



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

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

---

## **Auditoría de la Ciudad de Buenos Aires**

### **Informe Ejecutivo**

**Número:**

Buenos Aires,

- **Fecha de Aprobación:** 19/03/2025
- **Código de Proyecto:** 52308
- **Denominación del Proyecto:** Desarrollo y Planificación de acciones comunicacionales del GCBA
- **Tipo de Auditoría:** Gestión
- **Dirección General:** Dirección General de Asuntos Institucionales y Partidos Políticos
- **Período Bajo Examen:** 2022

**Objeto:**

Acciones comunicacionales del GCBA.

**Objetivo:** Evaluar la adecuación de los recursos al cumplimiento de los objetivos institucionales y operativos en términos de economía, eficiencia y eficacia.

**Alcance:**

Evaluar el cumplimiento de los procesos de planificación, ejecución y administración de las contrataciones en materias de publicidad para las áreas del Poder Ejecutivo, convenios de patrocinio y promoción de medios vecinales.

**Limitaciones al Alcance:** No hubo limitaciones al alcance.

**Observaciones Relevantes:**

## 5.1 Estructura organizacional

## 5.1.1 Organigramas divergentes con la normativa:

Se verifican divergencias entre el organigrama vigente por norma y el declarado como tal por el propio auditado. De acuerdo a la Estructura Oficial vigente en 2022, no formaban parte de la SSCS las siguientes áreas informadas por el auditado:

- Gerencia operativa de planificación y contratación.
- Subgerencia operativa de seguimiento y evaluación.
- Gerencia operativa de producción gráfica y audiovisual. En este caso sí se encontraba vigente la Subgerencia Operativa de Producción, pero dependiente de otra Subsecretaría diferente a la auditada.

## 5.1.2 Responsabilidades primarias – Acciones de planificación comunicacional

No se ha establecido ni se han iniciado acciones tendientes a la creación de un Plan Anual De Publicidad o dispositivos similares que permitan unificar la política comunicacional del poder ejecutivo. Todo ello a pesar de que la primera responsabilidad primaria establecida para la SSCS consiste en “Entender en la planificación, ejecución y administración de las contrataciones en materia de publicidad para las áreas del Poder Ejecutivo”

## 5.2 Legales – Procesos de contrataciones de publicidad (RES. 52 SECM 18)

Sobre un total de 294 expedientes de contratación analizados, surgieron las observaciones que se detallan a continuación. En ANEXO V. Expedientes observados numerados se detallan por su número cada expediente observado.

### 5.2.1 Incumplimiento de plazos:

En 87 expedientes (29.6% del total de expedientes analizados) se registra el incumplimiento del plazo de 20 días hábiles para la presentación de la declaración jurada de certificación de la publicación encomendada, como lo exige el artículo 29 de la Resolución 52/SECM/18.

### 5.2.2 Documentación incompleta:

En 5 contrataciones (1.7% del total) no consta la documentación necesaria desde la emisión de la orden de publicidad.

### 5.2.3 Gestión extemporánea de la contratación.

En un expediente (0.3% de los casos) se verificó la celebración de la contratación con posterioridad a la prestación efectiva del servicio. La carátula y la solicitud de gastos se realizaron 33 y 34 días después de la emisión de la publicidad, lo que significa que la contratación se registró después de la producción efectiva.

## 5.3 Control interno

### 5.3.1 Planificación interna formalizada:

No se ha podido verificar la existencia de una planificación interna propia, formalizada y complementaria de lo establecido por el Poder Ejecutivo de la CABA en su Plan General Anual de Gobierno.

### 5.3.2 Manuales de procedimiento.

En materia procedimental el organismo se atiene al marco legal vigente pero no certifica la existencia de ningún tipo de manual o dispositivo formal o informal que ordene, oriente y/o facilite la gestión del objeto auditado.

### 5.3.3 Supervisión de las políticas de publicidad y medios:

No se pudo verificar la existencia de medidas, acciones o dispositivos de gestión tendiente a lograr este objetivo a pesar de haber sido señalado como tal en la Cuenta de Inversión 2022.

### **Conclusiones:**

El objeto de auditoria consistió en evaluar la gestión de la Subsecretaría de Comunicación Social durante el periodo 2022. Teniendo en cuenta las características particulares del programa auditado sobre las Acciones de Comunicación, se ha podido verificar a partir de los procedimientos aplicados, un adecuado cumplimiento de las actividades que la estructura orgánica funcional le asigna al auditado.

En este sentido, se observa una mejora en los procesos de contratación con la implementación de la Resolución 52-SECM-18, la cual regula que la emisión de los órdenes de publicidad se realizará a través del Sistema de Administración de Documentos Electrónicos (SADE), generando mayor transparencia y control en las contrataciones de publicidad, en relación en lo manifestado en informes previos sobre el objeto auditado.

No obstante, lo dicho, el examen practicado ha revelado la necesidad de fortalecer las instancias y procesos de control interno que permitan un desarrollo más eficaz de la gestión en materia publicitaria. Se hace especial hincapié en todo lo relativo a los procesos de planificación interna y los mecanismos de supervisión de las políticas de publicidad y

medios, así como la producción de manuales de procedimiento que normalicen y formalicen las operaciones habituales y características del ente auditado.

**Palabras Clave:** Acciones comunicacionales – brief - contratación – pauta publicitaria – sistema de medios - publicidad.

**-Se encuentra embebido el Informe Final-**