



**AUDITORIA GENERAL**  
DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

“2024 - Año del 30 Aniversario de la Autonomía de la Ciudad de Buenos Aires”



**AUDITORIA GENERAL**  
DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

---

## **Informe Final de Auditoría**

Con Informe Ejecutivo

---

**Proyecto Nº 1.23.08**

**MARCO REGULATORIO DEL SERVICIO PÚBLICO DE  
HIGIENE URBANAART 24**

---

**Auditoría Legal**

Período 2022

**Buenos Aires, Diciembre 2024**

# **AUDITORIA GENERAL DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES**

**JEAN JAURES 220 - CIUDAD DE BUENOS AIRES**

## **Presidente**

Dra. Mariana Inés GAGLIARDI

## **Auditores Generales**

Dr. Juan José CALANDRI

Dra. Jorgelina Marisa CARNEVALE

Lic. Patricia Alejandra CASERES

Dr. Pablo CLUSELLAS

Lic. José Luis GIUSTI

Dr. Lisandro Mariano TESZKIEWICZ

**CODIGO DEL PROYECTO:** 1.23.08.

**NOMBRE DEL PROYECTO:** Marco Regulatorio del Servicio Público de Higiene Urbana – Art. 24 Ley 4120. Auditoría Legal.

**PERÍODO BAJO EXAMEN:** Ejercicio 2022.

**EQUIPO DESIGNADO:**

**Directoras de Proyecto:** Abog. María Eugenia Ormaechea<sup>1</sup>, Lic. Andrea Marino<sup>2</sup>, Abog. Noelia Zamora Ayala<sup>3</sup>

**Supervisora:** Abog. Valeria Donnantuoni

**FECHA DE PRESENTACIÓN DEL INFORME:** 14 de noviembre de 2024

**OBJETIVO:** Verificar el cumplimiento de los fines y objetivos del art. 24 de la Ley N° 4120

**FECHA DE APROBACION DEL INFORME: 4 DE DICIEMBRE DE 2024**  
**APROBADO POR: UNANIMIDAD**

---

<sup>1</sup> RESCS-2024-8-E-AGCBA-AGMIG. Se designa en el cargo de Directora de Proyecto de la DGOBRS a partir del 01/01/2024.

<sup>2</sup> RESCS-2024-40-E-AGCBA-AGMIG. Se designa en el cargo de Directora de Proyecto de la DGOBRS a partir del 01/03/2024.

<sup>3</sup> RESCS-2024-63-E-AGCBA-AGMIG. Se designa en el cargo de Directora de Proyecto de la DGOBRAS a partir del 17/04/2024.

Los siguientes cuadros exponen, por objeto del gasto, los importes correspondientes al crédito sancionado, al crédito vigente y al devengado del período 2022.

Cuadro N° 1

Información presupuestaria básica

<b>Jur. N° 35 "Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana"</b> <b>UE N° 8737 "Dirección General de Limpieza"</b> <b>Programa N° 52 "Servicios de Higiene Urbana"</b> <b>Proyecto N° 1 "Adquisición De Contenedores Fracción"</b>			
<b>Inciso</b>	<b>Sanción</b>	<b>Vigente</b>	<b>Devengado</b>
1- Gastos en personal	-	-	-
2- Bienes de Consumo	-	-	-
3- Servicios no personales	-	-	-
4- Bienes de Uso	-	1.814.789.863,00	1.814.789.859,16
<b>Total</b>	<b>-</b>	<b>1.814.789.863,00</b>	<b>1.814.789.859,16</b>

Fuente: Base de Transacciones SIGAF 2022.

Cuadro N° 2

Información Presupuestaria Básica

<b>Jur. N° 35 "Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana"</b> <b>UE N° 8737 "Dirección General de Limpieza"</b> <b>Programa N° 52 "Servicios de Higiene Urbana"</b> <b>Proyecto N° 0 "Servicios de Higiene Urbana"</b> <b>Actividad N° 10101 "Contrato de Basura"</b>			
<b>Inciso</b>	<b>Sanción</b>	<b>Vigente</b>	<b>Devengado</b>
1- Gastos en personal	-	-	-
2- Bienes de Consumo	-	-	-
3- Servicios no personales	54.162.020.766,00	79.341.423.937,00	79.336.117.624,07
4- Bienes de Uso	-	-	-
<b>Total</b>	<b>54.162.020.766,00</b>	<b>79.341.423.937,00</b>	<b>79.336.117.624,07</b>

Fuente: Base de Transacciones SIGAF 2022.

## **INFORME EJECUTIVO**

**Lugar y fecha de emisión:** CABA, 4 de diciembre de 2024.

**Código de Proyecto:** 1.23.08.

**Denominación del Proyecto:** Marco Regulatorio del Servicio Público de Higiene Urbana. Art. 24 Ley 4120.

**Tipo de Auditoría:** Legal.

**Dirección General:** Dirección General de Limpieza - DGLIM

**Período bajo examen:** Año 2022.

**Objeto de la Auditoría:** Programa 52 – Servicios de Higiene Urbana. Proyecto 1: “Adquisición de Contenedores Fracción”, Proyecto 0, “Servicios de Higiene Urbana” y Actividad 10001, “Contrato de Basura”.

**Objetivo de la Auditoría:** Evaluar el grado de cumplimiento de los fines y objetivos del art. 24 de la Ley 4120.

**Alcance:** El examen se realizó de conformidad con las normas de auditoría externa de la Auditoría General de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, aprobadas por Ley N° 325 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), las Normas Básicas de Auditoría Externa aprobadas por Resolución N° 161/00, y en cumplimiento de la Planificación Anual aprobada por el Colegio de Auditores para el año 2023 mediante Resolución AGC N° 345/22.

### **Limitaciones al Alcance:**

No ha sido puesto a disposición de la AGCBA el “CONTRATO DE EXCLUSIV. Y DIR. DE CAMPAÑAS DE COMUNIC. Y EDUC. DEL SERV. PÚBLICO DE HIGIENE URBANA Y SU PROGRAMA DE REL. CON LA COMUNIDAD – LIC. PÚB. E INT. 997/13” al cual se encuentran referenciadas las cesiones realizadas a favor de Marketing Líquido S.A. en las Ordenes de Pago (formulario C41), por lo que no puede emitirse opinión sobre la legalidad de dicho instrumento.

### **Observaciones:**

- **Incompletitud de la normativa aplicable.** Se verifica la falta de identificación y precisión respecto de la autoridad de aplicación para cada una de las acciones involucradas con el Art. 24 de la Ley 4120, lo cual dificulta la atribución de responsabilidades.

- **Inexistencia de mecanismos de control del cumplimiento del Art. 24 de la Ley 4120.** Ninguna de las áreas que intervienen en el proceso de aprobación de los Informes Trimestrales de Gestión efectúa el control de la correspondencia entre el monto correspondiente al 3% de lo facturado por los contratistas, los costos en comunicación y publicidad informados y los valores de mercado correspondientes a las acciones realizadas. Ello implica la falta de verificación del cumplimiento de la obligación establecida en el Art. 24 de la Ley 4120.
- **Incumplimiento a la Contrata de la LP N° 997/13, en sus cláusulas N° 24 y 25,** respectivamente, toda vez que el destino del 3% de la facturación mensual debió realizarse a una cuenta especial del Banco Ciudad abierta a los fines del depósito de los gastos para las campañas que indica el Art. 24 de la Ley 4120.
- **Incumplimiento a la retención del 3% del total devengado por el SPHU<sup>4</sup>, durante el año 2022.** El devengado es de \$ 81.150.907.483,23, compuesto por “Contrato de Basura” (\$ 79.336.117.624,07) y “Adquisición de contenedores de fracción” (\$ 1.814.789.859,16). Sobre el mismo debiera haberse retenido un 3% a las empresas concesionarias con destino a campañas de concientización de acuerdo con lo normado en la Ley CABA N° 4120, equivalente a \$ 2.434.527.224,50, pero se cedió \$ 1.625.520.350,79. Se verifica, por tanto, una diferencia de \$ 809.006.873,71.

Los desvíos se verificaron en:

- a. Programa 52, Proyecto 0, Actividad 10101. Zonas 2 y 4.
- b. Programa 52- Proyecto 1, Zona 4.
- c. Orden de Pago, FORMULARIO C41 N° 321658<sup>5</sup>. Correspondía retener en concepto de 3% la suma de \$ 35.282,49 pero se realizó una cesión por \$ 423.389,88, es decir una diferencia a favor de Marketing Liquido S.A. de \$ 388.107,39 equivalente al 36% del importe de la orden.
- d. OMISIÓN DE DESCUENTO en la orden de pago FORMULARIO C41 N° 497896<sup>6</sup>. Se verifica que la suma descontada es de \$1.276.741,28 equivalente al 0,3% del importe de la orden.

<sup>4</sup> PROGRAMA 52, PROYECTO 0, “SERVICIOS DE HIGIENE URBANA”- ACTIVIDAD (10101) “CONTRATO DE BASURA”, Y PROYECTO (1)- “ADQUISICIÓN DE CONTENEDORES DE FRACCIÓN”

<sup>5</sup> Correspondiente al PROGRAMA 52 Proyecto 0- Actividad 10101. Zona 1

<sup>6</sup> Correspondiente al PROGRAMA 52 Proyecto 0- Actividad 10101. Zona 6.

### **Conclusión/Dictamen:**

El objeto del presente informe se centra en la verificación del cumplimiento de los aspectos legales de los procedimientos establecidos en el artículo 24 de la Ley 4120 “Marco Regulatorio del Servicio Público de Higiene Urbana (SPHU) de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires”.

Cabe mencionar que el artículo 24 de la citada norma establece que a los fines de poder cumplir con las metas previstas en la Ley 1854 “De gestión de los residuos sólidos urbanos” las empresas concesionarias deberán destinar el tres por ciento (3%) de lo facturado a campañas de concientización ciudadana durante la totalidad del período concesionado respecto de las cuestiones de higiene.

A raíz de ello, se dicta la Resolución Conjunta RESFC-2020-1-GCABA-MEPHUGC en la cual establece en su artículo 2° que la Dirección General Comunicación del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana diseñará y aprobará el Plan Anual del Área de Comunicación, Publicidad y Educación del Plan de Relaciones con la Comunidad del Anexo VIII del Pliego de Especificaciones Técnicas de la Licitación Pública N° 997/13 para la contratación del Servicio Público de Higiene Urbana – Fracción Húmedos.

Por otro lado, en el mismo artículo de la Resolución, se establece que la Dirección General Comunicación del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana será la encargada de la aprobación del Informe Trimestral de Gestión que las contratistas deben presentar de acuerdo a lo establecido en la Licitación Pública 997/2013 en el marco del Plan de Comunicación, Publicidad y Educación.

En los Informes Trimestrales se realiza una descripción general de las campañas de comunicación masiva, acciones de concientización, mantenimiento de flota y automotores (acciones directas) y de las activaciones y producciones efectuadas a lo largo del período como también se acompañan el detalle de la inversión realizada con certificación contable y las correspondientes certificaciones de las piezas de comunicación utilizadas y las producciones de soporte de comunicación.

Ahora bien, de las respuestas otorgadas por los organismos intervinientes en el procedimiento vinculado a la asignación del 3%, ninguno reconoce o asume responsabilidades relacionadas con el mismo, sólo se limitan a aspectos exclusivamente técnicos del rubro publicidad, de manera que se puede concluir que el ambiente de control interno es disperso e insuficiente, sobre todo si se tiene en cuenta que intervienen cuatro organismos distintos.

Se destaca que todo lo antedicho es producto de la incompletitud de la normativa aplicable. Se verifica la falta de identificación y precisión respecto de la autoridad de aplicación para cada una de las acciones involucradas con el Art. 24 de la Ley 4120, lo cual dificulta la atribución de responsabilidades.

En atención a dichas manifestaciones, la Administración debería tomar medidas conducentes a los fines de que cada área tenga funciones específicas que satisfagan todo el circuito para el tratamiento de la cuestión, y, sobre todo aquellas relacionadas con el control y destino de dichos fondos.

**Palabras Clave:**

- Artículo 24 Ley 4120.
- Anexo VIII del PET de la LP N° 997/13.
- Retención del 3%.
- Informes Trimestrales de Gestión (ITG).
- Formularios C41.
- Única beneficiaria.

**INFORME FINAL DE AUDITORÍA**  
**“LEY 4120 – MARCO REGULATORIO DEL SERVICIO PÚBLICO DE**  
**HIGIENE URBANA ART 24”**  
**PROYECTO N° 1.23.08**

**DESTINATARIO**

Señora  
Presidenta  
Legislatura Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
Dra. Clara Muzzio  
S                    /                    D

**INTRODUCCIÓN**

En uso de las facultades conferidas por los artículos 132 y 136 de la Ley N° 70 de la Ciudad de Buenos Aires, relacionadas con lo dispuesto en el artículo 135 de la Constitución de la Ciudad, la AUDITORÍA GENERAL DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES (AGCBA) procedió a efectuar un examen acerca del mandato del artículo 24 de la Ley 4120.

**1. OBJETO**

---

Verificación del cumplimiento de los aspectos legales de los procedimientos establecidos en el artículo 24 de la Ley 4120.

**2. OBJETIVO**

---

Evaluar el grado de cumplimiento de los fines y objetivos del art. 24 de la Ley 4120.

**3. ALCANCE**

---

**3.1. PROCEDIMIENTOS DE AUDITORÍA APLICADOS.**

El examen fue realizado de conformidad con las normas de auditoría externa de la AUDITORIA GENERAL DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, aprobadas por Ley N° 325 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), aplicando los siguientes procedimientos:

- 1) Presentación institucional del equipo de auditoría a la Dirección General de Limpieza.
- 2) Recopilación, actualización y análisis de la normativa aplicable y determinación del marco jurídico.
- 3) Solicitud, relevamiento y análisis de Información legal y financiera correspondiente al Programa y Actividades a cargo de la Dirección General de Limpieza.
- 4) Remisión de notas a organismos intervinientes detectados en la etapa de relevamiento.
- 5) Análisis de las respuestas a las notas enviadas.
- 6) Determinación de la estructura formal de los organismos auditados. Misiones y funciones.
- 7) Entrevistas con la Dirección General de Limpieza y Dirección General de Comunicación del Ministerio de Ambiente y Espacio Público, y Subsecretaría de Comunicación Social de la Secretaría de Medios.
- 8) Análisis y procesamiento de la información.

### 3.2. OBJETIVOS GENERALES DE LA AUDITORÍA Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Considerando el objetivo y alcance esta auditoria se planificó considerando los siguientes criterios de evaluación:

**Cuadro N° 3**  
**Criterios de auditoria**

Aspecto a evaluar	Criterio de auditoría
<b>1. Aspectos legales</b>	Recopilación, análisis, evaluación y verificación del marco legal aplicable a lo establecido en el art. 24 de la Ley CABA N° 4120. Verificación de la Integralidad de la Información legal y de la adecuación de las actividades llevadas adelante respecto de la obligación impuesta por art. 24 de la Ley CABA N° 4120. Recopilación, análisis y verificación del marco normativo aplicable al Plan de Relaciones con la Comunidad (PRCC).
<b>2. Aspectos financiero - contables</b>	Verificación del cumplimiento de la retención del 3% facturado mensualmente por todo concepto por cada empresa prestataria del Servicio Público de Higiene Urbana (SPHU).
	Integralidad de la información contable con relación a la retención del 3% en el marco del Programa Presupuestario N° 52.
<b>3. Control Interno</b>	Ambiente de Control. Evaluación del control interno efectuado por los organismos intervinientes respecto del cumplimiento del Plan de Relaciones con la Comunidad (PRCC) desde el inicio de las tareas hasta la verificación de la efectiva retención del 3% sobre la facturación mensual de las concesionarias de Servicio Público de Higiene Urbana (SPHU), en el marco del Programa N° 52.
	Evaluación del control efectuado por los organismos pertinentes (UAI y DGTAL del MEPHU) sobre las concesionarias del SPHU en todos los aspectos del objeto de auditoría.

Fuente: Elaboración AGCBA en base a criterios de auditoría.

### 3.3. FECHA DE LAS TAREAS DE CAMPO

Las tareas de auditoría se iniciaron con la aprobación del Plan Operativo provisorio en septiembre de 2023 y por cuestiones ajenas al organismo auditado, debieron ser retomadas con la aprobación del Plan Operativo el 19 de marzo 2024. Las tareas de campo finalizaron el 15 de julio de 2024.

### 4. LIMITACIONES AL ALCANCE.

No ha sido puesto a disposición de la AGCBA el “CONTRATO DE EXCLUSIV. Y DIR. DE CAMPAÑAS DE COMUNIC. Y EDUC. DEL SERV. PÚBLICO DE HIGIENE URBANA Y SU PROGRAMA DE REL. CON LA COMUNIDAD – LIC. PÚB. E INT. 997/13” al cual se encuentran referenciadas las cesiones realizadas a favor de Marketing Líquido S.A. en las Ordenes de Pago (formulario C41), por lo que no puede emitirse opinión sobre la legalidad de dicho instrumento.

### 5. ACLARACIONES PREVIAS

#### 5.1. CRITERIOS DE NOMENCLATURA.

Se lista a continuación la denominación convencional mediante siglas, de los organismos, conceptos, normas o terminología que son mencionados de manera recurrente a lo largo del presente Informe.

**Cuadro N° 4**  
**Identificación de los organismos, normas y terminología por sigla.**

<b>ORGANISMO / NORMA / TERMINOLOGÍA</b>	<b>SIGLA</b>
Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana.	MEPHU
Dirección General de Limpieza del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana.	DGLIM
Subsecretaría de Comunicación Social de la Secretaría de Comunicación, Jefatura de Gabinete.	SSCOM
Dirección General de Comunicación del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana.	DGCOMUNIC
Dirección General, Técnica Administrativa y Legal del del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana.	DGTAL

<b>ORGANISMO / NORMA / TERMINOLOGÍA</b>	<b>SIGLA</b>
Oficina de Gestión Sectorial de la Dirección General Técnica, Administrativa y Legal del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana.	OGESE
Subsecretaría de Administración del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana.	SSADM
Unidad de Auditoría Interna del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana.	UAIMEPHU
Secretaría de Medios (hoy Secretaría de Comunicaciones)	SM
Subsecretaría de Higiene Urbana del MEPHU.	SSHU
Artículo 24 de la Ley CABA N° 4120.	art. 24.
Resolución Conjunta entre el entonces Ministerio de Ambiente y Espacio Público y la Secretaría de Medios Área Jefatura de Gobierno N°RESFC-2020-1-GCABA-MEPHUGC del 14 de febrero de 2020.	Res. 1.
Plan de Relaciones con la Comunidad.	PRCC
Plan Anual del Área de Comunicación, Publicidad y Educación.	PAACPE
Pliego de Especificaciones Técnicas Generales.	PETG
Anexo VIII del Pliego de Especificaciones Técnicas de la Licitación Pública N° 997/13.	Anexo VIII
Servicio Público de Higiene Urbana.	SPHU
Plan Anual de Comunicación, Publicidad y Educación del Plan de Relaciones con la Comunidad.	PA
Área Comunicación, Publicidad y Educación.	ACPyE
Informes Trimestrales de Gestión.	ITG
Autoridad de Aplicación.	AA
Órdenes de Servicio.	OS
Notas de Pedido.	NP
Órdenes de Pago.	OP
Licitación Pública	LP
Boletín Oficial de la Ciudad de Buenos Aires	BOCBA
Expediente electrónico.	EE
Dirección General.	DG
Unidad ejecutora.	UE

Fuente: Elaboración AGCBA en base al relevamiento efectuado y criterios de practicidad.

## 5.2. MARCO NORMATIVO.

**Cuadro N° 5**  
**Marco normativo**

Asunto	Norma o directriz	Síntesis	BOCBA/ publicación
<b>NORMAS ESPECÍFICAMENTE APLICABLES AL OBJETO DE AUDITORIA</b>	Ley CABA N° 992, declaratoria del Servicio de Higiene Urbana como Servicio Público.	Declara al SPHU como Servicio Público. Dispone la implementación de una permanente campaña educativa para que los ciudadanos de la CABA sean formados en materia de recuperación y reciclado, y el beneficio de la separación de residuos en origen.	1619 29/01/2003
	Ley CABA N° 1687, "de Educación Ambiental".	Objetivos (entre otros): la educación ambiental por diversos medios	2205 06/06/2005
	Art. 1° Ley CABA N° 1854, "Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos".	Establece el conjunto de pautas y principios para proteger el ambiente adoptando el principio de "Basura Cero". El art. 39 ordena a la CABA la implementación de campañas publicitarias de esclarecimiento e información sostenidas en el tiempo para alentar cambios de hábitos y beneficios de separación en origen.	2349 02/01/2006
	Ley CABA N° 4120, "Marco Regulatorio del Servicio Público de Higiene Urbana".	En general, fija las prescripciones, modalidades y condiciones que debe cumplir el servicio, ya sea que se preste en forma directa por la ciudad o en concesión por terceros, todo de conformidad a lo normado en la Ley 1854 y concordantes. dispone el marco regulatorio del SPHU. En lo puntual, el art. 24, dispone directrices y puntualizaciones relativas a campañas de concientización ambiental. En lo que hace específicamente al objeto auditado, ordena que "las empresas concesionarias deberán destinar el 3% de lo facturado a campañas de concientización ciudadana durante la totalidad del período concesionado" para temas relativos a higiene urbana, separación en origen, reciclado y reutilización.	3856 16/02/2012
	Licitación Pública N° 997/2013 y su Anexo VIII del Pliego de Especificaciones Técnicas.	Regula lo atinente al Plan de Relaciones con la Comunidad, que puntualiza cuestiones que hacen al cumplimiento del art. 24 de la Ley N° 4120.	Aprobada por Res. 1262/MAYEPG C/2013 publicada 20/12/2013 BOCBA 4303

Asunto	Norma o directriz	Síntesis	BOCBA/ publicación
	RESFC-1-2020-GCABA-MEPHUGC	Pone en cabeza de distintos organismos del GCBA diversos asuntos: en la SSCS de la Secretaría de Medios la ejecución del eje de trabajo del Área Comunicación, Publicidad y Educación establecido en el PRCC; la DGCOMUNIC diseña y aprueba el Plan Anual del ACPyE y aprueba los Informes Trimestrales de Gestión del PRCC; la SSHU se constituye como AA de la LP N° 997/13 salvo en lo concerniente al ACPyE -Anexo VIII-SSADM del MEPH a informar los importes mensuales de certificación de los servicios correspondientes a la ejecución de los contratos a la Secretaría de Medios y al Ministerio de Economía.	Emisión: 14/02/2020 No se pudo encontrar publicación en BOCBA.
	Plan Plurianual de Inversiones para el ejercicio 2022.	El Programa N° 52 describe acciones a desarrollar por la DGLIM en su carácter de unidad ejecutora del SPHU, LP N° 997/13, a su cargo, pero nada dice respecto de acciones, funciones o encomiendas respecto del objeto de auditoría.	
	Contratas LP 997/13.	En todas las contratas suscriptas se halla una cláusula por la cual la contratista autoriza al comitente (GCBA) a efectuar la retención del 3% correspondiente al valor certificado mensual y de las respectivas redeterminaciones. Para esto, el comitente debe generar una cuenta en el Banco Ciudad en la cual se depositarán los importes retenidos. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zona 1 AESA Cláusula 24.</li> <li>• Zona 2 CLIBA, Cl. 25.</li> <li>• Zona 3. IMPSA: Cl.24.</li> <li>• Zona 4. ECOHÁBITAT, Cl. 25.</li> <li>• Zona 6. ASHIRA. Cl.24</li> <li>• Zona 7. URBASUR. Cl. 24</li> </ul>	
<b>NORMAS DE APLICACIÓN GENERAL</b>	Ley CABA N° 70	Administración Financiera de la CABA.	704 29/09/98
	Ley CABA N° 325	Normas Básicas de Auditoría Externa AGCBA.	884 18/02/2000
	Ley CABA N° 6507-GCBA-2021	Aprueba el presupuesto de la CABA para el ejercicio 2022.	6513 02/12/2022
<b>ESTRUCTURA ORGÁNICO FUNCIONAL – MISIONES Y FUNCIONES</b>	Ley CABA N° 6292	Ley de Ministerios vigente durante el ejercicio auditado, Cambia la denominación del Ministerio de Ambiente y Espacio Público, MAYEP por Ministerio de Ambiente e Higiene Urbana, MEPHU	5757 09/12/19
	Decreto N° 463-AJG-2019 (BOCBA)	Dispone la estructura organizativa del MEPHU También, de la SSCS y sus DG	5762 16/12/2019
	Decreto N° 198-AGJ-2020	Modifican estructura orgánico funcional del MEPHU	4783 18/09/17
	Decreto 149-AGJ-2019		6052 05/02/21
	Decreto 173-AGJ-2022		6385 27/05/22

Fuente: Elaboración AGCBA en base al relevamiento normativo practicado

Ver detalle estructura orgánico funcional y política de la Jurisdicción 35 en ANEXO I.

### 5.3. NOTAS ENVIADAS Y RECIBIDAS. DETALLE DE LAS SOLICITUDES Y RESPUESTAS.

Ver detalle con solicitud de cada nota y la respuesta recibida en ANEXO II.

### 5.4. INFORMACIÓN BÁSICA.

El objeto de auditoría está dado directamente por el art. 24 de la Ley N° 4120, Capítulo 4°: “Del servicio de capacitación y formación general”

**“Campañas de concientización.** *A fin de poder cumplir con las metas previstas en la Ley 1854 y llevar a cabo una efectiva concientización ciudadana respecto de todas las cuestiones de higiene, las empresas concesionarias deberán destinar el tres por ciento (3%) de lo facturado a campañas de concientización ciudadana durante la totalidad del período concesionado. Dichas campañas podrán estar dirigidas a la concientización de temas relativos a higiene urbana, separación en origen, reciclado y reutilización, programas de educación ambiental y difusión de nuevas normas y pautas para la gestión de los RSU.*

*Dichas campañas deberán elaborarse e implementarse de acuerdo a lineamientos comunicacionales y de contenido establecidos por el Gobierno de la Ciudad, quien cumplirá el rol de ejecutor y supervisor en el mencionado proceso y autorizará la implementación de las mismas.*

*Todos los planes que impliquen la implementación de nuevas modalidades de servicio como consecuencia del resultado de dichas campañas o de posibles mejoras tecnológicas en el tratamiento de los RSU, deberán desarrollarse por etapas a un ritmo de ejecución que establecerá la autoridad de aplicación, que permita su evaluación continua y la posibilidad de introducir correcciones cada doce (12) meses a lo largo de todo el proceso de implementación, considerando los niveles de aceptación de los usuarios, agentes prestadores en cuanto a la modificación de servicios previstos y los beneficios evaluados por la autoridad de aplicación de calidad de servicio y/o costos asociados.*

*En consonancia con lo dispuesto precedentemente, los ciudadanos estarán obligados a no afectar el servicio público de recolección de residuos, de acuerdo a lo que disponga la normativa vigente en tal sentido”.*

Para poder llevar a cabo la auditoría de legalidad; esto es, de cumplimiento del art. 24 Ley 4120, corresponde practicar un análisis legal y asimismo, de tipo contable, ya que la norma abarca aspectos financieros que es preciso estudiar:

a. En lo **sustancial**, la realización de **campañas de concientización** en materia del manejo de residuos urbanos por los ciudadanos, puntualmente en cuestiones de separación en origen, reciclado y reutilización, etc. Esto incluye normas emitidas con posterioridad a la Ley 4120, que en los hechos resultan regulatorias de ese artículo, como por ejemplo el Anexo VIII y la RESFC-1-2020-GCABA-MEPHUGC, que disponen pautas de procedimiento y asignación de competencias.

b. **Financiamiento** de las campañas: **3% de lo facturado** por las empresas concesionarias del servicio.

Ambos aspectos son analizados por separado, en dos partes: aspectos normativos y aspectos financieros.

## **PRIMERA PARTE: ASPECTOS NORMATIVOS.**

### **5.5. Normas aplicables: Anexo VIII y RESFC-1-2020-GCABA-MEPHUGC. Organismos intervinientes.**

Se identificó que el Programa 52 aplica a este Proyecto a los efectos de determinar los montos de facturación total de las empresas, que constituyen la base para calcular el 3% a destinar a las campañas de concientización ciudadana.

Asimismo, de la lectura del Plan Plurianual de Inversiones 2022, no surge acción alguna relacionada con lo ordenado por el art. 24 de la Ley 4120.

De acuerdo al Dto. 463/19, la UE del programa objeto de auditoría es la DGLIM. No obstante, como se analiza más adelante, las acciones al respecto de este programa se hallan dispersas entre diversos organismos que se reparten distintos segmentos del procedimiento, entre ellos: la Subsecretaría de Comunicación Social (SSCS) de la entonces Secretaría de Medios (SM) y la Dirección General de Comunicación (DGCOMUNIC).

## 5.6. EMPRESAS CONCESIONARIAS DEL SPHU.

Dos años después de la sanción de la Ley 4120, se aprueba la nueva licitación pública para el SPHU. La ciudad fue dividida en siete zonas, de las cuales se concesionaron seis dado que la Zona 5 se ejecuta por administración.

Las adjudicatarias de la LP N° 997/13 y por ende, incluidas en el mandato del art. 24 son:

**Cuadro N° 6**  
**Empresas concesionarias del SPHU, LP N° 997/13**

<b>ZONA</b>	<b>EMPRESA ADJUDICATARIA / ENTIDAD PRESTATARIA</b>
1.	AESA, ASEO Y ECOLOGÍA
2.	CLIBA INGENIERÍA URBANA S.A.
3.	SOLBAYRES - IMPSA AMBIENTAL S.A.
4.	ECOHABITAT S.A. Y OTRA – UTE
5.	POR ADMINISTRACIÓN- ENTE DE HIGIENE URBANA DE LA CABA (EHU)
6.	ASHIRA S.A. MARTIN Y MARTIN S.A.
7.	TRANSPORTES OLIVOS SACIyF URBASUR ARGENTINA S.A. UTE

**Fuente: Elaboración AGCBA según LP N° 997/13**

La zona 5 o “Zona Testigo” es atendida por administración, a través del Ente de Higiene Urbana. Aun cuando el art. 1° de la Ley 4120 incluye a la CABA como prestadora del SPHU, las materias que le son aplicables están vinculadas con el SPHU en sí mismo, se entiende que está especialmente exenta de las acciones del art. 24, ya que éste refiere exclusivamente a las empresas concesionarias. Por lo tanto, el objeto auditado se circunscribe a las zonas tercerizadas.

La LP incluye en el Anexo VIII del Pliego de Especificaciones Técnicas Particulares, “Plan de Relaciones con la Comunidad”, punto 6 “Área de Comunicación, Publicidad y Educación” una serie de pautas de mayor especificidad que complementan las disposiciones del art. 24 de la Ley 4120.

## 5.7. ORGANISMOS INTERVINIENTES. FUNCIONES ASIGNADAS SEGÚN DECRETOS ORGANIZATIVOS Y NORMATIVA PROPIA DEL OBJETO DE AUDITORÍA.

Se listan a continuación los organismos involucrados en el cumplimiento del art. 24 y las competencias asignadas por la Res. 1, así como del Decreto 463/19, con sus funciones de manera sintética.

Cabe indicar que los Decretos organizativos dictados con posterioridad al N° 463/2019 -N° 198/2020, 149/2021 y 173/2022- contienen la misma descripción de misiones y funciones que las asignadas por aquél.

**Cuadro N° 7**  
**Organismos intervinientes en la ejecución del art. 24 Ley 4120, Dto, 463/2019 y funciones según RESFC-1-2020-GCABA-MEPHUGC (por intervención, no por orden jerárquico)**

ORGANISMO	FUNCIÓN ASIGNADA POR RESFC-1-2020-GCABA-MEPHUGC y DECRETO 463/19.
Subsecretaría de Comunicación Social (SSCS)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entender en la planificación, ejecución y administración de las contrataciones en materia de publicidad para las áreas del PE (conf. Dec. 463/19).</li> <li>• Ejecución del plan de trabajo correspondiente al Área de Comunicación, Publicidad y Educación del Anexo VIII para el SPHU, por encomienda de la Res. 1/2020 para instruir y disponer la ejecución del servicio.</li> <li>• Lineamientos en materia de publicidad y slogans de campañas.</li> <li>• Función técnico-comunicacional (entrevista 28/05/24 párrafo 6)</li> </ul>
Dirección General de Comunicación (DGCOMUNIC) del MEPHU).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar políticas de comunicación directa, comunicación masiva, difusión y prensa de los actos y áreas de injerencia del Ministerio, de acuerdo con los lineamientos establecidos por las áreas competentes (conf. Dec. 463/19).</li> <li>• Diseño y aprobación del Plan Anual del Área Comunicación, Publicidad y Educación del Plan relaciones con la Comunidad Anexo VIII (Res. 1).</li> <li>• Aprobación de los Informes Trimestrales de Gestión del Plan de Relaciones con la Comunidad (Res. 1).</li> <li>• Solicitar a la SSCS las acciones y servicios correspondientes (Res. 1).</li> </ul>
Dirección General de Limpieza (DGLIM MEPHU)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaborar en el desarrollo de programas de concientización y educación en materia de higiene urbana de conformidad con las LP vigentes</li> </ul>
Dirección General, Técnica, Administrativa y Legal (DGTAL del MEPHU).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Órgano que debe velar por la legalidad de los actos del MEPHU y tramita las órdenes de pago (Dec-463/19 y competencias propias de un órgano de índole técnica, legal y administrativa).</li> <li>• Entender lo que respecta al diseño, coordinación y control de las certificaciones y liquidaciones.</li> <li>• A través de su Gerencia Operativa Legales:               <ul style="list-style-type: none"> <li>-Analizar y asesorar en los aspectos técnico-legales de anteproyectos y proyectos de normas jurídicas, actos administrativos, contratos y</li> </ul> </li> </ul>

ORGANISMO	FUNCIÓN ASIGNADA POR RESFC-1-2020-GCABA-MEPHUGC y DECRETO 463/19.
	<p>convenios relativos a las competencias de la jurisdicción, conforme la normativa vigente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibir, tramitar y realizar las actuaciones provenientes de la Legislatura, Defensoría del Pueblo, Auditoría General y de todo otro organismo de control de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.</li> <li>• A través de la Subgerencia Operativa Bienes y Servicios:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Controlar el cumplimiento de las órdenes de compras emitidas por el Ministerio y analizar las sanciones que pudieran corresponder en caso de incumplimiento.</li> <li>• A través de la OGESE:                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar y evaluar los programas y proyectos del Ministerio, efectuar el seguimiento y control de cumplimiento de su ejecución física y financiera, de conformidad con los lineamientos y metodologías de la Dirección General Oficina de Gestión Pública y Presupuesto del Ministerio de Hacienda y Finanzas.</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> <p>Los párrafos anteriores, según Dec. 463/19)</p>
Subsecretaría de Administración (SSADM del MEPHU).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Panificar, diseñar, coordinar, dirigir y brindar soporte en todas las actividades administrativas, financieras, presupuestarias, de planeamiento (...) del Ministerio y de los organismos fuera de nivel dentro de su órbita (conf. Dec. 463/19).</li> <li>• Informar a la Secretaría de Medios y Ministerio de Hacienda y Finanzas los importes de certificación (Res. 1).</li> </ul>
Ministerio de Ambiente y Espacio Público (MEPHU ex MAYEP).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primer y último responsable por la LP N° 997/13.</li> <li>• Co - emisor de la Res. 1 junto con la Secretaría de Medios de la CABA</li> </ul>
Secretaría de Medios (SM) Área Jefatura de Gabinete (AJG)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entender en la planificación, ejecución y administración de las contrataciones en materia de publicidad para las áreas del Poder Ejecutivo conf. Dec. 463/19).</li> <li>• Supervisar la gestión de los radios de la Ciudad, el Canal de la Ciudad y otros medios en los que el GCBA tenga participación.</li> <li>• Estrategia de contenidos multimedia. Los párrafos anteriores, por Dec. 463/19.</li> <li>• De acuerdo con la entrevista del 28/05/2024, se interpreta que de esta línea en la estructura administrativa del GCBA parten los lineamientos generales que bajan a las distintas áreas, incluida la SSCS, así como temáticas de servicios de publicidad.</li> </ul>

Fuente: Elaboración AGCBA de acuerdo con lo dispuesto en la RESFC-1-2020-GCABA-MEPHUGC, entrevistas, respuestas notas y estructura organizativa CABA.

## 5.8. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS.

Por tratarse de una temática que nunca fue auditada, ni por medio del control interno ni externo, a la par de la significatividad en términos presupuestarios y económicos, se considera oportuno formular una breve

relación de los hitos, sobre todo normativos, que componen el sistema iniciado con el art. 24 de la Ley 4120.

- **Ley 1854 DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS.**

Conocida como “Ley de Basura Cero”. Esta ley tiene por objeto establecer el conjunto de pautas, principios, obligaciones y responsabilidades para la gestión integral de los residuos sólidos urbanos que se generen en el ámbito territorial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en forma sanitaria y ambientalmente adecuadas, a fin de proteger el ambiente, seres vivos y bienes.

En su Art. 39 establece que la Ciudad garantiza la implementación de campañas publicitarias de esclarecimiento e información, las que deberán ser sostenidas en el tiempo, a fin de alentar los cambios de hábitos en los habitantes de la ciudad y los beneficios de la separación en origen, de la recolección diferenciada de los residuos sólidos urbanos, del reciclado y la reutilización.

- **Ley 4120.**

Tiene por objeto regular el SPHU, en materias específicas que hacen directamente a la prestación del servicio en sí mismo.

Hacia el final del texto legal, el capítulo 4°, “Del servicio de capacitación y formación general, el art. 24 de la ley -objeto de esta auditoría- ordena la implementación y ejecución de capacitación ciudadana en temas relativos a higiene urbana, separación en origen, reciclado, reutilización, programas de educación ambiental, etc. Estas campañas deben ejecutarse durante todo el período del servicio concesionado.

Las campañas deben elaborarse de acuerdo con lineamientos comunicacionales y de contenido establecidos por el GCBA, en su rol de ejecutor y supervisor del proceso.

- **Anexo VIII del Pliego de Especificaciones Técnicas Particulares de la Licitación Pública 997/13 - “Plan de Relaciones con la Comunidad”.**

Esta LP fue aprobada el 17 de noviembre de 2013 y entre los documentos licitatorios se encuentra el Anexo VIII denominado “Plan de Relaciones con la Comunidad”.

Este plexo normativo indica los objetivos generales del programa y dispone pautas y un procedimiento a seguir para el logro de las finalidades comunicacionales previstas.

### Objetivos:

- Concientizar a los vecinos respecto de la minimización de residuos sólidos urbanos (SRU) y separación en origen;
- Desarrollar acciones que garanticen el conocimiento de las normas vinculadas al servicio de higiene urbana vigentes por parte de los vecinos de la ciudad;
- Difundir por distintos medios formas y formatos de comunicación, las características comunes y particulares del SPHU;
- Garantizar distintos espacios de participación a través de las comunas valorando la opinión de los vecinos de la CABA

El punto 6, denominado “Área de Comunicación, Publicidad y Educación” dispone un procedimiento y requisitos para llevar adelante las acciones comunicacionales, por ejemplo:

Elaboración de un Plan Anual por las empresas de acuerdo con lineamientos del GCBA;

- Elaboración, ejecución e implementación del Plan de Comunicaciones, Publicidad y Educación a cargo y costo de las contratistas (2° párrafo);
- Contenidos y facultades de aprobación a favor del GCBA y modalidades para la aplicación de los fondos: 3% de la facturación anual, a aplicar, en todos los casos, en un 80% destinado a solventar publicidad por medios de comunicación masivos y 20% a programas de comunicación directa (6° párrafo)
- Facultades a favor de la CABA para auditar el Plan.

El Plan Anual del Área de Comunicación, Publicidad y Educación (PAACPE) forma parte del Plan Anual de Relaciones con la Comunidad estipulado en el punto 6 del Anexo VIII.

Muchas de estas pautas son complementadas posteriormente por la Res. 1, que otorga precisiones y asigna las funciones a organismos expresamente mencionados.

### • RESOLUCIÓN CONJUNTA N° 1 EMITIDA POR EL MEPHU Y LA SM.

Mediante esta norma se ordena con mayor precisión las acciones a realizar indicadas en el Anexo VIII, que son asignadas de manera concreta a distintos entes de la organización administrativa del Poder Ejecutivo, no sólo en la órbita del MEPHU sino de la SM del AJG, puntualmente, a la SSCS. Todo esto con el objeto de ejercer acciones coordinadas entre la SSCS y la DGCOMUNIC.

Cabe indicar que esta norma fue suministrada por la DGLIM, pero su publicación no fue encontrada en el BOCBA.

Entre los considerandos se destaca que, dadas las competencias propias de la SSCS y de la DGCOMUNIC, corresponde la ejecución, por parte de estos entes del eje de trabajo relativo al Área de Comunicación, Publicidad y Educación del PRCC de manera coordinada para instruir y disponer el mentado servicio.

Por eso, el MEPHU y la SM resuelven:

Art. 1. Encomendar a la SSCS de la SM la ejecución del eje de trabajo correspondiente al Área de Comunicación, Publicidad y Educación del PRCC para el SPHU, fracción Húmedos.

Art. 2. La DGCOMUNIC del MEPHU tendrá a su cargo:

- El diseño y aprobación del PA;
- La aprobación de los ITG del PRC elaborados por las concesionarias del SPHU.
- La posibilidad de solicitar a la SSCS las acciones y servicios correspondientes.

Art. 3. Reconoce como autoridad de aplicación (AA) de la LP N° 997/13 a la Subsecretaría de Higiene Urbana (SSHU) del MEPHU, salvo en lo concerniente a las disposiciones del art. 1.

Art. 4. La Subsecretaría Administrativa (SSADM) del MEPHU informa a la SM y al Ministerio de Economía los importes mensuales certificados de los servicios correspondientes a la ejecución de los contratos con información detallada por certificado, total mensual y acumulado anual para facilitar la planificación.

## **5.9. DESCRIPCIÓN DE CIRCUITO RESOL. N° 1.**

En respuesta a la Nota AGCBA N° 5728/24, la SSCS indicó que, por el art. 1 de la Res. 1:

... “se encomienda a la Subsecretaría de Comunicación Social de la entonces Secretaría de Medios, la ejecución del eje de trabajo correspondiente al Área de Comunicación, Publicidad y Educación establecido en el Plan de Relaciones con la Comunidad —Anexo VIII del Pliego de Especificaciones Técnicas (...) de la LP N° 997/13 para el SPHU.

... En dicha Resolución se establece la necesidad de encomendar acciones coordinadas entre esta Subsecretaría de Comunicación Social y la Dirección

General Comunicación dependiente del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana, para la ejecución del mencionado eje de trabajo, a los fines de instruir y disponer la ejecución del mentado servicio”.

Por su parte, cabe recordar que a la DGCOMUNIC le fue encomendado el diseño y aprobación del PAACPE del Plan de Relaciones con la Comunidad, en base a la elaboración por las empresas.

En respuesta a la Nota AGCBA N° 5598/24, la DGCOMUNIC precisa qué objetivos persigue y en qué consiste el Plan Anual del Área de Comunicación, Publicidad y Educación del Plan de Relaciones con la Comunidad del Anexo VIII:

“(…) dar cumplimiento a los requerimientos establecidos por Pliego de Bases y Condiciones, traduciendo los principios rectores de higiene urbana en ejes comunicacionales (...) se materializa en acciones de comunicación que responden a las directivas generales de comunicación del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, a las necesidades operativas del servicio y a las particularidades de las zonas de prestación. Todas las acciones se diseñan en contenido y formato de acuerdo con las características de las audiencias en pos de la efectividad de la comunicación”.

Además, verifica que las definiciones en materia de comunicación llevadas adelante por las empresas se encuentren efectivamente en el contenido de la campaña aprobado (párrafo 6).

Dentro del PAACPE, se hallan distintas clases de campañas de concientización:

- Campañas de comunicación directa: son las que ejecuta la DGCOMUNIC y representan el 20% del gasto a solventar (conforme párrafo 8 del punto 6, Anexo VIII). Ejemplo: “ploteo de camiones, eventos en espacios públicos (plazas, parques, etc.), organización de stands para abordar programas de educación ambiental, reciclaje y distintos temas relativos a higiene urbana”, según párrafo 5 entrevista del 6 de junio de 2024 con DGCOMUNIC.
- Campañas de comunicación masiva: Según respuesta de la SSCS al punto 5 de la Nota N° AGCBA N° 5728, éstas comprenden la compra de espacios publicitarios en los medios de comunicación (TV, radio, vía pública, digital). Aporta, asimismo, información acerca de las campañas mensuales planificadas para esa especie y representan el 80% del gasto a solventar.

Según la SSCS, en entrevista de fecha 28 de mayo de 2024, ese organismo manifiesta que verifica la planificación técnica y el cumplimiento de

los criterios de distribución y objetivos de las campañas (párrafo 7°) y que su intervención es meramente de índole técnica (párrafo 8).

Asimismo, la DGCOMUNIC en entrevista de fecha 26 de junio de 2024, indicó que la SSCS define el Manual de Marca.

Este instrumento constituye la guía que recopila los elementos gráficos de una marca, en este caso, de la identidad visual institucional del GCBA, por ejemplo: tamaños, colores, tipo de letras, gráficos en documentos oficiales, etc.

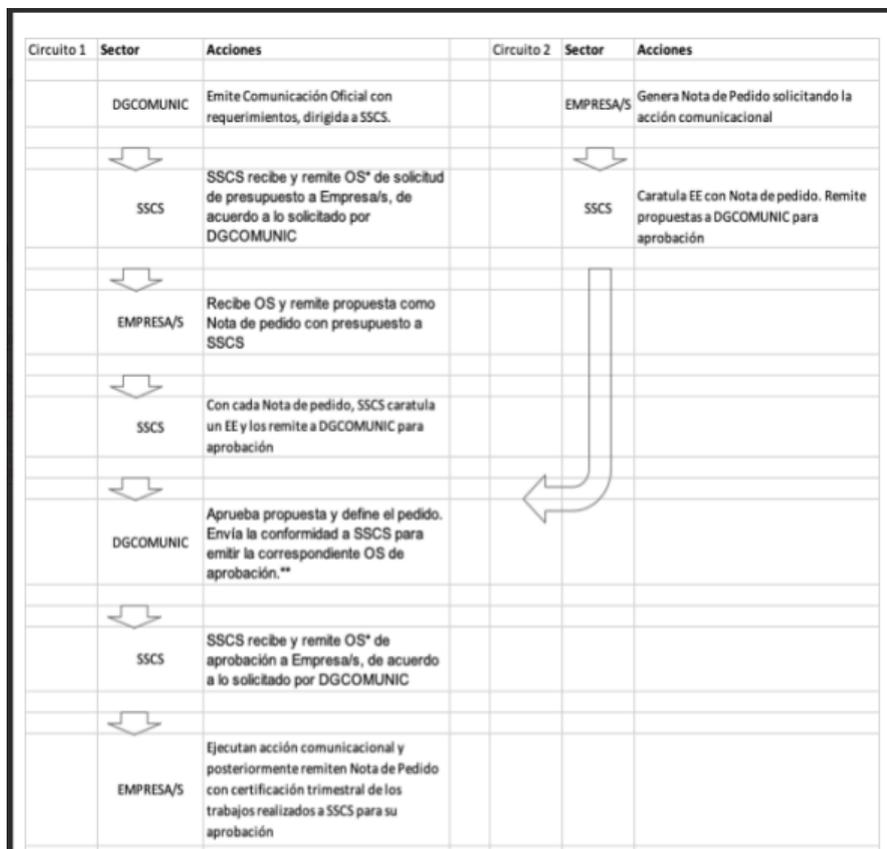
Detalla y explica cómo han de aplicarse visualmente en cada situación para conseguir una armonía institucional adecuada. En este sentido, todo tipo de comunicación visual de la CABA, en cualquier rubro; incluso más allá de la publicidad, tiene que guardar las especificaciones técnicas del manual.

Por ende, las campañas publicitarias deben respetar los lineamientos de ese cuerpo, que puede ser consultado en:

<https://buenosaires.gob.ar/jefedegobierno/manual-de-marca>

## 5.10. CIRCUITO DE TRÁMITE.

**Gráfico N° 1**  
**Circuito acciones de publicidad**



Fuente Elaboración SSCS y DGCOM.

En síntesis:

- Requerimiento de la DGCOMUNIC de la acción a desarrollar a la SSCS;
- La SSCS quien solicita a la empresa de acuerdo con las especificaciones de la DGCOMUNIC.
- La empresa recibe la OS y remite propuesta como NP con presupuesto a SSCS. Finalmente, remite NP con certificación trimestral de los trabajos realizados.
- Con el presupuesto en la NP la SSCS inicia EE y lo remite a DGCOMUNIC para su aprobación;
- La DGCOMUNIC aprueba la propuesta, define el pedido y envía conformidad a la SSCS.
- SSCS recibe y emite OS aprobatoria a la empresa.
- La empresa ejecuta la acción comunicacional.

### **5.11. INFORMES TRIMESTRALES DE GESTIÓN.**

Son informes elaborados y presentados por las contratistas ante la SSCS, en los que dan cuenta de las campañas cumplidas en el trimestre de que se trate por acciones de comunicación masiva y acciones de comunicación directa. Su presentación por parte de las Concesionarias está establecida en la Resolución Conjunta N°1.

Cada ITG comienzan con una Nota de Pedido suscripta por la empresa en la que indican los documentos que componen el Informe:

- Un informe general;
- La certificación contable sobre costos en comunicación y publicidad, y de las facturas emitidas en concepto de inversión del presupuesto que sostiene el Plan de Comunicación Publicidad y Educación, por el trimestre que corresponda. Para esto, deja constancia que dicha certificación se realizó mediante la modalidad de legalización, a través de firma digital por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas que corresponda al profesional actuante. El documento legal denominado factura no se acompaña en las actuaciones, sino la certificación del contador público. El detalle de la certificación muestra que, para todos los casos, se trata de facturas emitidas a las diferentes Concesionarias por una empresa de comunicación, Marketing Líquido SA.
- Nota de la contratista en la que da cuenta detallada de las campañas realizadas de acuerdo con la especificidad: comunicación masiva, directa, con activaciones y producciones; los medios utilizados y fotografías de los ploteos de camiones, eventos realizados, etc.

- Anexos con archivos organizados en carpetas nominadas por tema, que corresponde a las referencias del Informe general.
- Informe de la SSCS mediante el cual remite el documento a la DGCOMUNIC para su revisión y aprobación, conforme art. 2 de la Res. 1.
- Informe de la DGCOMUNIC, en el que ese organismo toma conocimiento de la presentación y de los montos específicos invertidos en comunicación masiva y en comunicación directa. Finalmente, aprueba el ITG y devuelve las actuaciones a la SSCS.
- La SSCS informa a la empresa la aprobación del ITG.

La SSCS entiende que esta tramitación implica el ejercicio del control por oposición (entrevista del 28/05/24 6° párrafo).

Se pusieron a disposición del equipo auditor los ITG correspondientes a todas las Concesionarias del SPHU, en relación al período auditado. Cada ITG contiene alrededor de 1400 hojas promedio.

## **SEGUNDA PARTE: ASPECTOS FINANCIEROS.**

En esta etapa se formulan comprobaciones, comparaciones, conciliaciones y análisis contables acerca del origen, uso y pago de los fondos destinados para las acciones de publicidad que ordena el art. 24 Ley 4120: aquellos que surgen del SIGAF y la información contable incluida en los Informes Trimestrales de Gestión que rinden las empresas concesionarias del SPHU.

Todo esto, a los efectos de concluir si el financiamiento fue tramitado conforme al art. 24 de la Ley 4120 y a las normas vigentes en la CABA.

El mandato financiero del art. 24 de la Ley 4120, indica que se deberá destinar a las campañas el 3% de lo facturado por las empresas concesionarias del servicio.

Tal como fuera indicado en el cuadro “Marco Normativo”, mediante las contratas de la LP N° 997/13, las contratistas autorizan al comitente (GCBA) a efectuar la retención del 3% correspondiente al valor certificado mensual y de las respectivas redeterminaciones.

Para esto, el comitente debe generar una cuenta en el Banco Ciudad en la cual se depositarán los importes retenidos. Esto surge de las cláusulas N° 24 para las concesionarias, salvo para CLIBA y ECOHÁBITAT, que se encuentra en la N° 25 de la Contrata.

En consonancia con el art. 24, el punto 6 del Anexo VIII del PETP de la LP N° 997/13, párrafo 8° ordena destinar el 3% de la facturación de las empresas en virtud de dicha LP para ejecutar campañas de concientización en la materia.

El párrafo 2° del punto 6, del Anexo VIII hace responsables a las contratistas del Servicio por la elaboración, ejecución e implementación del Plan Anual “bajo exclusivo costo y cargo” de aquellas.

En respuesta a la Nota AGCBA N° 5728/24 punto 2, la SSCS resalta el pasaje del Anexo VIII que refiere a la financiación por exclusivo costo y cargo de las contratistas.

En este sentido, la aprobación de la DGCOMUNIC, de la cual toma conocimiento la SSCS, indica los montos invertidos por las concesionarias en concepto de comunicación directa y masiva.

## **5.12. SEGUIMIENTO DEL CIRCUITO DE RETENCIÓN, PAGO Y RENDICIÓN DEL 3% DE LA FACTURACIÓN.**

En ninguno de los ITG se hace mención a la retención del 3% de la certificación mensual que indican las Contratas de la LP N° 997/13.

Ante esta situación, se consultó a la DGLIM si entendía en la materialización de la retención.

En entrevista de fecha 29 de mayo de 2024, la DGLIM relató que “no efectúa un contralor sobre el cumplimiento de lo dispuesto por el art. 24 de la Ley N° 4120”. Además, indicó que “esta Dirección General sugiere<sup>7</sup> a la DGTAL del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana, realizar dicha retención del 3%.”

En consonancia, en entrevista del 28 de mayo de 2024, la SSCS indicó que en “todas las campañas el contratista es responsable de la elaboración, ejecución e implementación del Plan Anual, quedando el costo de las campañas bajo exclusivo costo y cargo del mismo”. Sin embargo, también refirió que “las empresas del servicio de higiene urbana le deben rendir a la DGCOMUNIC del MEPHU en lo relativo al cumplimiento del art. 24 de la Ley N° 4120, más precisamente al 3% de su facturación que debe ser destinado a campañas de concientización ciudadana”.

---

<sup>7</sup> En respuesta la Nota AGCBA N° 11620/24, la DGLIM remite seis actuaciones en las que se da cuenta de la sugerencia, dirigida a la Gerencia Operativa Oficina de Gestión Sectorial (OGESE) de la Dirección General Técnica, Administrativa y Legal del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana.

Agregó que, “en cuanto a lo establecido por el art. 24 de la Ley 4120 y normativa consecuente, la intervención de la SSCS es de índole técnica comunicacional. En cambio, en el MEPHU su intervención tiene que ver no solo con lo comunicacional sino también con un control del gasto que se lleva adelante en estas campañas”. A mayor abundamiento, indicó que el MEPHU “tiene que saber cómo se gastó ese 3%. Para ello están los Informes Trimestrales que incluyen lo certificado en comunicación”.

Por su lado, en entrevista de fecha 6 de junio de 2024, la DGCOMUNIC, consultada sobre las normas relativas al 3% del monto facturado por las contratistas del servicio de higiene urbana que deben destinar a campañas de concientización, señaló que “tienen entendido que, ese porcentaje debe ser descontado de las certificaciones mensuales que presentan las empresas contratistas. Seguidamente, indicaron que estiman que quien lo debería debitar es la Dirección General Técnica Administrativa y Legal del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana, pero desconocen si ese porcentaje se retiene de esa manera. Expresaron que la DGCOMUNIC no tiene conocimiento de cómo se financia, y que no tienen nada ver con el manejo de fondos”.

En tal sentido, preguntado que le fuera a la DGTAL al respecto del circuito administrativo de retención del 3% indicó que, en cuanto a la facturación mensual del contrato, recibe de la Dirección General Limpieza la certificación correspondiente.

En lo que respecta a las tareas de control y supervisión, la DGTAL expresa que “no corresponde a esta Dirección General en el marco de sus competencias el control y/o supervisión por el cual se consulta”<sup>8</sup>.

### **5.13. RELEVAMIENTO CONTABLE.**

Se efectúan los siguientes análisis:

- a) Presupuestario.
- b) Descuentos órdenes de pago (Formularios C41) por zonas.
- c) Facturación en Informes Trimestrales de Gestión.

#### **a) ANÁLISIS PRESUPUESTARIO.**

El análisis presupuestario se practica de acuerdo con los siguientes criterios y documentación analizada:

- Recopilación y análisis de la normativa.

---

<sup>8</sup> IF-2024-26855852 GCABA-DGTAL-MEPHU

- Extracción de listado de transacciones 2022 (SIGAF).
- La información presupuestaria obtenida de la Cuenta Anual de Inversión 2022 se contrastó con los listados de Parametrizado de Créditos y de Transacciones que surgen de SIGAF.
- Se elaboraron cuadros analíticos en distintos niveles de desagregación respecto a la ejecución presupuestaria para el período examinado.
- Se analizó la información recibida de las siguientes Notas:  
Respuesta a Nota AGCBA N° 5598/2024 (DGCOMUNIC);  
Respuesta a Nota AGCBA N° 5728/2024 (SSCS);  
Respuesta a Nota AGCBA N° 5733/2024 (SSADM).

La Unidad Ejecutora N° 8737 D.G.LIM. tuvo a su cargo el Programa N° 52 “Servicios de Higiene Urbana”.

El Programa N° 52 “Servicios de Higiene Urbana”, conforme a la Cuenta Anual de Inversión 2022, se desarrolló presupuestariamente de la siguiente manera:

**Cuadro N° 8**  
**Ejecución Presupuestaria Programa N°52**

Jur. N° 35 "Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana"				
UE N° 8737 "Dirección General de Limpieza"				
Programa N° 52 "Servicios de Higiene Urbana"				
Proyecto	Sanción	Vigente	Devengado	% Devengado
N° 0 Servicios de Higiene Urbana	55.240.782.063,00	83.108.228.991,00	83.102.292.653,00	87,97%
N° 1 Adquisición de Contenedores	0,00	1.814.789.863,00	1.814.789.859,00	1,92%
N° 60 A.CU.MAR - Riachuelo	258.697.048,00	552.104.601,00	552.104.600,00	0,58%
N° 62 Servicio de Limpieza de Arroyos	100.673.500,00	178.446.335,00	178.446.335,00	0,19%
N° 72 Disposición Final Residuos Sólidos Urbanos	7.737.240.570,00	8.822.935.875,00	8.822.935.873,00	9,34%
<b>Total</b>	<b>63.337.393.181,00</b>	<b>94.476.505.665,00</b>	<b>94.470.569.320,00</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuenta Anual de Inversión 2022.

De acuerdo con la LP N° 997/2013 de conformidad con la Ley 4120-Marco Regulatorio del Servicio Público de Higiene Urbana, art. 24, las empresas adjudicatarias del servicio de higiene urbana, según la Base de Transacciones SIGAF, tienen ejecución presupuestaria en el período 2022 en el Programa 52, el Proyecto (0)- “Servicios de Higiene Urbana”- Actividad (10101) “Contrato De Basura”, y Proyecto (1)- “Adquisición de Contenedores de Fracción”-, lo cual delimita el objeto de auditoría del presente informe.

Según la Cuenta Anual de Inversión, el Proyecto N° 0 “Servicios de Higiene Urbana” alcanzó un devengamiento de \$83.102.292.653,00 representativo del 87,97% del total del Programa. Se ejecutaron cuatro

Actividades, siendo la N° 10000 “Recolección y Limpieza por terceros” la Actividad con mayor ejecución presupuestaria del 99,15%.

**Cuadro N° 9**  
**Presupuesto por Actividades**

Jur. N° 35 "Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana"				
UE N° 8737 "Dirección General de Limpieza"				
Programa N° 52 "Servicios de Higiene Urbana"				
N° 0 "Servicios de Higiene Urbana"				
Actividad	Sanción	Vigente	Devengado	% Devengado
1000- Conducción	71.897.349,00	599.854.232,00	599.224.220,00	0,72%
2000- Administración y Servicios Generales	97.276.189,00	107.983.010,00	107.983.005,00	0,13%
10000- Recolección y Limpieza por terceros	55.071.608.525,00	82.400.391.748,00	82.395.085.428,00	99,15%
11000- Servicios de Consultoría	0,00	1,00	0,00	0%
<b>Total</b>	<b>55.240.782.063,00</b>	<b>83.108.228.991,00</b>	<b>83.102.292.653,00</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuenta Anual de Inversión 2022.

No obstante, si tomamos como información la Base de Transacciones de SIGAF, el Proyecto N° 0 “Servicios de Higiene Urbana” ejecutó seis Actividades, pero esto no altera el total del proyecto:

**Cuadro N° 10**  
**Presupuesto por Actividades**

Jur. N° 35 "Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana"				
UE N° 8737 "Dirección General de Limpieza"				
Programa N° 52 "Servicios de Higiene Urbana"				
N° 0 "Servicios de Higiene Urbana"				
Actividad	Sanción	Vigente	Devengado	% Devengado
1000- Conducción	0,00	527.956.883,00	599.224.219,54	0,72%
2000- Administración y Servicios Generales	0,00	10.706.821,00	107.983.005,46	0,13%
10000- Recolección y Limpieza por terceros	0,00	91.535.714,00	233.998.661,20	0,28%
10101- Contrato De Basura	0,00	25.179.403.171,00	79.336.117.624,07	95,47%
10102- Zonas Vulnerables	0,00	2.057.844.338,00	2.824.969.143,02	3,40%
11000- Servicios de Consultoría	0,00	1,00	0,00	0%
<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>27.867.446.928,00</b>	<b>83.102.292.653,29</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de transacciones 2022 SIGAF.

Se revisan las Actividades N° 10101 “Contrato De Basura y N° 10102 “Zonas Vulnerables”, teniendo la primera una ejecución presupuestaria de \$79.336.117.624,07 equivalente al 95,47% del total del Proyecto.

Se desagrega la Actividad N° 10101 “Contrato de Basura” objeto de auditoría a nivel de inciso.

**Cuadro Nº 11**  
**Presupuesto por inciso**

Jur. Nº 35 "Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana" UE Nº 8737 "Dirección General de Limpieza" Programa Nº 52 "Servicios de Higiene Urbana" Proyecto Nº 0 "Servicios de Higiene Urbana" Actividad Nº 10101 "Contrato de Basura"			
Inciso	Sanción	Vigente	Devengado
1- Gastos en personal	-	-	-
2- Bienes de Consumo	-	-	-
3- Servicios no personales	54.162.020.766,00	79.341.423.937,00	79.336.117.624,07
4- Bienes de Uso	-	-	-
<b>Total</b>	<b>54.162.020.766,00</b>	<b>79.341.423.937,00</b>	<b>79.336.117.624,07</b>

Fuente: Base de Transacciones SIGAF 2022.

El Proyecto Nº 1 "Adquisición de Contenedores de Fracción", alcanzó un devengamiento de \$1.814.789.859,16 representativo del 1,92% del total del Programa. A continuación, se desagrega a nivel de inciso.

**Cuadro Nº 12**  
**Presupuesto por inciso**

Jur. Nº 35 "Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana" UE Nº 8737 "Dirección General de Limpieza" Programa Nº 52 "Servicios de Higiene Urbana" Proyecto Nº 1 "Adquisición De Contenedores Fracción"			
Inciso	Sanción	Vigente	Devengado
1- Gastos en personal	-	-	-
2- Bienes de Consumo	-	-	-
3- Servicios no personales	-	-	-
4- Bienes de Uso	-	1.814.789.863,00	1.814.789.859,16
<b>Total</b>	<b>-</b>	<b>1.814.789.863,00</b>	<b>1.814.789.859,16</b>

Fuente: Base de Transacciones SIGAF 2022.

**b) DESCUENTOS ORDENES DE PAGO (F. C41) POR ZONAS.**

A los efectos de verificar la efectiva retención del 3% de la certificación mensual de las empresas proveedoras del servicio de higiene urbana, se procede a verificar el total devengado por todas las zonas durante el ejercicio 2022.

Se detecta que la retención del 3% se aplica sobre las órdenes de pago (C41) bajo el concepto de cesión por "contrato de prestación servicio público de higiene urbana fracción húmedos- Licitación Pública Nacional e internacional 997/2013 Resolución 1262/2013 – Contrato de exclusividad y dirección campañas comunicación publicidad y educación servicio higiene urbana- cede el 3% de cada factura". En todos estos casos la cesión se destina a Marketing Líquido S.A.

El importe total devengado por el servicio de higiene urbana en virtud del Programa 52, Proyecto (0)- “Servicios de Higiene Urbana”- Actividad (10101) “Contrato De Basura”, y Proyecto (1)- “Adquisición de Contenedores de Fracción”- es \$ 81.150.907.483,23, compuesto por “Contrato de Basura” \$ 79.336.117.624,07 y “Adquisición de contenedores de fracción” \$ 1.814.789.859,16.

**Cuadro Nº 13**  
**Devengamiento por Zona y cesión a Marketing Líquido S.A**  
**Programa 52 Py 0 Act 10101 y Py 1**

Zona	Contrato de basura	Adquisición contenedores de fracción	Importe Neto de la orden	Cesión a Marketing Líquido S.A.	Cesión expresada en %	3%	Diferencia
Zona 1	14.038.027.797,04	0,00	14.038.027.797,04	421.528.941,60	3,0028%	421.140.833,91	388.107,69
Zona 2	14.426.280.198,64	0,00	14.426.280.198,64	0,00	0,0000%	432.788.405,96	-432.788.405,96
Zona 3	14.914.501.720,32	289.355.700,11	15.203.857.420,43	456.115.722,60	3,0000%	456.115.722,61	-0,01
Zona 4	11.646.965.598,06	525.890.507,23	12.172.856.105,29	0,00	0,0000%	365.185.683,16	-365.185.683,16
Zona 6	11.857.331.931,65	518.396.959,19	12.375.728.890,84	359.850.974,68	2,9077%	371.271.866,73	-11.420.892,05
Zona 7	12.453.010.378,36	481.146.692,63	12.934.157.070,99	388.024.711,91	3,0000%	388.024.712,13	-0,22
<b>Total</b>	<b>79.336.117.624,07</b>	<b>1.814.789.859,16</b>	<b>81.150.907.483,23</b>	<b>1.625.520.350,79</b>	<b>2,003%</b>	<b>2.434.527.224,50</b>	<b>-809.006.873,71</b>

Fuente: Base de transacciones SIGAF 2022.

De acuerdo a lo analizado, debiera haberse retenido la suma de \$ 2.434.527.224,50, pero se cedió \$ 1.625.520.350,79.

En **ANEXO IV** se detalla el devengamiento trimestral y anual por zona.

### **ANÁLISIS RETENCIÓN POR ZONAS DE PRESTACIÓN.**

El objetivo tenido en cuenta es el relevamiento del 100% de las órdenes de pago (C41) que surgen del listado de transacciones de SIGAF respecto al programa 52 para comprobar si el GCBA efectúa la retención del 3% sobre el pago a las contratistas.

Para ello, se descargó el listado de transacciones 2022 de SIGAF correspondiente a la Unidad Ejecutora (8737) “Dirección General de Limpieza” - Programa (52) “Servicios de Higiene Urbana”- Proyecto (0) “Servicios de Higiene Urbana” -Actividad (10101) “Contrato De Basura”, y Proyecto (1) “Adquisición de contenedores de fracción”, y

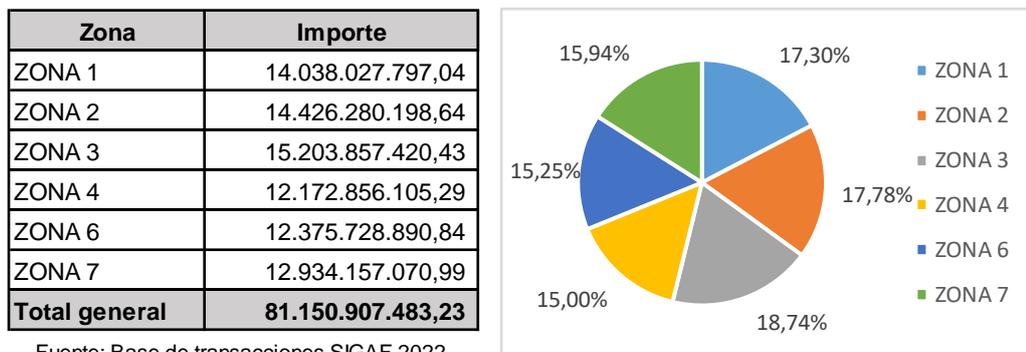
- Se extrajo los formularios C41 (órdenes de pago) y se desagregaron por zona.
- Se visualizó el detalle de los importes aplicados a la orden de pago (deducciones, cesiones).

- Se elaboraron cuadros analíticos desagregados por zonas respecto a los importes deducidos en las órdenes de pago.

Se procedió a examinar la totalidad de las órdenes de pago (946 formularios) emitidas en virtud del Programa 52 en el ejercicio 2022 a los efectos de verificar la efectiva retención del 3% de la certificación mensual de las empresas contratistas del servicio de higiene urbana.

En el siguiente Cuadro se expone el total de pagos del Programa N°52 “Servicios de Higiene Urbana” desagregado por cada una de las zonas.

**Cuadro N° 14 y Gráfico N° 2 UE 8737**  
**Programa 52- Devengado**



Fuente: Elaboración AGCBA en base a datos SIGAF.

## **PROGRAMA 52**

### **Proyecto 0- Actividad 10101**

#### **ZONA 1 AESA, ASEO y ECOLOGIA SA:**

De análisis de las 199 órdenes de pago por un importe total de \$14.038.027.797,04, surge una cesión a la empresa MARKETING LIQUIDO S.A., por un total de \$ 421.528.941,60. Todas las cesiones corresponden al 3% indicado por ley, bajo el mismo detalle de cesión “CONTRATO DE EXCLUSIVIDAD Y DIR.DE CAMPAÑAS DE COMUNIC., PUBLIC., Y ED. DEL SERV. PUBLICO DE HIGIENE URBANA Y SU PROGRAMA DE RELAC. CON LACOMUNIDAD. LIC.997/13, ZONA 1”.

Solo en el C41 N° 321658 se registra erróneamente los importes, la misma por un valor de \$1.176.083,01. Se debía retener en concepto de 3% \$ 35.282,49.- pero se realizó una cesión por este mismo concepto de \$

423.389,88.-, es decir una diferencia a favor de MARKETING LIQUIDO S.A. de \$ 388.107,39.- equivalente al 36% del importe de la orden sin explicación alguna.

**Cuadro N° 15**  
**OP C41 N° 321658**

C41	Empresa	Importe C41	Ded. Impos	Cesión 3%	Cesión efect	Diferencia	Total pagado
321658	AESA, ASEO Y ECOLOGIA S.A	\$ 1.176.083,01	\$ 134.452,39	\$ 35.282,49	\$ 423.389,88	\$ 388.107,39	\$ 618.240,74

**Fuente: Elaboración AGCBA en base a datos extraídos del SIGAF**

### **ZONA 2 CLIBA:**

Se revisaron 98 formularios C41 los cuales totalizan \$14.426.280.198,64 verificándose que no hay constancia de cesión del 3%.

### **ZONA 3 SOLBAYRES:**

De análisis de las 153 órdenes de pago por un total de \$14.914.501.720,32, surge que en todos los casos se cede el 3% a la empresa Marketing Líquido S.A. por un importe de \$ 447.435.051,61.

### **ZONA 4 ECOHABITAT:**

Se revisaron 105 formularios C41 los cuales totalizan \$11.646.965.598,06 verificándose que no hay constancia de cesión del 3%.

### **ZONA 6 ASHIRA y MARTIN UTE:**

Se verifican 206 órdenes de pago por un total de \$ 1.857.331.931,65 en las cuales se realiza el descuento del 3% bajo el término “cesión”, siendo el beneficiario la empresa Marketing Líquido S.A. por un total de \$ 344.229.065,91.

En el formulario C41 N° 497896 se detecta un error y por consiguiente la omisión de descontar la suma de \$ 12.766.741,28, siendo la suma descontada \$1.276.741,28 equivalente al 0,3% del importe de la orden, en perjuicio de MARKETING LIQUIDO S.A.

**Cuadro N° 16**  
**Formulario C41 497896**

Año	Tipo Formulario	No Formulario	Descripción	Zona	Pagado	Deducciones	Cedido a Marketing Líquido S.A.	Porcentaje	Detalle Cesión
2022	C41	497896	ASHIRA S.A - MARTIN Y MARTIN S.A UTE	ZONA 6	425.558.042,71	47.701.314,69	1.276.741,28	0,30%	CONTRATO DE PRESTACION SERVICIO PUBLICO- HIGIENE URBANA FRACCION HUMEDOS-ZONA 6- LIC/PUB NACIONAL E INTERNACIONAL 997/2013- RESOLUCION 1262/2013- CONTRATO DE EXCLUSIVIDAD Y DIRECCION CAMPAÑAS COMUNICACION PUBLICIDAD Y EDUCACION SERVICIO HIGIENE URBANA-CEDE EL 3% DE CADA FACTURA-

**Fuente: Elaboración AGCBA en base a datos SIGAF**

### **ZONA 7 TPTE OLIVO y URBASER UTE:**

Se verifican 165 órdenes de pago por un total de \$ 12.453.010.378,36 en las cuales se realiza el descuento del 3% bajo el término “cesión”, siendo el beneficiario la empresa Marketing Líquido S.A. por un total de \$373.590.311,13.

En función de los datos extraídos de SIGAF, se elabora el siguiente cuadro en el cual se indica el importe de las órdenes de pago de cada una de las zonas del proyecto 0, las deducciones impositivas, la cesión a Marketing Líquido S.A por cada una de ellas.

**Cuadro N° 17**  
**Programa 52- Py 0-Actividad 10101- Devengado**

Zona	Cant. C41	Importe Neto de la Orden	Deducciones Impositivas	Otras Cesiones	Cesión a Marketing Líquido S.A.	%Marketing Líquido S.A.	Pago a Contratista
ZONA 1	199	14.038.027.797,04	1.666.820.555,70	-	421.528.941,60	3,0028%	11.949.678.299,74
ZONA 2	98	14.426.280.198,64	1.576.306.895,33	4.980.108.746,33	-	0%	7.869.864.556,98
ZONA 3	153	14.914.501.720,32	1.559.335.371,98	10.096.974.312,28	447.435.051,61	3,0000%	2.810.756.984,45
ZONA 4	105	11.646.965.598,06	1.441.090.567,43	-	-	0%	10.205.875.030,63
ZONA 6	206	11.857.331.931,65	1.368.523.334,90	-	344.299.065,91	2,9037%	10.144.509.530,84
ZONA 7	165	12.453.010.378,36	1.251.268.755,87	10.828.151.311,36	373.590.311,13	3,0000%	0,00
<b>Total</b>	<b>926</b>	<b>79.336.117.624,07</b>	<b>8.863.345.481,21</b>	<b>25.905.234.369,97</b>	<b>1.586.853.370,25</b>	<b>2,0002%</b>	<b>42.980.684.402,64</b>

Fuente: Base de transacciones SIGAF 2022.

Zonas 2 y 4: Incumplimiento de la retención.  
Zonas 1, 3, 6 y 7: Cumplimiento de la retención.

### **PROGRAMA 52** **Proyecto 1**

El GCBA efectuó pagos a las zonas 3, 4, 6 y 7 por un total de \$1.814.789.859,16 que se ve reflejado en 20 formularios C41.

Respecto de la zona 1 y 2 no constan órdenes de pago (C41) en el SIGAF durante el período auditado.

A continuación, se detallan las cesiones deducidas en cada zona.

### **ZONA 3:**

Se revisaron 4 formularios C41 los cuales totalizan \$ 289.355.700,11 y en el 100% formularios se cede el 3% a Marketing Líquido S.A. equivalente a \$ 8.680.670,99 en concepto de “Servicio Público de Higiene Urbana- Fracción

*Húmedos Zona 3- Lic.Púb Nac. E Intern N° 997/2013 Resolución 1262/2013-cede el 3% de todos los derechos de cobro”.*

**ZONA 4:**

Se revisaron 5 formularios C41 los cuales totalizan \$525.890.507,23, que no sufrieron cesión alguna por ningún concepto.

**ZONA 6:**

Se revisaron 4 formularios C41 los cuales totalizan \$ 518.396.959,19 de los cuales en todos los casos se cedió el 3% a Marketing Liquido S.A. equivalente a \$15.551.908,77, en concepto de *“contrato de prestación servicio público-higiene urbana fracción húmedos-zona 6- Lic./pub nacional e internacional 997/2013 resolución 1262/2013-contrato de exclusividad y dirección campañas comunicación publicidad y educación servicio higiene urbana-cede el 3% de cada factura”.*

**ZONA 7:**

Se revisaron 4 formularios C41 que totalizan \$ 481.146.692,63, de los cuales se cedió un 3% a Marketing Liquido S.A equivalente a \$ 14.434.400,78 en concepto de *“Contrato de exclus. y dir. de campañas de comun. pública. y educ. del Serv. Público de Higiene Urbana y su programa de rel. con la comunidad. Lic. Púb. e Int. 997/13-cede el 3% de cada factura”.*

En función de los datos extraídos de SIGAF se elabora el siguiente cuadro en el que se indica el importe de las órdenes de pago de cada una de las zonas del proyecto 1, las deducciones impositivas, la cesión a Marketing Liquido S.A por cada una de ellas.

**Cuadro N° 18**  
**Programa 52- Py 1- Devengado**

Zona	Cant. C41	Importe Neto de la Orden	Deducciones Impositivas	Otras Cesiones	Cesión a Marketing Liquido S.A.	% Marketing Liquido S.A	Pago a Contratista
ZONA 3	4	289.355.700,11	29.232.744,62	174.534.024,26	8.680.670,99	3,0000%	76.908.260,24
ZONA 4	5	525.890.507,23	59.627.980,96	-	-	0,0000%	466.262.526,27
ZONA 6	7	518.396.959,19	55.589.384,90	-	15.551.908,77	3,0000%	447.255.665,52
ZONA 7	4	481.146.692,63	46.221.098,57	420.491.193,28	14.434.400,78	3,0000%	0,00
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>1.814.789.859,16</b>	<b>190.671.209,05</b>	<b>595.025.217,54</b>	<b>38.666.980,54</b>	<b>2,1307%</b>	<b>990.426.452,03</b>

Fuente: Base de transacciones SIGAF 2022.

Zonas 3, 6 y 7: cumplimiento de la retención.

Zona 4: Incumplimiento de la retención.

Se expone el siguiente cuadro, a modo de resumen, con los importes devengados de cada Zona en los proyectos auditados.

**Cuadro N° 19**  
**Programa 52- Py 0 y 1-Devengado**

Zona	Cant. C41	Importe Neto de la Orden	Deducciones Impositivas	Otras Cesiones	Cesión a Marketing Líquido S.A.	%Marketing Líquido S.A.	Pago a Contratista
ZONA 1	199	14.038.027.797,04	1.666.820.555,70	-	421.528.941,60	3,0028%	11.949.678.299,74
ZONA 2	98	14.426.280.198,64	1.576.306.895,33	4.980.108.746,33	-	0,0000%	7.869.864.556,98
ZONA 3	157	15.203.857.420,43	1.588.568.116,60	10.271.508.336,54	456.115.722,60	3,0000%	2.887.665.244,69
ZONA 4	110	12.172.856.105,29	1.500.718.548,39	-	-	0,0000%	10.672.137.556,90
ZONA 6	213	12.375.728.890,84	1.424.112.719,80	-	359.850.974,68	2,9077%	10.591.765.196,36
ZONA 7	169	12.934.157.070,99	1.297.489.854,44	11.248.642.504,64	388.024.711,91	3,0000%	- 0,00
<b>Total</b>	<b>946</b>	<b>81.150.907.483,23</b>	<b>9.054.016.690,26</b>	<b>26.500.259.587,51</b>	<b>1.625.520.350,79</b>	<b>2,0030%</b>	<b>43.971.110.854,67</b>

Fuente: Base de transacciones SIGAF 2022.

### c) ANÁLISIS INFORMES TRIMESTRALES DE GESTIÓN (ITG).

De acuerdo con la documentación presentada por las concesionarias del SPHU, los montos invertidos por éstas se encuentran reflejados en las facturas a nombre de la empresa Marketing Líquido.

Dichas facturas no se hallan expuestas en cada ITG, sino que están mencionadas en un informe realizado por contador público con firma certificada por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas. Los documentos de pago fueron revisados aplicando reglas de certificación contable del ámbito privado.

Dada la importancia de los montos involucrados, hubiese constituido una buena práctica en materia de control interno, la revisión aleatoria de las facturas presentadas por las empresas.

En síntesis, de estos Informes Trimestrales surge que las Concesionarias pagan a su costo y cargo lo relacionado con la implementación y ejecución del Plan Anual en virtud del Anexo VIII, a partir de una contratación y facturación entre privados.

La certificación del Contador y los ITG no mencionan en ningún momento, que la erogación de la facturación a ML se efectúa a partir de la cesión del 3% que consta en las órdenes de pago del SPHU (C41).

De acuerdo con los informes trimestrales de gestión de comunicación reportados por las empresas concesionarias del Servicio Público de Higiene Urbana de la Lic. Pública Nacional e Internacional N° 997/13 proporcionados por la Subsecretaría de Comunicación Social, la facturación emitida por las

Concesionarias del SPHU a Marketing Líquido S.A. por el período 2022 asciende a \$2.183.592.924,10.

Se resume en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 20**  
**Resumen facturación de las Concesionarias a Marketing Líquido,**  
**anual por zona (Fuente: ITG)**

<b>Zona</b>	<b>Facturación Marketing Liquido S.A</b>
ZONA 1	340.381.017,74
ZONA 2	425.331.839,01
ZONA 3	335.006.269,46
ZONA 4	322.560.394,74
ZONA 6	422.599.716,34
ZONA 7	337.713.686,81
<b>TOTAL</b>	<b>2.183.592.924,10</b>

Fuente: Informes trimestrales

En el ANEXO V se detalla de manera trimestral por empresa concesionaria.

Así, a partir del relevamiento efectuado, se verifica que, en el año 2022, el GCABA abonó a Marketing Liquido la suma de \$ 1.625.450.350,79 a través de la cesión<sup>9</sup> de un 2,003% de la certificación anual del SPHU. Por otro lado, las 6 concesionarias de este servicio público abonaron a Marketing Liquido S.A. la suma de \$ 2.183.592.924,1 (2,69%) conforme surge de los ITG.

---

<sup>9</sup> Con origen en el Contrato de exclusividad y dir. de campañas de comunicación pública. y educación del Serv. Público de Higiene Urbana y su programa de relación con la comunidad - Lic. Púb. e Int. 997/13, referido en todos los C41. Este Contrato y la descripción de las acciones de control al respecto del mismo fue requerido a la DGTAL del MEPHU, siendo su respuesta que “no corresponde a esta Dirección General en el marco de sus competencias el control y/o supervisión por el cual se consulta.” (IF 2024-26855852)

Se resume en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 21**  
**Pagos totales en concepto de cesión para campañas del art. 24 (C41) y facturación de las concesionarias según ITG, por igual concepto. Año 2022**  
**(Expresado en \$)**

Devengado del SPHU Año 2022	Cesión total del período por todas las empresas en concepto de campañas de concientización (Fuente: C41)	expresión en %	Pago total por facturación anual de todas las empresas (Fuente: ITG)	expresión en %
81.150.907.483,23	1.625.450.350,79	2,003%	2.183.592.924,10	2,691%

Fuente: Elaboración equipo auditor en base a SIGAF e ITG.

Para el caso de ambas erogaciones, el destinatario de los fondos resulta ser Marketing Líquido S.A.

## 6. OBSERVACIONES.

**6.1. Inexistencia de mecanismos de control del cumplimiento del Art. 24 de la Ley 4120.** Ninguna de las áreas que intervienen en el proceso de aprobación de los Informes Trimestrales de Gestión efectúa el control de la correspondencia entre el monto correspondiente al 3% de lo facturado por los contratistas, los costos en comunicación y publicidad informados y los valores de mercado correspondientes a las acciones realizadas. Ello implica la falta de verificación del cumplimiento de la obligación establecida en el Art. 24 de la Ley 4120.

**6.2. Incompletitud de la normativa aplicable.** Se verifica la falta de identificación y precisión respecto de la autoridad de aplicación para cada una de las acciones involucradas con el Art. 24 de la Ley 4120, lo cual dificulta la atribución de responsabilidades.

**6.3. Incumplimiento a la Contrata de la LP N° 997/13, en sus cláusulas N° 24 y 25,** respectivamente, toda vez que el destino del 3% de la facturación mensual debió realizarse a una cuenta especial del Banco Ciudad abierta a los fines del depósito de los gastos para las campañas que indica el Art. 24 de la Ley 4120.

**6.4. Incumplimiento a la retención del 3% del total devengado por el SPHU<sup>10</sup>, durante el año 2022.** El devengado es de \$ 81.150.907.483,23, compuesto por “Contrato de Basura” (\$ 79.336.117.624,07) y “Adquisición de contenedores de fracción” (\$ 1.814.789.859,16). Sobre el mismo debiera haberse retenido un 3% a las empresas concesionarias con destino a campañas de concientización de

<sup>10</sup> PROGRAMA 52, PROYECTO 0, “SERVICIOS DE HIGIENE URBANA”- ACTIVIDAD (10101) “CONTRATO DE BASURA”, Y PROYECTO (1)- “ADQUISICIÓN DE CONTENEDORES DE FRACCIÓN”

acuerdo con lo normado en la Ley CABA N° 4120, equivalente a \$ 2.434.527.224,50, pero se cedió \$ 1.625.520.350,79. Se verifica, por tanto, una diferencia de \$ 809.006.873,71.

Los desvíos se verificaron en:

- e. Programa 52, Proyecto 0, Actividad 10101. Zonas 2 y 4.
- f. Programa 52- Proyecto 1, Zona 4.
- g. Orden de Pago, FORMULARIO C41 N° 321658<sup>11</sup>. Correspondía retener en concepto de 3% la suma de \$ 35.282,49 pero se realizó una cesión por \$ 423.389,88, es decir una diferencia a favor de Marketing Liquido S.A. de \$ 388.107,39 equivalente al 36% del importe de la orden.
- h. OMISIÓN DE DESCUENTO en la orden de pago FORMULARIO C41 N° 497896<sup>12</sup>. Se verifica que la suma descontada es de \$1.276.741,28 equivalente al 0,3% del importe de la orden.

## 7. RECOMENDACIONES.

**7.1.** La autoridad que resulte competente, deberá actualizar y optimizar el procedimiento diseñado en la normativa vigente en materia de campañas de concientización, estableciendo normas precisas en cuanto a las funciones y las responsabilidades, mecanismos de control específicos y adecuado control financiero.

**7.2.** Toda vez que la normativa aplicable no resulta clara en cuanto a atribución de responsabilidades, se deberá instar a la modificación de la misma.

**7.3.** Se deberá velar por el cumplimiento efectivo del instrumento que materializa la contratación de la LP N° 997/13.

**7.4.** Se deberá afianzar y optimizar las acciones para asegurar el cumplimiento en tiempo y forma del mandato legal establecido en el art. 24 de la Ley 4120, mediante la correcta retención del 3% de la facturación en todas las zonas.

---

<sup>11</sup> Correspondiente al PROGRAMA 52 Proyecto 0- Actividad 10101. Zona 1

<sup>12</sup> Correspondiente al PROGRAMA 52 Proyecto 0- Actividad 10101. Zona 6.

## 8. CONCLUSIONES.

El objeto del presente informe se centra en la verificación del cumplimiento de los aspectos legales de los procedimientos establecidos en el artículo 24 de la Ley 4120 “Marco Regulatorio del Servicio Público de Higiene Urbana (SPHU) de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires”.

Cabe mencionar que el artículo 24 de la citada norma establece que, a los fines de poder cumplir con las metas previstas en la Ley 1854 “De gestión de los residuos sólidos urbanos”, las empresas concesionarias deberán destinar el tres por ciento (3%) de lo facturado a campañas de concientización ciudadana durante la totalidad del período concesionado respecto de las cuestiones de higiene.

A raíz de ello, se dicta la Resolución Conjunta RESFC-2020-1-GCABA-MEPHUGC la cual establece en su artículo 2° que la Dirección General Comunicación del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana diseñará y aprobará el Plan Anual del Área de Comunicación, Publicidad y Educación del Plan de Relaciones con la Comunidad del Anexo VIII del Pliego de Especificaciones Técnicas de la Licitación Pública N° 997/13 para la contratación del Servicio Público de Higiene Urbana – Fracción Húmedos.

Por otro lado, en el mismo artículo de la Resolución, se establece que la Dirección General Comunicación del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana será la encargada de la aprobación del Informe Trimestral de Gestión que las contratistas deben presentar de acuerdo a lo establecido en la Licitación Pública 997/2013 en el marco del Plan de Comunicación, Publicidad y Educación.

En los Informes Trimestrales se realiza una descripción general de las campañas de comunicación masiva, acciones de concientización, mantenimiento de flota y automotores (acciones directas) y de las activaciones y producciones efectuadas a lo largo del período como también se acompañan el detalle de la inversión realizada con certificación contable y las correspondientes certificaciones de las piezas de comunicación utilizadas y las producciones de soporte de comunicación.

Ahora bien, de las respuestas otorgadas por los organismos intervinientes en el procedimiento vinculado a la asignación del 3%, ninguno reconoce o asume responsabilidades relacionadas con el mismo, sólo se limitan a aspectos exclusivamente técnicos del rubro publicidad, de manera que se puede concluir que el ambiente de control interno es disperso e insuficiente, sobre todo si se tiene en cuenta que intervienen cuatro organismos distintos.

Se destaca que todo lo antedicho es producto de la incompletitud de la normativa aplicable. Se verifica la falta de identificación y precisión respecto de la autoridad de aplicación para cada una de las acciones involucradas con el Art. 24 de la Ley 4120, lo cual dificulta la atribución de responsabilidades.

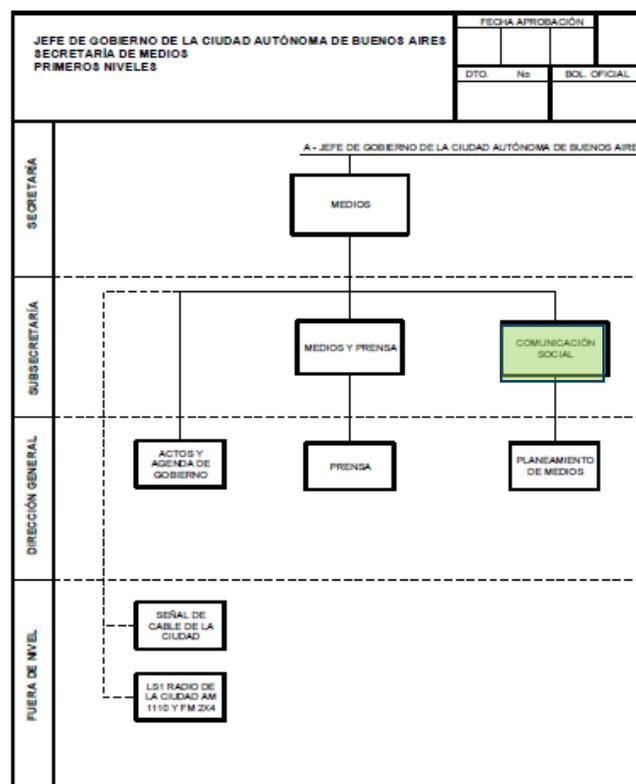
En atención a dichas manifestaciones, la Administración debería tomar medidas conducentes a los fines de que cada área tenga funciones específicas que satisfagan todo el circuito para el tratamiento de la cuestión, y, sobre todo aquellas relacionadas con el control y destino de dichos fondos.

## ANEXO I – ESTRUCTURA ORGÁNICO FUNCIONAL

Se resaltan en *itálicas* las funciones que hacen al objeto de auditoría por cada organismo.

### 1. SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN SOCIAL (Decreto N° 463/19, BOCBA N° 5762 del 16/12/19)

Gráfico N° 9  
SSCS



### DESCRIPCIÓN DE RESPONSABILIDADES PRIMARIAS

*Entender en la planificación, ejecución y administración de las contrataciones en materia de publicidad para las áreas del Poder Ejecutivo.*

Entender en la promoción de los medios vecinales de comunicación, en los términos de la Ley N° 2.587.

Asistir a la Secretaría de Medios en la planificación, promoción y ejecución de los convenios de patrocinio que se realicen en los términos de la Ley N° 6.163 y sus normas reglamentarias, en coordinación con las áreas competentes.

Supervisar la gestión de las radios de la Ciudad, el Canal de la Ciudad y otros medios en los que el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires tenga participación, así como la estrategia de contenidos multimedios.

## 1.2. DIRECCIÓN GENERAL PLANEAMIENTO DE MEDIOS.

### DESCRIPCIÓN DE RESPONSABILIDADES PRIMARIAS.

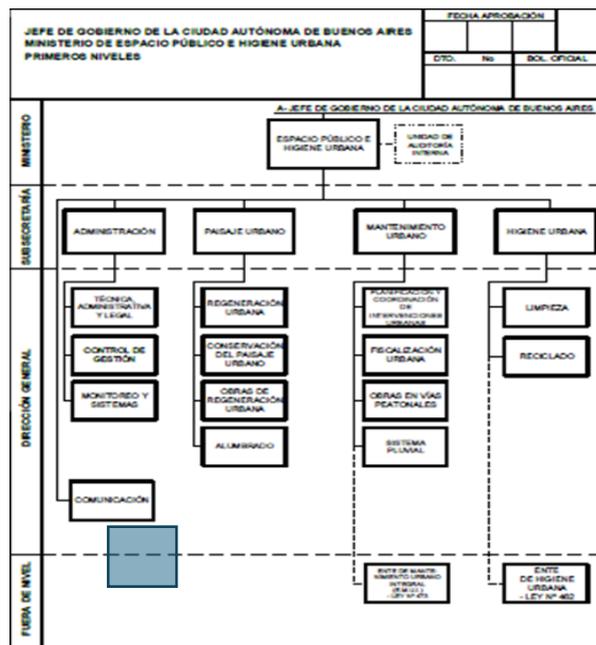
*Planificar, ejecutar y administrar las contrataciones en materia de publicidad para las distintas áreas del Poder Ejecutivo.*

Desarrollar la política de promoción de medios vecinales de comunicación, en los términos de la Ley N° 2.587.

Monitorear la correcta emisión de las acciones de comunicación en los medios, en atención a los espacios publicitarios contratados.

## 2. DIRECCIÓN GENERAL COMUNICACIÓN MEPHU – (Decreto N° 463/19)

Gráfico N° 10  
DGCOMUNIC



## DESCRIPCIÓN DE RESPONSABILIDADES PRIMARIAS

Diseñar los lineamientos estratégicos de la política de comunicación institucional del Ministerio, en coordinación con las áreas competentes.

*Implementar las políticas de comunicación directa, comunicación masiva, difusión y prensa de los actos y áreas de injerencia del Ministerio, de acuerdo a los lineamientos establecidos por las áreas competentes.*

*Planificar las contrataciones que en materia de comunicación y publicidad realice el Ministerio en coordinación con las áreas competentes.*

Diseñar e implementar las acciones de comunicación interna del Ministerio.

Participar en los procesos de implementación de sistemas informáticos en el Ministerio que sean soportes de las acciones de comunicación emprendidas.

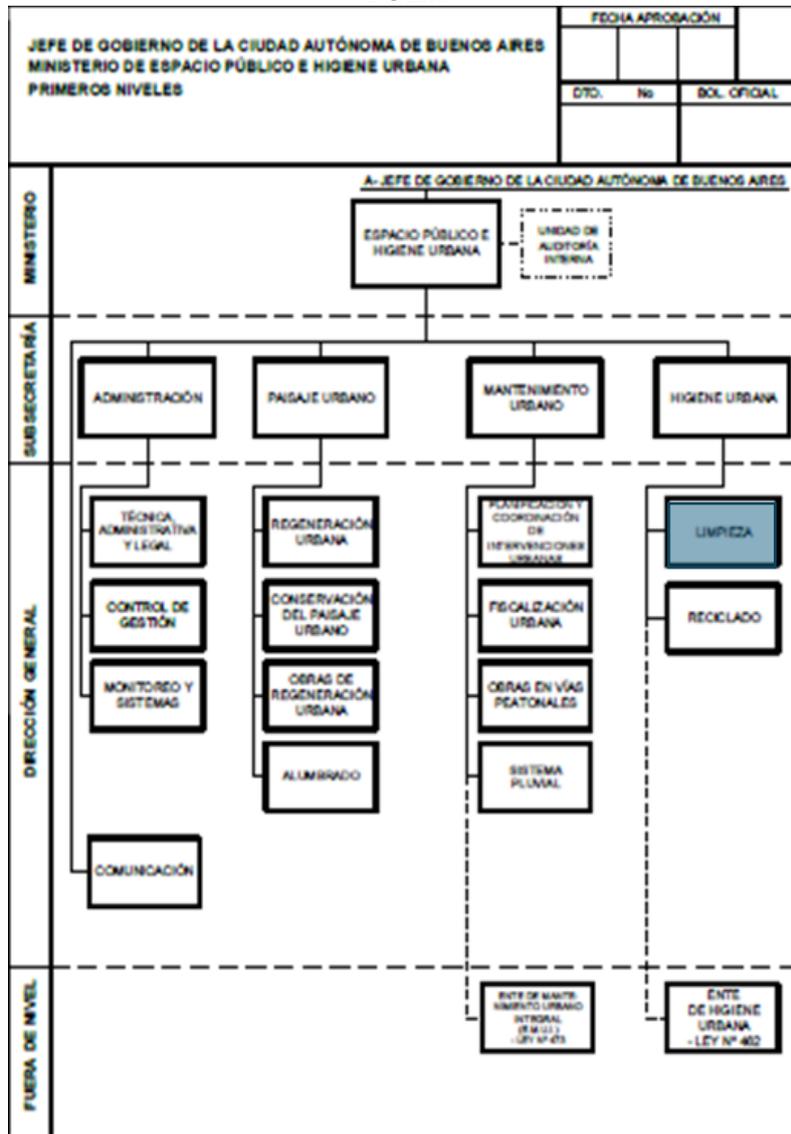
*Coordinar las acciones de comunicación dirigidas al vecino de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires relacionadas a las competencias del Ministerio.*

Coordinar la participación del Ministerio en las audiencias públicas relacionadas con sus competencias.

*Coordinar los eventos del Ministerio en función de los ejes comunicacionales de la gestión.*

### 3. DIRECCIÓN GENERAL LIMPIEZA - (DECRETO N° 463/19)

Gráfico N° 11  
DGLIM



#### DESCRIPCIÓN DE RESPONSABILIDADES PRIMARIAS

Formular e implementar la planificación y control del saneamiento e higiene urbana de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, comprendiendo las acciones inherentes al control de plagas.

Verificar la correcta ejecución del servicio, recolección de residuos sólidos urbanos húmedos y secos dispuestos en la vía pública y su transporte en las

zonas concesionadas excluyendo las zonas bajo administración del Organismo Fuera de Nivel Ente de Higiene Urbana.

Verificar las denuncias y/o anomalías que se presenten en el servicio de recolección y limpieza de residuos sólidos urbanos existentes en la vía pública de las zonas servidas por las empresas concesionarias excluyendo las zonas bajo administración del Organismo Fuera de Nivel Ente de Higiene Urbana.

Disponer las medidas necesarias para lograr el estado de limpieza dentro de la jurisdicción de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Administrar los Subregistros del Registro de Operadores de Residuos Sólidos Urbanos vinculados a residuos húmedos.

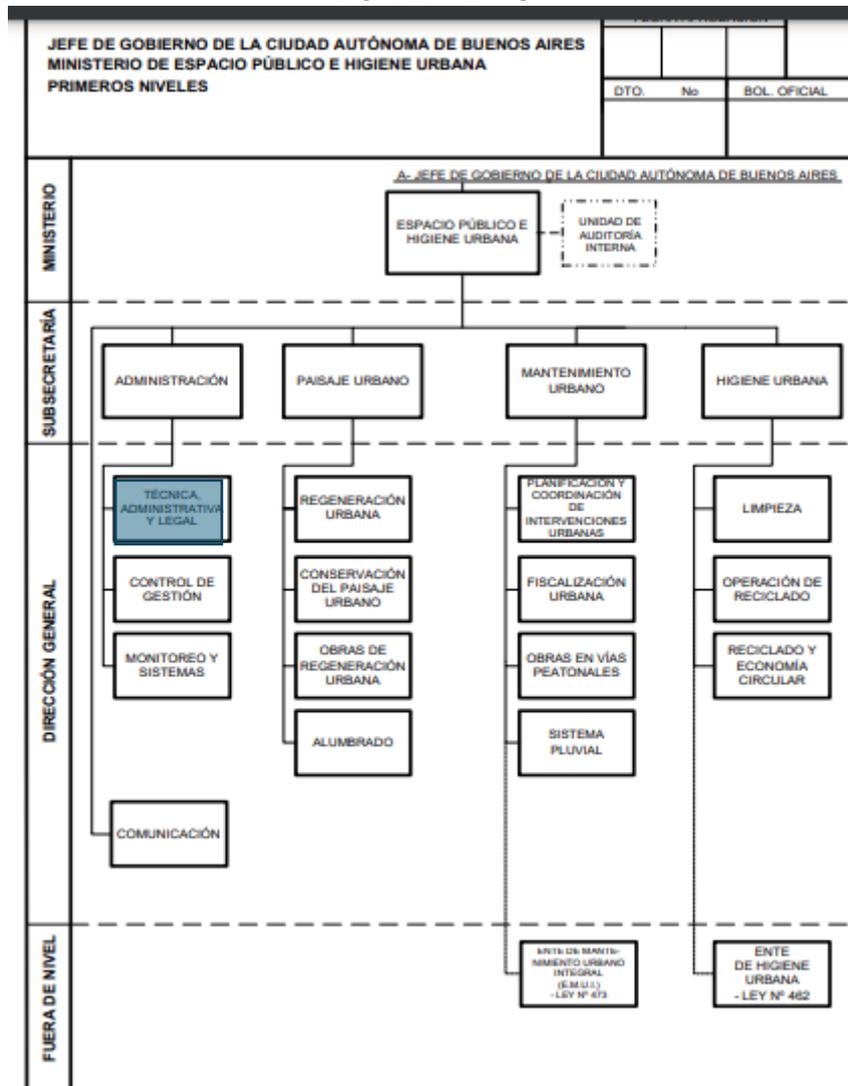
*Diseñar e implementar políticas para atender las deyecciones caninas en el espacio público, incluyendo programas de difusión y educación, según los lineamientos de la Dirección General Comunicación.*

*Colaborar en el desarrollo de programas de concientización y educación en materia de higiene urbana de conformidad con las licitaciones públicas vigentes.*

Formular e instrumentar un servicio para la recolección de animales muertos en la vía pública.

**d) DIRECCIÓN GENERAL TÉCNICA, ADMINISTRATIVA Y LEGAL.**

**Gráfico N° 12  
DGTAL MEPHU**



Organigrama según Decreto 173/22

Cabe indicar que la descripción de responsabilidades primarias corresponde al Decreto 463/19. Luego de éste, se emitieron tres Decretos que modificaron la estructura orgánico-funcional del Ministerio: 198/20 (BOCBA 5863 del 06/05/20), 49/21 (BOCBA 6052 del 05/02/21) y 173/2022 (BOCBA 6385 del 27/05/2022). Sin embargo, las responsabilidades primarias de la DGTAL no sufrieron cambios.

**DECRETO 173/22**

**Art. 1°:** “Modifícase, a partir del 1° de mayo de 2022, la estructura organizativa del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana de la Ciudad Autónoma de

Buenos Aires de acuerdo con los Anexos I (Organigrama) (IF-2022-17802913 - GCABA- MEPHUGC) y II (Responsabilidades primarias, Objetivos y Descripción de acciones) (IF-2022-17802954 -GCABA-MEPHUGC), los que a todos sus efectos forman parte integrante del presente Decreto...”

## **DESCRIPCIÓN DE RESPONSABILIDADES PRIMARIAS**

Asesorar al Ministerio, a sus Subsecretarías y Direcciones Generales en los aspectos técnicos y legales de gestión de anteproyectos y proyectos de actos administrativos, y asegurar su encuadre en las normas legales y reglamentarias. Intervenir en la elaboración de los actos administrativos que deban someterse a la firma del Ministro y Subsecretarios.

*Analizar, elaborar, registrar y controlar la ejecución del Presupuesto General de Gastos y Cálculo de Recursos del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana y de los organismos fuera de nivel que se encuentren bajo la órbita del mismo, y ejercer la coordinación de la Oficina de Gestión Sectorial (OGESE).*

Intervenir en las consultas e informes técnicos que requiera el Ministro de Espacio Público e Higiene Urbana.

*Implementar acciones coordinadas de apoyo para lograr efectividad en la gestión administrativa, de registros y sistematización de datos, y de los recursos humanos de todas las unidades orgánicas que se encuentran en la órbita del Ministerio de Espacio Público e Higiene.*

Planificar y diseñar las políticas de desarrollo de recursos humanos del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana.

Mantener actualizados los datos del registro de agentes con discapacidad del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires según lo previsto en la Ley N° 1.502, en coordinación con la Subsecretaría de Gestión de Recursos Humanos del Ministerio de Hacienda y Finanzas.

*Coordinar la tramitación de los oficios judiciales, y las actuaciones provenientes de la Legislatura, Defensoría, Auditoría General de la Ciudad y de todo otro Organismo de Control de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.*

*Coordinar las acciones administrativas del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana y de todos los organismos fuera de nivel que se encuentran bajo su órbita.*

*Administrar los bienes y recursos de los organismos que se encuentran bajo la órbita del Ministerio.*

*Entender en los procesos de compras y contrataciones del Ministerio.*

Coordinar las acciones vinculadas al proceso de redeterminación de precios, en coordinación con las áreas competentes.

*Entender lo que respecta al diseño, coordinación y control de las certificaciones y liquidaciones.*

#### **4.1. GERENCIA OPERATIVA LEGALES**

Coordinar el servicio jurídico en el Ministerio y asesorar sobre consultas y solicitudes técnicas.

*Analizar y asesorar en los aspectos técnico-legales de anteproyectos y proyectos de normas jurídicas, actos administrativos, contratos y convenios relativos a las competencias de la jurisdicción, conforme la normativa vigente.*

Elaborar y suscribir el dictamen jurídico previo previsto en la Ley de Procedimientos Administrativos, con excepción de los asuntos que sean de competencia exclusiva de la Procuración General de la Ciudad. Actuar como enlace con la Procuración General de la Ciudad y la Secretaría Legal y Técnica.

Asesorar al Ministro, Subsecretario y Directores Generales del Ministerio en los aspectos técnicos-jurídicos que estos requieran para el correcto funcionamiento de sus actuaciones administrativas.

Tramitar sumarios administrativos dentro del Ministerio.

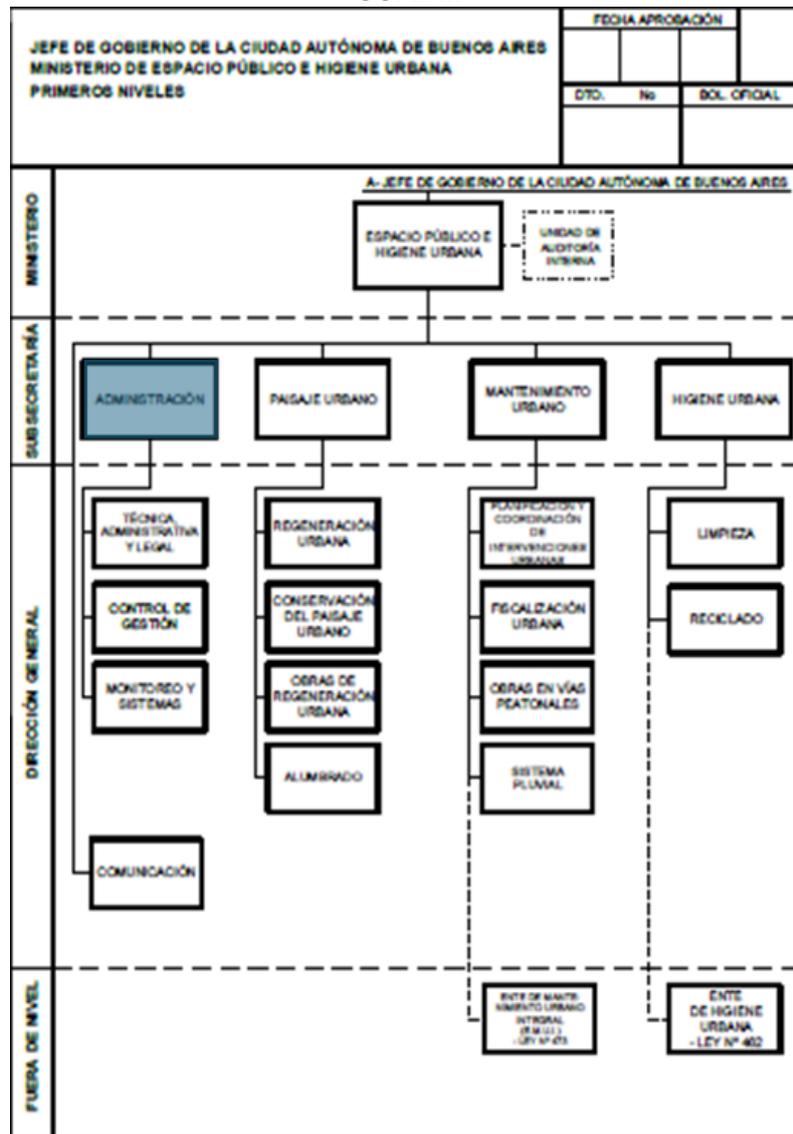
Supervisar la confección de cédulas de notificación.

Administrar el despacho del Ministerio y la operatoria de la Mesa de Entradas.

*Recibir, tramitar y realizar las actuaciones provenientes de la Legislatura, Defensoría del Pueblo, Auditoría General y de todo otro organismo de control de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.*

## 5. SUBSECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN – (Decreto N° 463/19)

**Gráfico N° 13**  
**SSADM**



### 5. SUBSECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN

#### DESCRIPCIÓN DE RESPONSABILIDADES PRIMARIAS

*Planificar, diseñar, coordinar, dirigir y brindar soporte en todas las actividades administrativas, financieras, presupuestarias, de planeamiento, legales, de recursos humanos, de reclamos y de sistemas informáticos del Ministerio y de todos los Organismos Fuera de Nivel que se encuentran bajo su órbita.*

Asistir al Ministro en el diseño de la política presupuestaria y elaborar el anteproyecto de presupuesto.

Supervisar y controlar la ejecución del presupuesto del Ministerio.

Diseñar las políticas de adquisición y mantenimiento de la infraestructura del Ministerio.

Entender en las políticas de desarrollo y capacitación del personal del Ministerio.

Elevar el Plan Anual de Gestión del Ministerio y verificar su cumplimiento.

Promover la consolidación y optimización de procesos y el desarrollo y avance tecnológico dentro de las dependencias del Ministerio para lograr mayor celeridad y eficacia en los objetivos.

Asesorar al Ministerio en todos los aspectos técnicos y legales de gestión de anteproyectos y proyectos de actos administrativos que hagan al normal desarrollo de la administración del Ministerio.

Supervisar el desarrollo de las acciones administrativas de todos los organismos del Ministerio.

Administrar los bienes y recursos, y ejecutar los procedimientos de licitaciones, contrataciones y provisión de bienes y servicios y/u obras de acuerdo con los requerimientos y/o necesidades de las distintas áreas del Ministerio, conforme a las modalidades previstas en la legislación y normas vigentes.

Supervisar la generación, aplicación y circulación de datos e indicadores de gestión y relativos al uso del espacio público a través de sistemas integrados.

Entender en los planes y políticas para la administración y el monitoreo del subsuelo del espacio público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en coordinación con las áreas competentes.

**POLÍTICA JURISDICCIONAL DEL MINISTERIO DE AMBIENTE Y ESPACIO PÚBLICO.** *“La Dirección General de Limpieza (DGLIM) ejecuta el Servicio Público de Higiene Urbana (SPHU), Fracción Húmedos, de conformidad con la Ley N° 4120 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires dictada a tales fines (texto consolidado por Ley N° 6017, 2° Actualización del Digesto Jurídico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Dicho servicio comprende, además de la gestión general de los residuos sólidos urbanos, las siguientes prestaciones: servicio de limpieza de veredas, calzadas y otros espacios de carácter público, servicio de recolección de restos de obra y demolición, restos verdes y residuos voluminosos, servicio de recolección y limpieza en la margen izquierda del Riachuelo y del Río de la Plata, ambos en la extensión del Camino de Sirga y el servicio especial de recolección de la fracción de residuos orgánicos de grandes*

*generadores. En el sentido expuesto, la DGLIM es la autoridad de aplicación de la Licitación Pública Nacional e Internacional N° 997-2013 para la contratación del Servicio Público de Higiene Urbana-Fracción Húmedos. Conforme la misma, la Ciudad se encuentra dividida en siete zonas de prestación, de las cuales seis se encuentran bajo la órbita de la Dirección General, mientras que una "la Zona V o Zona Testigo" es operada por el Ente de Higiene Urbana. La mencionada licitación comprende el servicio de recolección y el servicio de barrido y limpieza de calles, incluido el transporte del material resultante a las distintas Estaciones de Transferencia o Centro de disposición final, con sus prestaciones básicas y complementarias".*

## ANEXO II

### ÍNDICE Y SÍNTESIS DE LAS NOTAS EMITIDAS Y RESPUESTAS.

#### Índice y síntesis de las notas enviadas y respuestas remitidas

NOTAS ENVIADAS					NOTAS RECIBIDAS		
Nro. Orden	Fecha	N° Nota AGCBA	Organismo receptor	Sumario solicitud AGCBA	Sumario Respuesta organismo	Fecha	N° IF respuesta
1.	19/03/24	5060/24	DGLIM	Presentación Equipo	Recibida		
2.	27/03/24	5596/24	DGLIM	1.Remisión de todos certificados 2022 de las 6 contratistas SPHU	1.Cumplido.	29/04/24	2024-16494800-DGLIM
				2.Modalidad utilizada para la retención del 3% art. 24 Ley 4120.	2.3.4. La DGLIM Indica que no efectúa ningún tipo de retención ni descuento por no ser el órgano competente. Por ende no explica modalidad ni organismo al que pudiera corresponder la remisión de montos.		
				3.Cuál es el organismo al que remite los montos retenidos.			
				4.Organismos a los que reporta/informa los montos			
3.	19/03/24	5598/24	DGCOMUNIC	1.Criterios usados para la formulación del PA	De acuerdo con las características de las audiencias en pos de la efectividad y sustancia de la comunicación.	16/04/24	2024-12670610 DGCOMU NIC
				2.Remisión del PA ejercicio 2022	Cumplido.		
				3.Métodos de control por oposición control interno de las actividades de diseño y aprobación.	Mediante un ITG que elaboran las empresas.		
				4.Circuito para la formulación, diseño y aprobación del eje de trabajo del Área de Comunicación Anexo VIII	Remite circuito para dar cumplimiento a la RESFC-1-GCABA-MEPHUGC, que se coordina con la SSCS.		
				5.Documentación relacionada con los ITG	Remite documentación relacionada pero no los ITG		
				6.Solicitudes a la SSCS respecto de las acciones y servicios a su cargo referente al art. 24 Ley 4120.	Acompaña CCOO al respecto.		
4.				1. Informes enviados a la Secretaría de Medios y Min. de Economía con los importes certificados	Remite archivo en formato Excel con la información solicitada.	18/04/24	2024-15132228-SSCS
				2.Indique fuente de información utilizada para elaborar dicho informe.	Surge de los expedientes electrónicos en los que consta cada certificación.		

5.				1.Circuito y modalidad de campañas requeridas por Anexo VIII	Informa que se halla estipulado en la RESFC-2020-1-GCABA-MEPHUG		
				2.¿El organismo a su cargo ejecuta el PA?	Se limita a emitir las OS.		
				3.Organismo que paga efectivamente las campañas	El costo de las campañas es solventado "por el contratista bajo exclusivo costo y cargo del mismo".		
				4.Describa modo y soporte de las producciones,	Informe los Informes Trimestrales de Gestión.		
				5.Copia de campañas ejecutadas en el ejercicio 2022	Acompaña documentación relativa a las planificaciones mensuales por distintos medios y acciones de concientización y otras,		
6.	15/05/24	9155/2024	UAIMEPHU	Copia de informes emitidos respecto del cumplimiento del art. 24 de la Ley 4120	No surge de los registros ta elaboración de informes relativos al asunto.	27/05/24	2024-20503545 UAI MEPHU
7.	22/05/24	9578/24	Gcia. Contabilidad Banco Ciudad.	Informe al respecto de la Cuenta Especial en Bco. Ciudad ordenada por cláusulas 24 o 25 de las contratas suscriptas por las 6 contratistas del SPHU: titular y número de la cuenta, sucursal de radicación, CBU, saldo al 31/12/22 y movimientos durante 2022.	No suministra información en atención al secreto bancario normado en el art. 39 de la Ley Nacional de Entidades Financieras.	28/05/24	N/A
8.	10458/24	04/06/24	SSCS	1.Copia de los Informes Trimestrales de Gestión presentados por las contratistas del SPHU, ejercicio. 2024.	Cumplido.	19/06/24	2024-23874793
				2.Copia de cualquier otro documento que los analice	Incluidos en los ITG.		
9.	11199/24	12/06/24	DGTAL MEPHU	1.Detallar el circuito administrativo de retención del 3% de la facturación mensual del contrato de SPHU LP 997/13 ordenado por la Ley 4120 y cláusulas 24 o 25 de las contratas, indicando los organismos y/o áreas del GCBA intervinientes en el proceso.	"En el marco de las competencias definidas conforme el Decreto N° 387/24 y sus modificatorios, como así también la normativa en particular del Servicio Público de Higiene Urbana, esta Dirección General Técnica Administrativa y Legal en cuanto a la facturación mensual del contrato, recibe de la Dirección General Limpieza la certificación correspondiente, en su carácter de Autoridad de aplicación de la citada Licitación Pública, para la emisión del correspondiente PRD."	15/07/24	2024-26855852
				2.Describa las tareas de control efectuadas sobre las empresas contratistas del SPHU en todo	"... se informa que no corresponde a esta Dirección General en el marco de sus		

				<p>lo concerniente a la inversión ordenada por el art. 24 Ley 4120.</p> <p>3.Explicite las tareas de control y supervisión que la DGTAL hubiera efectuado a esos efectos y en su caso indique otros organismos que estuvieren involucrados en esa tarea.</p> <p>4.Remita copia del instrumento "CONTRATO DE EXCLUSIV. Y DIR. DE CAMPAÑAS DE COMUNIC. Y EDUC. DEL SERV. PÚBLICO DE HIGIENE URBANA Y SU PROGRAMA DE REL. CON LA COMUNIDAD – LIC. PÚB. E INT. 997/13" individualizado en las OP, formulario C41 y poner a disposición el expediente mediante el cual tramitó ese contrato.</p>	<p>competencias el control y/o supervisión por el cual se consulta."</p> <p>Por ende, no contestó aquello que se le preguntó en puntos 2, 3 y 4, ni envió la copia del contrato requerido en el punto 4, que debería estar bajo su guarda por tratarse del concepto por el que se abonan sumas de dinero de manera recurrente a una empresa de publicidad que no se puede determinar de acuerdo a los formularios C41 y en base a toda la documentación recabada y analizada, si se trata de una contratista del GCBA en materia de publicidad dentro del objeto auditado o qué vínculo directo o indirecto la une al GCBA para recibir los montos que se le ceden.</p>		
10.	18/06/24	11620/24	DGLIM	<p>1.Remita los instrumentos por los cuales la DG a su cargo recomienda el descuento del 3% ordenado por el art. 24 Ley 4120.</p> <p>2.Indique a qué organismo dirige la recomendación.</p>	<p>Remite seis instrumentos fechados en 28/04/22, correspondientes a la prosecución del trámite a la DGTAL MEPHU, de certificación del mes de marzo de 2022 por cada contratista.</p> <p>Dirige la recomendación a la OGESE de la DGTAL MEPHU.</p>	04/07/24	25678351-DGLIM.

Fuente: Elaboración AGCBA en función del relevamiento y análisis de notas enviadas y respuestas recibidas.

### **ANEXO III**

### **ENTREVISTAS**

Se deja constancia de las fechas de entrevistas celebradas con la SSCS, DGCOMUNIC y DGLIM.

#### **Lista de entrevistas realizadas**

<b>N°</b>	<b>ORGANISMO</b>	<b>FECHA DE LA ENTREVISTA</b>
1.	Subsecretaría de Comunicación Social (SSCS) de la entonces Secretaría de Medios (SM).	28/05/2024
2.	Dirección General de Limpieza (DGLIM) del Ministerio de Ambiente y Espacio Público (MEPHU).	29/05/2024
3.	Dirección General de Comunicación Social (DGCOMUNIC) del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana (MEPHU).	06/06/2024.

Fuente: Elaboración AGCBA en base a entrevistas concretadas.

**ANEXO IV**  
**DEVENGAMIENTO TRIMESTRAL Y ANUAL POR ZONA.**  
**Fuente: SIGAF**

**Devengamiento trimestral y anual Zona 1**

CONTRATISTA	TRIMESTRE	MES	PRD
			TOTAL
<b>ZONA 1</b> AES.A. ASEO Y ECOLOGIA S.A	1	ENERO	-
		FEBRERO	-
		MARZO	776.885.361,91
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>776.885.361,91</b>
	2	ABRIL	436.322.143,55
		MAYO	1.097.929.964,58
		JUNIO	830.921.945,92
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>2.365.174.054,05</b>
	3	JULIO	747.272.709,05
		AGOSTO	1.150.125.372,06
		SEPTIEMBRE	1.099.713.049,42
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>2.997.111.130,53</b>
	4	OCTUBRE	1.084.044.308,56
		NOVIEMBRE	1.767.506.936,64
		DICIEMBRE	5.047.306.005,35
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>7.898.857.250,55</b>
<b>TOTAL 2022</b>			<b>14.038.027.797,04</b>

Fuente: Base de transacciones SIGAF 2022.

**Devengamiento trimestral y anual Zona 2**

CONTRATISTA	TRIMESTRE	MES	PRD
			TOTAL
<b>ZONA 2</b> CLIBA INGENIERIA URBANA S.A	1	ENERO	-
		FEBRERO	-
		MARZO	663.999.085,01
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>663.999.085,01</b>
	2	ABRIL	1.021.257.527,61
		MAYO	833.423.590,91
		JUNIO	833.423.590,89
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>2.688.104.709,41</b>
	3	JULIO	899.078.815,44
		AGOSTO	1.280.697.077,05
		SEPTIEMBRE	943.886.011,93
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>3.123.661.904,42</b>
	4	OCTUBRE	1.277.048.167,13
		NOVIEMBRE	1.538.346.066,87
		DICIEMBRE	5.135.120.265,80
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>7.950.514.499,80</b>
<b>TOTAL 2022</b>			<b>14.426.280.198,64</b>

Fuente: Base de transacciones SIGAF 2022.

### Devengamiento trimestral y anual Zona 3

CONTRATISTA	TRIMESTRE	MES	PRD
			TOTAL
ZONA 3 SOLBAYRES S.A	1	ENERO	-
		FEBRERO	-
		MARZO	898.050.434,51
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>898.050.434,51</b>
	2	ABRIL	885.921.617,24
		MAYO	984.910.675,15
		JUNIO	887.428.310,63
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>2.758.260.603,02</b>
	3	JULIO	897.442.039,81
		AGOSTO	1.371.597.157,99
		SEPTIEMBRE	1.005.544.852,44
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>3.274.584.050,24</b>
	4	OCTUBRE	1.342.083.401,16
		NOVIEMBRE	1.610.209.563,35
		DICIEMBRE	5.320.669.368,15
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>8.272.962.332,66</b>
<b>TOTAL 2022</b>			<b>15.203.857.420,43</b>

Fuente: Base de transacciones SIGAF 2022.

### Devengamiento trimestral y anual Zona 4

CONTRATISTA	TRIMESTRE	MES	PRD
			TOTAL
ZONA 4 ECOHABITAT Y OTRA UTE S.A	1	ENERO	-
		FEBRERO	-
		MARZO	661.926.966,64
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>661.926.966,64</b>
	2	ABRIL	661.926.966,64
		MAYO	732.628.402,70
		JUNIO	661.926.966,64
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>2.056.482.335,98</b>
	3	JULIO	661.926.966,64
		AGOSTO	1.135.849.603,64
		SEPTIEMBRE	747.177.391,24
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>2.544.953.961,52</b>
	4	OCTUBRE	844.086.298,89
		NOVIEMBRE	1.311.455.019,99
		DICIEMBRE	4.753.951.522,27
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>6.909.492.841,15</b>
<b>TOTAL 2022</b>			<b>12.172.856.105,29</b>

Fuente: Base de transacciones SIGAF 2022.

### Devengamiento trimestral y anual Zona 6

CONTRATISTA	TRIMESTRE	MES	PRD
			TOTAL
ZONA 6 ASHIRA S.A- MARTIN Y MARTIN S.A (UTE)	1	ENERO	-
		FEBRERO	-
		MARZO	684.194.950,68
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>684.194.950,68</b>
	2	ABRIL	675.593.582,15
		MAYO	896.805.750,76
		JUNIO	696.253.836,26
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>2.268.653.169,17</b>
	3	JULIO	701.866.390,44
		AGOSTO	1.066.486.787,02
		SEPTIEMBRE	792.136.429,15
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>2.560.489.606,61</b>
	4	OCTUBRE	1.170.287.446,34
		NOVIEMBRE	1.273.016.475,57
		DICIEMBRE	4.419.087.242,47
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>6.862.391.164,38</b>
<b>TOTAL 2022</b>			<b>12.375.728.890,84</b>

Fuente: Base de transacciones SIGAF 2022.

### Devengamiento trimestral y anual Zona 7

CONTRATISTA	TRIMESTRE	MES	PRD
			TOTAL
ZONA 7 TRANSPORTES OLIVOS SACIYF y URBASER ARGENTINA UTE	1	ENERO	-
		FEBRERO	-
		MARZO	730.256.637,94
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>730.256.637,94</b>
	2	ABRIL	714.090.617,30
		MAYO	553.822.438,11
		JUNIO	721.209.268,98
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>1.989.122.324,39</b>
	3	JULIO	727.187.496,13
		AGOSTO	1.479.732.489,48
		SEPTIEMBRE	814.252.322,86
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>3.021.172.308,47</b>
	4	OCTUBRE	1.212.020.396,70
		NOVIEMBRE	1.213.145.383,17
		DICIEMBRE	4.768.440.020,32
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>7.193.605.800,19</b>
<b>TOTAL 2022</b>			<b>12.934.157.070,99</b>

Fuente: Base de transacciones SIGAF 2022.

**ANEXO V**  
**Facturación Marketing Líquido ejercicio 2022, por trimestre, anual y por zona. Fuente: Informes Trimestrales de Gestión.**

CONTRATISTA	TRIMESTRE	MES	FACTURACION CERTIFICADA	
			NETA DE IVA	TOTAL
<b>ZONA 1</b> AESA, ASEO Y ECOLOGIA S.A	1	ENERO	18.349.010,14	22.521.644,80
		FEBRERO	9.036.896,46	12.131.008,35
		MARZO	28.502.918,10	33.581.401,69
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>55.888.824,70</b>	<b>68.234.054,84</b>
	2	ABRIL	10.371.218,86	17.008.101,98
		MAYO	40.087.852,06	42.046.656,32
		JUNIO	19.693.472,36	22.333.658,80
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>70.152.543,28</b>	<b>81.388.417,10</b>
	3	JULIO	12.540.253,81	15.448.704,57
		AGOSTO	18.368.923,46	23.970.665,11
		SEPTIEMBRE	31.634.580,86	38.169.120,13
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>62.543.758,13</b>	<b>77.588.489,81</b>
	4	OCTUBRE	8.885.926,40	16.581.381,60
		NOVIEMBRE	47.154.826,03	53.519.700,02
		DICIEMBRE	35.596.342,01	43.068.974,37
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>91.637.094,44</b>	<b>113.170.055,99</b>
<b>TOTAL 2022</b>			<b>280.222.220,55</b>	<b>340.381.017,74</b>

Fuente: Informes trimestrales presentados por AESA, ASEO Y ECOLOGIA S.A.

CONTRATISTA	TRIMESTRE	MES	FACTURACION	
			NETA DE IVA	TOTAL
<b>ZONA 2</b> CLIBA INGENIERIA URBANA S.A	1	ENERO	S/D	S/D
		FEBRERO	S/D	S/D
		MARZO	S/D	S/D
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>65.753.049,80</b>	<b>79.504.171,79</b>
	2	ABRIL	S/D	S/D
		MAYO	S/D	S/D
		JUNIO	S/D	S/D
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>56.352.312,82</b>	<b>68.081.484,62</b>
	3	JULIO	S/D	S/D
		AGOSTO	S/D	S/D
		SEPTIEMBRE	S/D	S/D
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>101.853.731,24</b>	<b>123.085.793,97</b>
	4	OCTUBRE	S/D	S/D
		NOVIEMBRE	S/D	S/D
		DICIEMBRE	S/D	S/D
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>128.138.896,60</b>	<b>154.660.388,63</b>
<b>TOTAL 2022</b>			<b>352.097.990,46</b>	<b>425.331.839,01</b>

Fuente: Informes trimestrales presentados por CLIBA INGENIERIA URBANA S.A.

CONTRATISTA	TRIMESTRE	MES	FACTURACION	
			NETA DE IVA	TOTAL
ZONA 3 SOLBAYRES S.A	1	ENERO	30.260.382,49	35.769.405,27
		FEBRERO	19.114.827,17	24.469.120,17
		MARZO	22.297.207,79	26.941.513,02
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>71.672.417,45</b>	<b>87.180.038,46</b>
	2	ABRIL	27.701.404,81	31.398.494,90
		MAYO	26.524.702,63	29.547.320,24
		JUNIO	21.416.060,48	26.622.849,31
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>75.642.167,92</b>	<b>87.568.664,45</b>
	3	JULIO	20.778.241,72	26.923.261,19
		AGOSTO	33.984.546,21	41.147.914,73
		SEPTIEMBRE	25.923.891,13	34.305.162,88
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>80.686.679,06</b>	<b>102.376.338,80</b>
	4	OCTUBRE	37.197.585,87	44.961.132,51
		NOVIEMBRE	38.324.221,08	46.324.361,17
		DICIEMBRE	44.824.072,16	54.189.180,95
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>120.345.879,11</b>	<b>145.474.674,63</b>
<b>TOTAL 2022</b>			<b>348.347.143,54</b>	<b>422.599.716,34</b>

Fuente: Informes trimestrales presentados por SOLBAYRES S.A.

CONTRATISTA	TRIMESTRE	MES	FACTURACION	
			NETA DE IVA	TOTAL
ZONA 4 ECOHABITAT Y OTRA UTE S.A	1	ENERO	S/D	S/D
		FEBRERO	S/D	S/D
		MARZO	S/D	S/D
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>S/D</b>	<b>62.145.752,97</b>
	2	ABRIL	S/D	S/D
		MAYO	S/D	S/D
		JUNIO	S/D	S/D
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>S/D</b>	<b>50.012.021,32</b>
	3	JULIO	S/D	S/D
		AGOSTO	S/D	S/D
		SEPTIEMBRE	S/D	S/D
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>S/D</b>	<b>96.290.999,28</b>
	4	OCTUBRE	S/D	S/D
		NOVIEMBRE	S/D	S/D
		DICIEMBRE	S/D	S/D
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>S/D</b>	<b>114.111.621,17</b>
<b>TOTAL 2022</b>			<b>-</b>	<b>322.560.394,74</b>

Fuente: Informes trimestrales presentados por ECOHABITAT Y OTRA UTE S.A.

CONTRATISTA	TRIMESTRE	MES	FACTURACION	
			NETA DE IVA	TOTAL
ZONA 6 ASHIRA S.A- MARTIN Y MARTIN S.A (UTE)	1	ENERO	S/D	S/D
		FEBRERO	S/D	S/D
		MARZO	S/D	S/D
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>57.603.962,93</b>	<b>66.356.810,75</b>
	2	ABRIL	S/D	S/D
		MAYO	S/D	S/D
		JUNIO	S/D	S/D
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>61.016.648,85</b>	<b>71.587.082,10</b>
	3	JULIO	S/D	S/D
		AGOSTO	S/D	S/D
		SEPTIEMBRE	S/D	S/D
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>61.016.648,85</b>	<b>71.587.082,10</b>
	4	OCTUBRE	S/D	S/D
		NOVIEMBRE	S/D	S/D
		DICIEMBRE	S/D	S/D
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>104.247.601,57</b>	<b>125.475.294,51</b>
<b>TOTAL 2022</b>			<b>283.884.862,20</b>	<b>335.006.269,46</b>

Fuente: Informes trimestrales presentados por ASHIRA S.A- MARTIN Y MARTIN S.A (UTE).

CONTRATISTA	TRIMESTRE	MES	FACTURACION	
			NETA DE IVA	TOTAL
ZONA 7 TRANSPORTES OLIVOS SACIYF y URBASER ARGENTINA UTE	1	ENERO	21.985.429,30	26.587.571,48
		FEBRERO	23.098.911,67	27.934.885,15
		MARZO	19.253.470,11	23.281.900,86
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>64.337.811,08</b>	<b>77.804.357,49</b>
	2	ABRIL	15.916.884,49	19.259.430,23
		MAYO	13.452.849,44	16.236.199,07
		JUNIO	20.099.275,30	24.278.374,37
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>49.469.009,23</b>	<b>59.774.003,67</b>
	3	JULIO	23.347.382,24	28.170.601,67
		AGOSTO	27.218.061,43	32.892.105,58
		SEPTIEMBRE	28.025.174,85	33.868.712,84
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>78.590.618,52</b>	<b>94.931.420,09</b>
	4	OCTUBRE	23.631.155,65	28.551.949,59
		NOVIEMBRE	31.903.321,40	38.561.270,15
		DICIEMBRE	31.514.408,73	38.090.685,82
		<b>SUBTOTAL TRIMESTRE</b>	<b>87.048.885,78</b>	<b>105.203.905,56</b>
<b>TOTAL 2022</b>			<b>279.446.324,61</b>	<b>337.713.686,81</b>

Fuente: Informes trimestrales presentados por TRANSPORTES OLIVOS SACIYF y URBASER ARGENTINA UTE.