

El Gobierno nacional gastó en pauta publicitaria de YPF el mayor monto desde su estatización

23 junio, 2025



Si bien el Gobierno Nacional llevó a cabo la suspensión de la pauta oficial, esto se ha traducido en que son las empresas del Estado las que se utilizan para pautar con medios y periodistas afines. La pauta paraestatal he sido sumamente alta, sobre todo la de YPF.

El gasto en publicidad de YPF no tiene precedentes. Se disparó 55% en el primer trimestre de este año, el mayor gasto desde su reestatización en 2012. La petrolera de mayoría estatal gastó \$ 32.617 millones en los primeros 3 meses de 2025, cuando se gastaron \$ 12.505 millones el primer trimestre del año pasado.

Al asumir el gobierno, Javier Milei prometió eliminar la pauta

oficial, pero lo que hizo fue utilizar a YPF, Banco Nación y Aerolíneas Argentinas, para seguir pautando a los medios y periodistas amigos. El reparto de la pauta de esas tres empresas estatales lo controla directamente Santiago Caputo, que da el visto bueno en cada caso.

La decisión de pautar por YPF, le ofrece además a Milei la ventaja de no tener que transparentar la asignación de esos recursos, porque supuestamente es "una empresa privada". Sólo que sus autoridades las nombra el gobierno, como es el caso del vicepresidente Guillermo Garat, socio de Santiago Caputo y a cargo de repartir la pauta.

Los números son delirantes. Durante el 2024 se gastaron \$ 97.110 millones en publicidad, cuando en 2023 el presupuesto para campañas publicitarias había sido de \$ 31.749 millones. LPO ya había advertido que el descontrol del gasto publicitario es tan grande que la caja de la petrolera está en rojo.

Santiago Caputo y Garat venían esquivando los pedidos de información de la justicia sobre la distribución de la pauta de la petrolera. El único dato posible de acceder es general y de difícil interpretación. El balance de YPF es público porque la empresa cotiza en la bolsa, pero la conducción libertaria lo publica solo en inglés, y su lectura exige una precisión técnica con cierto grado de sofisticación. Es decir, un comportamiento opaco de la compañía con mayoría estatal, para mostrar sus números.

El renglón gastos operativos incluye varios tipos de contratos con otras empresas, que van desde la tecnología japonesa que la petrolera le compró a Toyota para reducir el tiempo de perforación de pozos, como lo que se destina a publicidad y sponsoreo, o sea pauta.

Pero ahora, gracias a una demanda iniciada por el sitio Chequeado, la empresa se vio obligada por la justicia a

blanquear parte de estos números. YPF se negaba a brindar la información con el argumento que era una sociedad anónima.

La información confirma que tal como reveló LPO, el gobierno no eliminó la pauta oficial como repiten como loros Milei y Adorni, sino que trasladó ese gasto a la petrolera de bandera que el año pasado aumentó en términos reales su gasto en publicidad un 40%, monto al que se suma el 55% de incremento de este año. El gasto es tan injustificable, que el presidente de YPF, Horacio Marín, se niega a entregar a la justicia su detalle.

En el balance correspondiente al primer trimestre del año, la petrolera de bandera informó una pérdida neta de diez millones de dólares durante el primer trimestre de 2025, resultado que contrasta con los 657 millones de dólares de ganancia que obtuvo en el mismo período del año pasado.

“Están gastando todo en la campaña”, afirmó a LPO una fuente con acceso a la petrolera. Es notable como en una administración que hace del ajuste del gasto su única bandera, en la petrolera estatal no parece haber llegado la motosierra.

Fuente: La Política Online