEC), Ministerio de Justicia y Seguridad (MJYSGC), Dirección General de Contaduría (DGCG) y Dirección General de Tesorería (DGTES).**

La DGELEC caratuló el Expediente N° EX-2015-19113572-MGEYA-DGELEC para la constatación de documentación y datos para el requerimiento de Fondos de Campaña con fecha 13 de julio de 2015.

El resumen del expediente en función de los organismos participantes se muestra en los siguientes cuadros:

La información reunida por la DGELEC, es la siguiente:

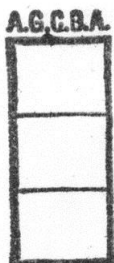
| Concepto                                                                                                                             | Presenta   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Solicitud de caratulación del Expediente EX-2015-19113572-MGEYA-DGELEC.                                                              | 13/07/2015 |
| Providencia N° PV-2015-19113779-DGELEC pase de auxiliar administrativo de la DEGELEC a Fernanda Varela (Asesora Legal de la DGELEC). | 13/07/2015 |



| Concepto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Presenta   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <p>Acordada electoral 19/2015 del TSJ donde Declara la validez de la elección del día 5 de julio de 2015, cuyos resultados obran en las planillas que integran el Anexo I.</p> <p>Proclamar a las fórmulas integradas por Horacio Rodríguez Larreta y Diego César Santilli, por un lado, y la de Martín Lousteau y Fernando Sánchez, por el otro, como las dos más votadas y con derecho a participar en la elección del día 19 de julio de 2015.</p> <p>Proclamar diputados y diputadas a las personas que se individualizan en el Anexo II que integra la presente acordada.</p> <p>Proclamar integrantes de las Juntas Comunales a las personas que se individualizan en el anexo III que integra la presente acordada.</p> <p>Mandar que se registre, se notifique a las agrupaciones políticas que participaron en la elección, se comunique al Sr. Jefe de Gobierno, a la Legislatura de la Ciudad, a la Procuración General de la Ciudad, y al Sr. Fiscal General, mediante oficio de estilo, se libren las restantes comunicaciones que correspondan y se publique en el Boletín Oficial y en el sitio web del Tribunal.</p> | 13/07/2015 |
| Nota del PRO solicitando aportes de campaña 2° vuelta. Cuenta Única N ° 30718/7, CBU 02900001-00000003071878 del Banco Ciudad, Sucursal 111.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 13/07/2015 |
| Informe N° IF-2015-19227643-DGELEC de fecha 14/07/2015 de la DGTAL del MJYSGC estableciendo los montos a depositar. Está dirigida al DG de la DGELEC.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 14/07/2015 |

La intervención del MJYSGC es la siguiente:

| Fecha      | Concepto                                                                                                                                                                        |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 14/07/2015 | Pase de la DGELEC al MJYS para su tramitación.                                                                                                                                  |
| 15/07/2015 | Resolución N° 629 por el aporte.                                                                                                                                                |
| 15/07/2015 | PV 2015-19290602 de María Eugenia Paredes DG de la DGTALMJYSGC para Federico Oberti Gerente Operativo OGESE de la DGTALMJYSGC. Motivo: <u>pase para prosecución de trámite.</u> |
| 15/07/2015 | Afectación preventiva. Solicitud del Gasto de fecha 15/07/2015 firmada por Federico Oberti Gerente Operativo OGESE de la DGTALMJYSGC.                                           |
| 15/07/2015 | Compromiso Definitivo N ° 777.258/15 y Devengado por Transferencia n° 736.686/15.                                                                                               |



La intervención de la DGCG es la siguiente:

| Fecha      | Concepto                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15/07/2015 | Informe N° IF-2015-19311637 de Federico Oberti Gerente Operativo OGESE de la DGTALMJYSGC. Para la DGC. Motivo: Visto la Resolución N° 629/MJYSGC/15 obrante en los presentes actuados, se remite en prosecución del trámite, adjuntándose los formulario C35 y el devengado correspondiente. |
| 15/07/2015 | Providencia N° PV-2015-19312822-DGCG de Federico Oberti Gerente Operativo OGESE de la DGTALMJYSGC, para DGCG-109. Motivo: para su prosecución.                                                                                                                                               |
| 15/07/2015 | Providencia N° PV-2015-19316728-DGCG de analista liquidador de la DGC (SSGAE), para DGCG-502 (Archivo). Motivo: C41 150748/2015.                                                                                                                                                             |
| 17/07/2015 | Providencia N° PV-2015-19468713-DGCG de analista liquidador de la DGC (SSGAE), para DGCG-187 (Archivo). Motivo: C41 150748/2015.                                                                                                                                                             |
| 24/07/2015 | Providencia N° PV-2015-19969929-DGCG de asistente técnico de la DGC (SSGAE), para DGCG-187/15 (Archivo). Motivo: Se remite para su archivo por el término de 10 años vencimiento en julio del 2025.                                                                                          |

La intervención de la DGTES es la siguiente:

Tesorería ha informado respecto a la acreditación de los fondos lo siguiente:

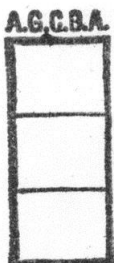
| Partido Político | Número de Orden de Pago | Fecha de Pago | Planilla | N° de Cuenta | Monto        |
|------------------|-------------------------|---------------|----------|--------------|--------------|
| Alianza PRO      | 150478                  | 15/07/2015    | 10294    | 30718/7      | 2.923.003,00 |

## II. Cuenta Bancaria Banco Ciudad

En referencia al artículo 16 de la Ley N° 268, el depósito del Aporte Público se efectuó con fecha 15 de julio de 2015 por un monto de \$ 2.923.003,00 en la cuenta del Banco Ciudad N° 30.718/7 Sucursal 111, perteneciente a la Alianza.

## III. Informe Final

Con relación al artículo 17 inciso b) de la Ley N° 268, la Alianza presentó el Informe Final a término el 28 de agosto de 2015, certificado por Contador Público y firmado por el Responsable Económico de la Alianza y por Apoderado.



## ITEM IV RESUMEN DE INGRESOS Y GASTOS

En el Informe Final de Cuentas, la Alianza denunció:

### INGRESOS

| ITEM II | Concepto                 | JEFE DE GOBIERNO    | TOTAL               |
|---------|--------------------------|---------------------|---------------------|
|         | Aporte Público           | 2.923.000,00        | 2.923.000,00        |
|         | Aportes Privados         | 3.382.025,24        | 3.382.025,24        |
|         | Préstamos                |                     |                     |
|         | <b>Total de Ingresos</b> | <b>6.305.025,24</b> | <b>6.305.025,24</b> |

### GASTOS

| ITEM III | Concepto                                                             | JEFE DE GOBIERNO    | TOTAL               |
|----------|----------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| A        | Propaganda Gráfica                                                   | 1.030.000,00        | 1.030.000,00        |
| B        | Medios de Comunicación Social                                        | 4.800.000,00        | 4.800.000,00        |
| C        | Locaciones de Servicios y/o Alquiler de Bienes Muebles y/o Inmuebles | 220.000,00          | 220.000,00          |
| D        | Otros Gastos                                                         | 120.151,90          | 120.151,90          |
|          | <b>Total de Gastos</b>                                               | <b>6.170.151,90</b> | <b>6.170.151,90</b> |

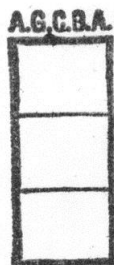
## ITEM II INGRESOS

### A. Aporte Público

Con respecto al Aporte Público y en referencia al artículo 9° y 10° de la Ley N° 268, modificados por el artículo 2° y 3° de la Ley 3.803, el mismo fue aprobado por la Resolución N° 629/MJYSGC/15 de fecha 15 de julio de 2015, con el siguiente detalle:

| Alianza                                                                                                                                                                                                                                               | Ley 268 artículo 13 inciso a) | Ley 268 artículo 13 inciso b) | Categoría        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------------|
| Partido PRO Propuesta Republicana, Partido Demócrata Progresista, Partido Demócrata, Partido Unión por la Libertad, Partido de la Ciudad en Acción, Partido Unión del Centro Democrático, Partido Fe y Partido Movimiento de Integración y Desarrollo | 1.665.238,00                  | 1.257.765,00                  | Jefe de Gobierno |
| <b>Total</b>                                                                                                                                                                                                                                          | <b>1.665.238,00</b>           | <b>1.257.765,00</b>           |                  |
| <b>Total a Depositar Aporte Público</b>                                                                                                                                                                                                               | <b>2.923.003,00</b>           |                               |                  |

Los importes antes expuestos fueron depositados en la Cuenta Corriente Especial N° 30.718/7, del Banco Ciudad de Buenos Aires, Sucursal N° 111 denominada UNION PRO.



De la documentación bancaria exhibida por la Alianza en el Informe Final permitió verificar el depósito del aporte el 15 de julio de 2015 en la Cuenta Corriente de la Alianza.

| Fecha        | Partido           | Nº de Cuenta | Sucursal | Monto               |
|--------------|-------------------|--------------|----------|---------------------|
| 15/07/2015   | Alianza Unión PRO | 30718/7      | 111      | 2.923.003,00        |
| <b>TOTAL</b> |                   |              |          | <b>2.923.003,00</b> |

## B. Aportes Privados

Del Informe Final constan la existencia de Aportes Privados.

Los mismos están respaldados con 145 recibos tipo "C" oficiales de la Alianza Transitoria Unión PRO. Se emitieron los recibos entre el N° 0001-00000251 de fecha 15 de julio de 2015 y el N° 0001-00000395 de fecha 16 de julio de 2015. Los mismos totalizan un monto de \$ 2.875.000,00.

Se observa que existe una diferencia entre el monto de los aportes privados y los declarados en el Informe Final, la misma se origina en que se declaró el saldo sobrante de las Elecciones Generales por \$ 507.025,24.

La cantidad de aportantes es de 145, que hicieron aportes cada uno de ellos entre \$ 5.000,00 y \$ 65.000,00.

## C. Préstamos

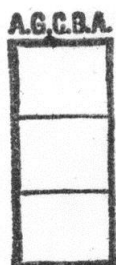
En su Informe Final la Alianza no declara préstamos.

## ITEM III. GASTOS

Los gastos denunciados por categoría no superan los topes establecidos en el artículo 8° de la Ley N° 268.

De la compulsa de la documentación respaldatoria de los gastos declarados surge:

| ITEM III | Concepto                          | Comprobantes Con Observaciones | Comprobantes Sin Observaciones | Cantidad Total de Comprobantes | Porcentaje con observaciones /ITEM III |
|----------|-----------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------|
| A        | Propaganda Gráfica en Vía Pública | 3                              | 3                              | 6                              | 50,00%                                 |



|   |                                                                      |          |           |           |               |
|---|----------------------------------------------------------------------|----------|-----------|-----------|---------------|
| B | Medios de Comunicación Social                                        | -        | 2         | 2         | -             |
| C | Locaciones de Servicios y/o Alquiler de Bienes Muebles y/o Inmuebles | 1        | 2         | 3         | 33,33%        |
| D | Otros Gastos                                                         | 3        | 4         | 7         | 42,86%        |
|   | <b>Total Comprobantes</b>                                            | <b>7</b> | <b>11</b> | <b>18</b> | <b>38,89%</b> |

Del total 18 de comprobantes que respaldan los gastos efectuados, en 7 de ellos se presenta alguna observación, representando el 38,89 % del total.

#### Apertura de Medios de Comunicación

| ITEM III B | Concepto                    | Comprobantes Con Observaciones | Comprobantes Sin Observaciones | Cantidad Total de Comprobantes | Porcentaje con observaciones /ITEM III |
|------------|-----------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------|
| 1          | Radio                       | -                              | 0,50                           | 0,50                           | -                                      |
| 2          | TV                          | -                              | 0,50                           | 0,50                           | -                                      |
| 3          | Internet                    | -                              | 1                              | 1                              | -                                      |
| 4          | Medios Gráficos             | -                              | -                              | -                              | -                                      |
| 5          | Otros                       | -                              | -                              | -                              | -                                      |
|            | <b>Total Comprobantes B</b> | <b>-</b>                       | <b>2</b>                       | <b>2</b>                       | <b>-</b>                               |

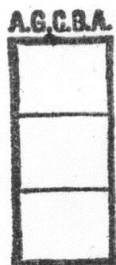
Los comprobantes de medios de comunicación no presentan observaciones.

Del análisis de los comprobantes en relación a los montos surge:

| ITEM III | Concepto                                                             | Monto con Observaciones | Monto sin Observaciones | Monto Total         | Porcentaje con observaciones /ITEM III |
|----------|----------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------|----------------------------------------|
| A        | Propaganda Gráfica en Vía Pública                                    | 180.000,00              | 850.000,00              | 1.030.000,00        | 17,48%                                 |
| B        | Medios de Comunicación Social                                        | -                       | 4.800.000,00            | 4.800.000,00        | -                                      |
| C        | Locaciones de Servicios y/o Alquiler de Bienes Muebles y/o Inmuebles | 50.000,00               | 170.000,00              | 220.000,00          | 22,73%                                 |
| D        | Otros Gastos                                                         | 21.000,00               | 99.151,90               | 120.151,90          | 17,48%                                 |
|          | <b>Total Gastado</b>                                                 | <b>251.000,00</b>       | <b>5.919.151,90</b>     | <b>6.170.151,90</b> | <b>4,07%</b>                           |

Se determina que del total de Gastos \$ 6.170.151,90, el 4,07% presenta algún tipo de observación.

#### Apertura de Medios de Comunicación



| ITEM III B             | Concepto        | Monto Con Observaciones | Monto Sin Observaciones | Monto Total         | Porcentaje con observaciones /ITEM III |
|------------------------|-----------------|-------------------------|-------------------------|---------------------|----------------------------------------|
| 1                      | Radio           | -                       | 696.000,00              | 696.000,00          | -                                      |
| 2                      | TV              | -                       | 2.904.000,00            | 2.904.000,00        | -                                      |
| 3                      | Internet        | -                       | 1.200.000,00            | 1.200.000,00        | -                                      |
| 4                      | Medios Gráficos | -                       | -                       | -                   | -                                      |
| 5                      | Otros           | -                       | -                       | -                   | -                                      |
| <b>Total Gastado B</b> |                 | -                       | <b>4.800.000,00</b>     | <b>4.800.000,00</b> | -                                      |

No se presentan observaciones, en este concepto de gasto.

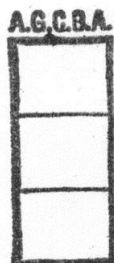
El resumen de los hallazgos correspondientes a los 18 comprobantes es el siguiente:

| Concepto                            | Cantidad | Porcentajes   |
|-------------------------------------|----------|---------------|
| Observaciones Formales <sup>5</sup> | 7        | 100,00        |
| "Otras"                             | 0        | -             |
| <b>Total Observaciones</b>          | <b>7</b> | <b>100,00</b> |

### Circularización a Proveedores

La circularización de acuerdo al ITEM III es la siguiente:

| ITEM III             | Concepto                                                             | Monto Total         | Cantidad de Proveedores | Monto Circularizado | Cantidad de Proveedores Circularizado | % en monto Circularización | % en cantidad Circularización | Monto de Proveedores que respondieron | % en monto respuesta |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|---------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|----------------------|
| A                    | Propaganda Gráfica                                                   | 1.030.000,00        | 5                       | 1.030.000,00        | 5                                     | 100,00%                    | 100,00%                       | 1.000.000,00                          | 97,09%               |
| B                    | Medios de Comunicación Social                                        | 4.800.000,00        | 2                       | 4.800.000,00        | 2                                     | 100,00%                    | 100,00%                       | 3.600.000,00                          | 75,00%               |
| C                    | Locaciones de Servicios y/o Alquiler de Bienes Muebles y/o Inmuebles | 220.000,00          | 3                       | 120.000,00          | 1                                     | 54,55%                     | 33,33%                        |                                       |                      |
| D                    | Otros Gastos                                                         | 120.151,90          | 7                       | 65.000,00           | 1                                     | 54,10%                     | 14,29%                        |                                       |                      |
| <b>Total gastado</b> |                                                                      | <b>6.170.151,90</b> | <b>17</b>               | <b>6.015.000,00</b> | <b>9</b>                              | <b>97,49%</b>              | <b>52,94%</b>                 | <b>4.600.000,00</b>                   | <b>76,48%</b>        |



<sup>5</sup> Ver Anexo I de la Alianza adjunto.

- ✓ En su respuesta el proveedor Radio Mitre informa dos facturas por \$ 237.220,95, que facturó a Reale Dalla Torre Consult.S.A.

### Publicidad radial y televisiva a través de la Empresa Contratada

La Alianza denunció gastos de publicidad realizados a través de los siguientes medios:

| ITEM<br>III B                       | Proveedor/medio                                                                                                                                  | Concepto         | Monto               |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------------|
| 1                                   | Reale Dalla Torre Consult.S.A./ Mitre, Vale, Radio 10, Latina, la 100, Metro, Mega, Pop, Rock & Pop y 40 principales.                            | Publicidad radio | 696.000,00          |
| 2                                   | Reale Dalla Torre Consult.S.A./ Telefé, Artear, América TV, Canal 9, Canal 13. Televisión por cable: TN, canal 26, América 24, Crónica TV y C5N. | Publicidad TV    | 2.904.000,00        |
| <b>Total Gastado Medios Masivos</b> |                                                                                                                                                  |                  | <b>3.600.000,00</b> |

Del seguimiento de publicidades realizado a instancias de ésta Auditoría detectó avisos radiales y televisivos.

De la comparación surge:

- ✓ No se pudo comparar cantidades y días emitidos, ya que la Alianza no adjuntó en el Informe Final, las pautas publicitarias. Incumpliendo la Resolución N° 160/AGC/2015
- ✓ En cuanto a los medios, la Auditoría detectó los avisos emitidos por Radio "El Mundo" que no fueron informados por la Alianza.

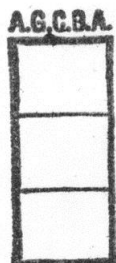
### Relevamiento Ocular

Del relevamiento ocular surge propaganda según el **Anexo II** de la Alianza.

- ✓ Cabe aclarar que en ningún caso de modelo de propaganda gráfica relevada contienen el pie de imprenta. Art 4 de la Ley N° 268.

Del cruce del relevamiento ocular y lo informado por la alianza surge el siguiente análisis:

| Concepto      | Modelo en Vía Pública | Declarado en Informe | No declarado en Informe | % de modelos no incluidos en el Informe |
|---------------|-----------------------|----------------------|-------------------------|-----------------------------------------|
| Afiches       | 2                     | 2                    | -                       | -                                       |
| Gigantografía | 2                     | 1                    | 1                       | 50,00%                                  |
| <b>TOTAL</b>  | <b>4</b>              | <b>3</b>             | <b>1</b>                | <b>25,00%</b>                           |



- ✓ Del cuadro anterior se desprende que de 4 modelos de propaganda vistos en la vía pública, no fue incluido en el Informe Final uno (25,00%).

### Utilización de la Cuenta bancaria

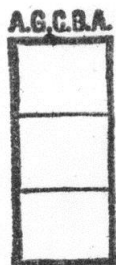
Los Ingresos y Gastos presentados en el Informe se los comparó con los movimientos bancarios de la cuenta asignada por el Banco Ciudad, arrojando el siguiente Cuadro:

| CONCEPTO                                                                | Monto Total S/ Informe | Monto Cuenta Bancaria | Diferencia en Monto | Diferencia en % | Aclaraciones                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------------|---------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------------|
| Aporte Público                                                          | 2.923.003,00           | 2.923.003,00          | -                   | -               |                                                                        |
| Aportes Privados                                                        | 2.875.000,00           | 2.875.000,00          | -                   | -               |                                                                        |
|                                                                         | 507.025,24             | 507.025,24            | -                   | -               | Excedente Elección General                                             |
| Préstamos                                                               | -                      | -                     | -                   | -               |                                                                        |
| <b>Total de Ingresos</b>                                                | <b>6.305.028,24</b>    | <b>6.305.028,24</b>   | <b>-</b>            | <b>-</b>        |                                                                        |
| A) Propaganda Gráfica                                                   | 1.030.000,00           | 1.030.000,00          | -                   | -               |                                                                        |
| B) Medios de Comunicación Social                                        | 4.800.000,00           | 4.800.000,00          | -                   | -               |                                                                        |
| C) Locaciones de Servicios y/o Alquiler de Bienes Muebles y/o Inmuebles | 220.000,00             | 220.000,00            | -                   | -               |                                                                        |
| D) Otros Gastos                                                         | 89.991,17              | 89.991,17             | -                   | -               |                                                                        |
|                                                                         | 30.160,73              | 30.497,92             | -337,19             |                 | Gtos. Bancarios correspondiente a transferencia electrónica 18/08/2015 |
| Transferencia electrónica del 18/08/2015 Cierre de Cuenta.              |                        | 134.539,15            | -134.539,15         |                 | Saldo Final Cierre                                                     |
| <b>Total de Gastos</b>                                                  | <b>6.170.151,90</b>    | <b>6.305.028,24</b>   | <b>-134.876,34</b>  |                 |                                                                        |

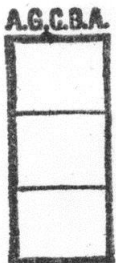
El saldo de la cuenta bancaria al 31 de agosto de 2015 es de \$ 0,00. Consta que se solicitó el cierre de cuenta el 18 de agosto de 2015.

### OBSERVACIONES

- ✓ No se pudo comparar cantidades y días emitidos, ya que la Alianza no adjuntó en el Informe Final, las pautas publicitarias. Incumpliendo la Resolución N° 160/AGC/2015.
- ✓ Del total 18 de comprobantes que respaldan los gastos efectuados, en 7 de ellos se presenta alguna observación, representando el 38,89 % del total.

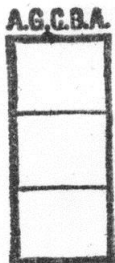


- ✓ Se detectó, avisos emitidos por Radio “El Mundo” que no fueron informados por la Alianza.
- ✓ Cabe aclarar que en ningún caso de modelo de propaganda gráfica relevada contienen el pie de imprenta. Art 4 de la Ley nº 268.
- ✓ Del relevamiento efectuado en la vía pública se desprende que de cuatro modelos de propaganda localizados, no fue incluido en el Informe Final uno (25,00%).

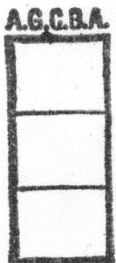


## Anexo I de la Alianza Observaciones Formales Comprobantes del ITEM III

| Tipo de Observación                    | Cantidad | Porcentajes    |
|----------------------------------------|----------|----------------|
| Incorrecta condición frente al IVA     | 1        | 14,29%         |
| No consta condición de venta           | 4        | 57,14%         |
| No consta precio unitario, ni cantidad | 2        | 28,57%         |
| <b>Total</b>                           | <b>7</b> | <b>100,00%</b> |



## Anexo II de la Alianza Propaganda Gráfica en la Vía Pública





|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Partido.                       |    |
| PRO                            |    |
| Tipo de<br>publicidad.         |    |
| Afiche                         |    |
| Dirección.                     |    |
| Honorio<br>Pueyrredón 1618     |    |
| Pie de<br>imprenta.<br>(si/no) | NO |
| Declarado<br>modelo<br>Informe | en |
| SI                             |    |



|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Partido.                       |    |
| PRO                            |    |
| Tipo de<br>publicidad.         |    |
| Afiche                         |    |
| Dirección.                     |    |
| Nazca 1291                     |    |
| Pie de<br>imprenta.<br>(si/no) | NO |
| Declarado<br>modelo<br>Informe | en |

|                                                                                      |                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
|                                                                                      | SI                          |
|    | Partido.                    |
|                                                                                      | PRO                         |
|                                                                                      | Tipo de publicidad.         |
|                                                                                      | Gigantografía               |
|                                                                                      | Dirección.                  |
|                                                                                      |                             |
|                                                                                      | Pie de imprenta. (si/no) NO |
|  | Declarado modelo en Informe |
|                                                                                      | SI                          |
|                                                                                      | Partido.                    |
|                                                                                      | PRO                         |
|                                                                                      | Tipo de publicidad.         |
|                                                                                      | Gigantografía               |
|                                                                                      | Dirección.                  |
|                                                                                      |                             |
|                                                                                      | Pie de imprenta. (si/no) NO |
|                                                                                      | Declarado modelo en Informe |
|                                                                                      | No                          |