ROBOS MDP

INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

PAUTA OFICIAL MILLONARIA

BAJO LA LUPA

Siete adjudicaciones publicitarias del EMTURyC y una pregunta por las prioridades de inversión mientras la Peatonal San Martín sigue requiriendo reparaciones.

PAUTA ADJUDICADA	ADJUDICACIONES	AVANCE DE OBRA
$1.551 M	7	47,19%

La obra original de la peatonal quedó inconclusa. El Municipio rescindió el contrato en agosto de 2026. La comparación muestra prioridades públicas diferentes, no una equivalencia directa de presupuestos.

ACLARACIÓN ESENCIAL Los $1.551 millones son montos máximos adjudicados en siete actos de junio de 2026; no equivalen a pagos certificados ni al gasto publicitario total del año.

MAR DEL PLATA • 08 DE NOVIEMBRE DE 2026

LOS HECHOS COMPROBADOS

Los documentos publicados en el Sistema de Boletín Oficial Municipal (SIBOM) permiten reconstruir una serie de decisiones del Ente Municipal de Turismo y Cultura (EMTURyC). La revisión se concentra en resoluciones, no en rumores ni en afirmaciones sobre delitos que todavía no fueron acreditados.

01 / LA PAUTA

En el anexo oficial difundido el **29 de junio de 2026** aparecen siete contrataciones publicitarias convalidadas por un total de **$1.551.237.550,85**. Los proveedores incluyen medios de alcance local y nacional. La documentación es pública y verificable. [1]

02 / LA ADVERTENCIA DE CONTADURÍA

En los siete expedientes la Contaduría del ente señaló que la partida de publicidad no contaba con saldo suficiente en ese momento. Las resoluciones mencionaron el artículo 186 de la Ley Orgánica de las Municipalidades y otras normas contables. Aun así, se convalidaron las adjudicaciones. [1]

03 / LA PEATONAL SAN MARTÍN

La licitación de la puesta en valor del microcentro se adjudicó en 2023 por **$488.857.126**. La obra, que debía finalizar en diciembre de 2024, llegó al **47,19%** de avance. En agosto de 2026 el Municipio rescindió el contrato y reclamó el reintegro de **$260.613.342,12** de anticipo no invertido, más intereses. [5]

04 / LOS ARREGLOS ANUNCIADOS EN 2026

A fines de octubre el Municipio informó que las tareas actuales de mantenimiento de la peatonal habían alcanzado un 70% de avance. Esas intervenciones incluyen arreglos en decks, baldosas, bancos y cestos; en algunos tramos se colocaron **paneles fenólicos pintados para uso exterior y alto tránsito**. El 70% refiere a estas tareas, no a la obra integral rescindida. [6]

LA DIFERENCIA IMPORTA: una adjudicación no es lo mismo que una factura, y una factura no es lo mismo que un pago. Para determinar si el gasto fue regular hay que reconstruir crédito disponible, orden de compra, prestación, certificación y pago.

SIETE CONTRATACIONES

Adjudicaciones publicitarias incluidas en el anexo municipal de junio de 2026. Todas presentan la observación presupuestaria consignada por la Contaduría. [1]

Neomedia Gestión S.A.
Canal 8 / plataformas
$ 607.424.000

Sentidos S.A.
Clarín y Olé
$ 311.992.701,65

Trendgrou Group S.A.
Canal 9 Litoral y sitios
$ 245.600.000

Trendgroup S.A.
Ahora Play
$ 124.000.000

Agencia La Toca S.A.
Mi8
$ 100.000.000

Grupo Media Atlántico S.A.
0223
$ 88.999.992

WAM Entertainment S.A.
El Marplatense y radios
$ 73.220.857,20

TOTAL DE LAS SIETE ADJUDICACIONES

$ 1.551.237.550,85

La denominación de los dos proveedores “Trendgrou Group” y “Trendgroup” surge de actos distintos y debe cotejarse por CUIT antes de concluir que son una misma sociedad. Fuente: resoluciones 239, 240, 241, 242, 243, 246 y 247. [1]

EL CASO 0223

La revisión de dos boletines adicionales de 2025 permite identificar tres adjudicaciones a Grupo Media Atlántico S.A. durante 2025-2026. No se trata de un único expediente. [1] [2] [3]

MARZO DE 2025
$49,7 M
6 meses de publicidad

SEGUNDO SEMESTRE 2025
$14,4 M
3 meses de publicidad

JUNIO DE 2026
$89,0 M
8 meses previstos

SUMA DE TRES ADJUDICACIONES: $153.093.381. Son techos de contratación consignados en resoluciones. No se verificó el monto efectivamente pagado a la empresa.

QUÉ INCLUÍA LA CAMPAÑA DE 2026

Contenidos y difusión en redes	**$2.416.696**
Producción multimedia / video	**$1.093.700**
Banners display	**$3.821.603**
Banners interstitial	**$3.793.000**

COSTO MENSUAL PREVISTO: $11.124.999

JUSTIFICACIÓN Y CONTROLES EXIGIDOS

Los expedientes encuadraron la contratación en la excepción por exclusividad del artículo 156, inciso 1, de la Ley Orgánica de las Municipalidades, por la titularidad del portal. La resolución de 2026 exige adjuntar certificaciones a las facturas mensuales, y asigna al Departamento de Marketing el control de la prestación. [1]

La contratación adicional de 2025 incluyó una observación por falta de saldo presupuestario y una comparación de tarifas con el tarifario presentado por el propio medio. Esa documentación permite revisar el procedimiento, pero no basta para demostrar por sí sola un sobreprecio o un incumplimiento. [3]

LA ALERTA CONTABLE

El dato más serio es la reiteración de una observación en las siete adjudicaciones de junio. En la imputación al Programa 16, Actividad 02, partida “Publicidad”, fuente de origen municipal, la Contaduría señaló que no existía saldo suficiente a la fecha. [1]

> **“Dicha partida no cuenta con saldo suficiente a la fecha”.**
>
> Extracto textual de las resoluciones, incluido el caso 0223. [1]

QUÉ DEBE VERIFICARSE ANTES DE HABLAR DE DELITO

1. **Disponibilidad presupuestaria**
   Si existieron ampliaciones o reasignaciones válidas, y en qué fecha se dictaron respecto del compromiso y la orden de compra.

2. **Causa de la contratación directa**
   Si la invocación de exclusividad estaba suficientemente fundada para cada canal y si el precio era razonable.

3. **Servicio efectivamente prestado**
   Publicaciones, spots, registros de impresión, métricas de entrega y certificaciones mensuales.

4. **Pago y trazabilidad**
   Facturas, devengamiento, orden de pago, salida de Tesorería y eventual saldo pendiente.

ALCANCE DEL HALLAZGO: estas observaciones generan preguntas de legalidad presupuestaria y de control. No demuestran, por sí solas, corrupción, pagos indebidos ni que los medios hayan condicionado su línea editorial.

LA PEATONAL EN ESPERA

La discusión sobre prioridades se vuelve concreta cuando se observa el estado del paseo comercial y turístico más simbólico del centro marplatense.

ADJUDICACIÓN 2023
$488,9 M
Obra Prioridad Peatón

AVANCE CONSTATADO
47,19%
Obra integral rescindida

RECLAMO MUNICIPAL
$260,6 M
Anticipo no invertido

2023

La licitación pública 24/23 se adjudicó a Istria S.A. por $488.857.126, según la cobertura y antecedentes de la obra. [4] [5]

Dic. 2024

Venció el plazo de ejecución previsto. La obra tenía un avance acumulado de apenas 47,19%. [5]

Ago. 2026

El Municipio rescindió el contrato mediante el Decreto 1592/26 e intimó a la contratista a reintegrar el anticipo no invertido, más intereses. [5]

Oct. 2026

Se anunciaron trabajos de mantenimiento, incluida la colocación de paneles fenólicos en algunos sectores. [6]

UNA COMPARACIÓN NECESARIA, PERO RESPONSABLE. Las siete adjudicaciones de publicidad de 2026 suman $1.551 millones. La obra original de la peatonal se adjudicó por $488,9 millones en 2023. Esos importes no son directamente comparables: corresponden a años, mercados, fuentes de financiamiento y objetos contractuales distintos. Falta un presupuesto actualizado para terminar la obra.

LA PREGUNTA DE FONDO

Una ciudad que invierte cuantiosas sumas en promocionarse también necesita conservar la infraestructura que reciben vecinos y turistas. La publicidad institucional puede ser legítima; el mantenimiento de los espacios públicos también es una responsabilidad esencial.

La discusión no es únicamente cuánto se gastó en pauta, sino qué objetivos se persiguieron, qué resultados produjo y cómo se sostienen, al mismo tiempo, los espacios que se promocionan.

DOCUMENTOS QUE DEBERÍA PUBLICAR EL MUNICIPIO

- Órdenes de compra y fechas efectivas de inicio de las campañas.
- Crédito presupuestario anterior y posterior a cada adjudicación.
- Facturas, órdenes de pago y registro de transferencias a proveedores.
- Certificaciones de spots, banners, contenidos y métricas de audiencia.
- Dictámenes, presupuestos, ofertas y fundamentos de exclusividad.
- Expediente completo de la obra peatonal, certificados y redeterminaciones.
- Estado del reclamo a Istria S.A. y reintegros efectivamente obtenidos.
- Presupuesto actualizado para la finalización de la puesta en valor.

POSICIÓN EDITORIAL DE ROBOS MDP

Los vecinos tienen derecho a conocer el destino de los recursos públicos. Las decisiones de contratación y las obras inconclusas requieren explicaciones verificables, sin convertir sospechas en acusaciones probadas. El control ciudadano debe apoyarse en documentación, pedidos de información y auditorías de cumplimiento.

SI LA PAUTA FUERA OBRA

La indignación no se agota en comparar dos números. El planteo serio es cuánto podría avanzar una obra pública con los recursos destinados a siete campañas publicitarias, y qué límites tiene ese cálculo.

PRIMERA FOTO / VALORES NOMINALES

$1.551 M / $488,9 M = 3,17

La pauta adjudicada en 2026 equivale nominalmente a 3,17 veces el precio adjudicado a Istria en 2023. **No significa que hoy alcance para hacer tres obras.**

SEGUNDA FOTO / ACTUALIZACIÓN ORIENTATIVA

Para aproximar los importes a una misma fecha, se utilizó el Índice del Costo de la Construcción (ICC) del INDEC: agosto de 2023 = 339,44; septiembre de 2026 = 1.779,72, serie referenciada a enero de 2022. El indicador corresponde al Gran Buenos Aires y a edificios privados; **no es un presupuesto actualizado ni un índice específico de obra urbana marplatense.** [9] [10]

EQUIVALENTE INDICATIVO DEL CONTRATO ENTERO (SEP. 2026)

$2.563 MILLONES

VALOR PROPORCIONAL DEL 52,81% AÚN NO EJECUTADO

$1.354 MILLONES

UNA CIFRA QUE EXIGE EXPLICACIONES: los $1.551 millones en publicidad representan aproximadamente el **114,6%** de esa estimación proporcional de lo pendiente de la obra. El cálculo sugiere que el orden de magnitud de los recursos es comparable al de terminar aquella intervención, pero **no prueba** que la financiación fuese suficiente, disponible o legalmente transferible.

La proyección supone que el porcentaje de avance físico coincide con el costo porcentual y que el alcance original sigue siendo válido. En una obra real pueden existir etapas caras, daños, nuevas inspecciones, redeterminaciones, sanciones y mayores costos. Por eso se reclama una licitación y un presupuesto ejecutivo de 2026. [4] [5] [9]

NO ERAN SÓLO TABLAS

El pliego municipal de la Licitación Pública 24/2023 describía un proyecto de transformación urbana. Es importante recordarlo porque el debate actual suele reducir la obra pendiente a reparaciones provisorias de los decks. [4]

San Martín: Yrigoyen a Mitre

Nivelación de calzada y veredas, pavimento intertrabado, ampliación de circulaciones, hormigón reforzado, adecuación de desagües, iluminación nueva, rampas y señalización.

San Martín: Mitre a San Luis

Renovación de solados graníticos, canaletas continuas con rejillas, reubicación de luminarias, mobiliario urbano, maceteros, espacios de encuentro y recuperación de intervenciones simbólicas.

Tramo San Luis a Entre Ríos

Sustitución de decks de madera por decks de PVC; mantenimiento de bancos y recuperación de sectores degradados.

Accesibilidad y servicios

Baldosas podotáctiles, bolardos, cestos, cruces seguros, conexión con desagües existentes, canalizaciones y adecuaciones de instalaciones.

LA DIFERENCIA ENTRE MANTENIMIENTO Y RENOVACIÓN

A fines de octubre de 2026 el Municipio informó intervenciones de acondicionamiento sobre pisos, bancos, cestos y decks. Algunos tramos pasaron a utilizar paneles fenólicos con pintura apta para exteriores y alto tránsito. Esa descripción oficial corresponde a una **etapa de mantenimiento** y no debe confundirse con la finalización del proyecto integral rescindido. [6]

PREGUNTA PÚBLICA: ¿por qué la ciudad sigue discutiendo soluciones de reparación en su paseo turístico central mientras se adjudican campañas millonarias para promocionar precisamente esa ciudad?

TRES AÑOS DE DEMORAS

La secuencia de la Peatonal San Martín muestra por qué no alcanza con anunciar intervenciones. Hace falta ejecutar, certificar y concluir. [4] [5] [6] [11]

JULIO 2023

El pliego municipal de “Prioridad Peatón Microcentro” fijó un presupuesto oficial de $320.736.849,02 y detalló obras de pavimentos, accesibilidad, mobiliario, iluminación, desagües y decks.

AGOSTO 2023

En el segundo llamado, Istria S.A. presentó una oferta por $488.857.126, condicionada a un anticipo financiero. Es la referencia de adjudicación utilizada en este informe.

MARZO 2024

La prensa local informó un aporte de $350 millones de la Provincia para financiar la intervención, en el marco de un convenio de infraestructura.

DICIEMBRE 2024

Vencía el plazo previsto: 281 días corridos, con fecha final al 16 de diciembre. El avance reconocido llegó al 47,19%.

AGOSTO 2026

El Municipio rescindió el contrato mediante el Decreto 1592/26 e intimó la devolución de $260.613.342,12 de anticipo financiero no invertido, más intereses.

OCTUBRE 2026

Se comunicaron tareas de mantenimiento y reparaciones, entre ellas la utilización de paneles fenólicos en algunos sectores. No equivalen a la finalización de la obra de 2023.

ESTADO COMPROBADO: el contrato fue rescindido y existe un reclamo de reintegro. No se confirmó, en los documentos revisados, la recuperación bancaria efectiva de ese importe ni el presupuesto actualizado para completar la intervención.

QUÉ SE CONTRATÓ

Los $1.551 millones no son una cifra abstracta. Cada resolución identifica servicios, duraciones y responsables de controlar la entrega. Se seleccionan ejemplos ilustrativos, no un inventario exhaustivo de todos los ítems. [1]

CLARÍN + OLÉ

Hasta $311.992.701,65

Banners en Clarín, auspicios vinculados con carreras deportivas y un paquete multiplataforma; algunas piezas por un mes y otras durante cinco meses. Se detallan impresiones, formatos y costos por mil.

MI8

Hasta $100.000.000

Un “Home Event” y tres banners digitales distribuidos entre secciones del portal. Duración prevista: ocho meses.

CANAL 8 + REDES

Hasta $607.424.000

Pauta multimedia: televisión abierta, portal digital, streaming y redes sociales, con spots y 64 reels previstos en ocho meses.

EL MARPLATENSE + RADIOS

Hasta $73.220.857,20

Portales y frecuencias radiales; las resoluciones enumeran espacios y salidas con costos por spot y períodos contratados.

CANAL 9 LITORAL

Hasta $245.600.000

Spots en dos ediciones de noticias, banners regionales y menciones en streaming. Incluye parte del inventario fuera de Mar del Plata.

AHORA PLAY

Hasta $124.000.000

160 zócalos y menciones en ocho meses, junto con banners digitales de distintas ubicaciones.

La contratación de difusión regional o nacional no es necesariamente improcedente: Mar del Plata compite por visitantes de distintos mercados. La cuestión auditable es si la planificación justificó esa segmentación y si se entregaron las impresiones o salidas convenidas.

EL PRECIO DE PUBLICAR

El expediente de 0223 de 2026 tiene suficiente detalle para exigir un control objetivo: cantidades de impresiones, producción audiovisual y publicaciones. [1]

FORMATO / PRESTACIÓN	COSTO
2 contenidos promocionales + difusión RRSS	**$2.416.696**
Producción de video y nota	**$1.093.700**
752.136 impresiones de banners display	**$3.821.603**
500.000 impresiones de banners interstitial	**$3.793.000**
TOTAL MENSUAL PREVISTO	**$11.124.999**

CÓMO DEMOSTRAR QUE SE ENTREGÓ LO CONTRATADO

Impresiones verificables

Reporte de ad-server con fecha, URL, campaña y desglose de impresiones, sin reemplazar impresiones contratadas por visitas generales al sitio.

Publicaciones identificables

Link permanente, captura fechada, registro de 48 horas en portada, ubicación de las historias y publicaciones en redes.

Video producido

Archivo o URL del video, duración, difusión y trazabilidad de entrega de la pieza.

Acto de conformidad

Certificación firmada de Marketing, factura mensual y orden de pago vinculada con el expediente.

EXCLUSIVIDAD: ¿POR QUÉ?

Las resoluciones invocan la excepción del artículo 156, inciso 1, de la Ley Orgánica de las Municipalidades. La titularidad de un portal, señal de TV o frecuencia puede justificar la imposibilidad de contratar ese espacio concreto a otro proveedor; aun así corresponde justificar las prestaciones, precios y objetivos públicos. [1] [2] [3]

01. Necesidad de la campaña

Qué objetivo turístico, cultural o institucional buscaba la pauta? Se definió la audiencia que se necesitaba alcanzar y un indicador de resultados?

02. Selección del soporte

Por qué se eligió un medio o señal determinada? Qué alternativas existentes fueron analizadas para lograr el mismo objetivo?

03. Exclusividad y precios

Se acreditó quién es titular o comercializador exclusivo del espacio? Se contrastaron tarifas con condiciones comparables y descuentos?

04. Respaldo presupuestario

Existía crédito disponible al comprometer el gasto? Si no, qué modificación posterior lo habilitó y qué norma la respaldó?

05. Ejecución documentada

Coinciden fechas de campaña, orden de compra, facturas, certificados y pagos? El Estado recibió lo que contrató?

06. Resultados obtenidos

Cuántas impresiones efectivas, clics, reproducciones y visitas útiles se lograron? Se puede conocer el costo por resultado?

UNA LÍNEA ROJA: cualquier publicidad estatal debe poder coexistir con la independencia editorial de los medios. La existencia de pauta no demuestra que un medio haya vendido su cobertura o silenciado hechos.

¿QUÉ CIUDAD PROMOCIONAMOS?

POSICIÓN EDITORIAL / SEPARADA DE LOS HALLAZGOS

Hay una escena que condensa una discusión mucho más profunda que cualquier expediente: en una de las ciudades turísticas más importantes de la Argentina, los vecinos observan reparaciones con paneles fenólicos en su peatonal mientras se autorizan contrataciones de publicidad por más de mil quinientos millones de pesos.

No es una acusación contra cada empresa contratada. Tampoco una afirmación de que una obra y una campaña de promoción sean partidas intercambiables sin más. Es un cuestionamiento a la escala de las prioridades que un gobierno presenta ante la ciudadanía.

¿DE QUÉ SIRVE INVITAR A CONOCER MAR DEL PLATA SI LOS ESPACIOS QUE DEBERÍAN SER SU CARTA DE PRESENTACIÓN LLEVAN AÑOS SIN UNA SOLUCIÓN DEFINITIVA?

La Peatonal San Martín no es un rincón escondido: es un corredor de comercios, trabajadores, turistas y familias. El resultado visible de una obra inconclusa afecta la experiencia de quienes viven de esa actividad económica y de quienes visitan la ciudad.

Por eso indigna la falta de una respuesta pública que sea tan clara como las cifras de las adjudicaciones. Si el Estado fue capaz de formular contratos que enumeran cientos de miles de impresiones digitales y miles de salidas publicitarias, también debería poder presentar una planilla concreta de cuánto falta para terminar la peatonal, cómo se financiará y cuándo se entregará.

No alcanza con anunciar tareas de mantenimiento ni con trasladar toda la discusión a la responsabilidad de una contratista. El control estatal existe precisamente para prevenir desvíos de plazo, medir avances, aplicar garantías y proteger los recursos de los contribuyentes.

EL RECLAMO: que se publiquen cada peso devengado y pagado en pauta, cada certificado de servicio, el estado del reintegro reclamado a Istria y el costo actualizado de terminar la obra. La indignación ciudadana merece respuestas verificables, no eslóganes.

20 PREGUNTAS SIN RODEOS

Preguntas concretas que pueden responderse con documentos. La investigación no queda completa hasta que el ente, la Municipalidad y las áreas de obra pública aporten los expedientes de ejecución y pago.

01 Cuál fue el saldo disponible de la partida Publicidad el día de cada adjudicación de junio de 2026?

02 Qué modificación presupuestaria, con número y fecha, subsanó cada observación de Contaduría?

03 Quién autorizó la continuidad administrativa y qué dictamen jurídico la respaldó?

04 Cuántas órdenes de compra se emitieron y por qué montos definitivos?

05 Qué importes se devengaron y pagaron a cada proveedor hasta el 8 de noviembre de 2026?

06 Qué medios fueron incluidos en el plan anual de medios y con qué criterios de alcance?

07 Qué métricas de campaña recibió el EMTURyC y cómo fueron auditadas?

08 Hubo certificaciones de prestaciones rechazadas, ajustes o descuentos por incumplimientos?

09 Qué estudios justificaron los precios de pauta digital y televisiva contratada?

10 Se evaluaron alternativas antes de optar por una exclusividad para cada soporte?

11 Cuántas campañas y publicaciones se entregaron en los tres expedientes de 0223?

12 Qué relación existe entre el resultado de las campañas y la ocupación turística?

13 Cuál es la deuda con proveedores de medios y qué pagos quedaron pendientes?

14 Cuánto recaudó realmente el Fondo de Promoción Turística en 2024, 2025 y 2026?

15 Se reintegraron íntegramente los usos transitorios del fondo cuando correspondía?

16 Qué certificados de avance físico y financiero existen de la obra de la Peatonal San Martín?

17 Cuál es el estado judicial, administrativo y bancario de los $260,6 millones reclamados?

18 Se cobraron multas y garantías a la constructora? Por cuánto y cuándo?

19 Hay un cómputo y presupuesto de obra actualizado a 2026 para terminar la peatonal?

20 Cuál es el cronograma público de ejecución, con fondos, responsables y fecha final?

El derecho de respuesta corresponde a los funcionarios y a los proveedores mencionados. Si se aportan documentos nuevos, las conclusiones deben revisarse y actualizarse.

SEGUIR EL RASTRO

El informe distingue deliberadamente entre **adjudicado**, **comprometido**, **devengado** y **pagado**. La falta de información sobre las tres últimas etapas impide hablar de un monto definitivamente erogado. Estos enlaces amplían la documentación que figura en la página siguiente.

[9] INDEC, ICC - costo de la construcción: series, metodología y septiembre de 2026

[10] Serie del ICC con detalle mensual histórico, datos atribuidos a INDEC

[11] Istria y rescisión municipal, agosto de 2026: antecedentes del Decreto 1592/26

[12] Licitación de 2023: oferta de Istria y comparación con presupuesto oficial

[13] Cobertura sobre mantenimiento y paneles fenólicos, 31/10/2026

[14] Concejo Deliberante - intervención y obras en la peatonal

LAS FÓRMULAS DEL CAPÍTULO DE COMPARACIÓN

Factor de actualización indicativo = ICC septiembre de 2026 / ICC agosto de 2023 = 1.779,72 / 339,44 = 5,2431. Valor histórico del contrato = $488.857.126. Equivalente orientativo en 2026 = $2.563.129.874. Valor proporcional del 52,81% no ejecutado = $1.353.588.886. Siete adjudicaciones publicitarias = $1.551.237.550,85. Cociente = 114,6%.

NO ES UN PRESUPUESTO DE OBRA. El ICC utilizado es de edificios privados en Gran Buenos Aires. El 52,81% surge de restar el avance físico reconocido (47,19%) a 100%; no representa necesariamente el valor real del trabajo pendiente. No contempla nuevas necesidades, vandalismo, deterioro, precios de materiales específicos ni redeterminaciones contractuales. Es una comparación de orden de magnitud, sujeta a un proyecto técnico actualizado.

Política de actualización: el informe debería ser corregido si el Municipio proporciona una cifra comprobada de obras pendientes que reemplace el cálculo orientativo. Las cifras de adjudicación tampoco deben describirse como pagos totales antes de contar con órdenes de pago y registros bancarios.

FUENTES DOCUMENTALES

Los enlaces que siguen permiten consultar los documentos y antecedentes utilizados. Los links son clicables dentro de este PDF.

[1] Boletín Oficial, 29/06/2026: resoluciones 239-247 y observaciones contables.

[2] Boletín Oficial 2025: contratación de Grupo Media Atlántico por $49.726.080.

[3] Boletín Oficial 2025: contratación adicional a 0223 por $14.367.309.

[4] Pliego municipal: licitación pública 24/2023, “Prioridad Peatón Microcentro”.

[5] La Capital, 10/08/2026: rescisión de Istria, 47,19% y reintegro reclamado.

[6] Noticias Mar del Plata, 31/10/2026: reparaciones y paneles fenólicos en la peatonal.

[7] La Capital, agosto 2026: peatonal deteriorada y una obra inconclusa.

[8] La Tecla MDP, agosto 2026: rescisión de obra y antecedentes de Istria.

MÉTODO, LÍMITES Y DERECHO DE RESPUESTA

Se revisaron actos publicados, se cotejaron importes de adjudicación y se separaron datos oficiales de noticias basadas en decretos y declaraciones. No se auditó la ejecución financiera del EMTURyC ni el expediente judicial y administrativo completo de la peatonal. Este documento no atribuye delitos ni da por probados sobreprecios, incumplimientos publicitarios o pagos sin respaldo.

Para una publicación definitiva es recomendable solicitar respuesta al EMTURyC, a Compras y Contaduría municipal, al EMSUR y a la contratista sobre los puntos aquí expuestos. Fecha de corte: 08/11/2026.