

SESIONES ORDINARIAS

2011

ORDEN DEL DÍA N° 1968

COMISIÓN PARLAMENTARIA MIXTA REVISORA
DE CUENTAS

Impreso el día 28 de marzo de 2011

Término del artículo 113: 6 de abril de 2011

SUMARIO: **Pedido** de informes al Poder Ejecutivo sobre las medidas adoptadas para regularizar las situaciones observadas por la Auditoría General de la Nación con motivo de la auditoría de gestión realizada en el ámbito de la Secretaría de Medios de Comunicación con respecto al Programa 19 “Prensa y difusión de actos de gobierno” de la jurisdicción 25 para el ejercicio 2006 y primer trimestre del 2007.

1. (517-D.-2011.)

2. (471-OV.-2008.)

Dictamen de comisión*Honorable Cámara:*

Vuestra Comisión Parlamentaria Mixta Revisora de Cuentas ha considerado el Expediente O.V.-471/08, mediante el cual la Auditoría General de la Nación remite resolución sobre una auditoría de gestión con el objeto de evaluar la Unidad Ejecutora del Programa 19 “Prensa y difusión de actos de gobierno” de la jurisdicción 25, para el ejercicio 2006 y primer trimestre de 2007 en el ámbito de la Secretaría de Medios de Comunicación y, por las razones expuestas en sus fundamentos, os aconseja la aprobación del siguiente

Proyecto de resolución*El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación*

RESUELVEN:

1. Dirigirse al Poder Ejecutivo nacional, solicitándole informe sobre las medidas adoptadas para: *a)* regularizar las situaciones observadas por la Auditoría General de la Nación con motivo de su examen realizado en el ámbito de la Secretaría de Medios de Comunicación, dependiente de la Jefatura de Gabinete de Ministros; *b)* determinar el perjuicio fiscal que pueda haberse

originado en las referidas situaciones, y *c)* deslindar y efectivizar las correspondientes responsabilidades.

2. Remitir copia de la presente resolución, juntamente con sus fundamentos, a la Fiscalía Nacional de Investigaciones Administrativas y a la Oficina Anticorrupción a los fines de su toma de conocimiento y a los efectos que determinen sus respectivas competencias.

3. Comuníquese al Poder Ejecutivo nacional, a la Fiscalía Nacional de Investigaciones Administrativas, a la Oficina Anticorrupción y a la Auditoría General de la Nación, juntamente con los fundamentos de la presente.

De acuerdo con las disposiciones pertinentes, este dictamen pasa directamente al orden del día.

Sala de la comisión, 2 de marzo de 2011.

Heriberto A. Martínez Oddone. – Luis A. Juez. – Gerardo R. Morales. – Juan C. Romero. – Ernesto R. Sanz. – Juan C. Morán. – Walter A. Agosto.

FUNDAMENTOS

La Auditoría General de la Nación (AGN) procedió a realizar un examen en el ámbito de la Secretaría de Medios de Comunicación (SMC) de la Jefatura de Gabinete de Ministros.

La tarea de la AGN tuvo por objeto realizar una auditoría de gestión en la Secretaría de Medios de Comunicación (SMS), Unidad Ejecutora del Programa 19 “Prensa y difusión de actos de gobierno” de la jurisdicción 25, para el ejercicio 2006 y primer trimestre de 2007.

La AGN formuló los siguientes comentarios y observaciones:

La SMC no realizó una planificación estratégica, así como tampoco se definió una producción (metas físicas) en los presupuestos para los ejercicios 2006 y 2007.

La circular N° 19/02-SMC sólo se cumple parcialmente, la misma establece las distintas instancias que deben seguir las solicitudes de publicidad en forma general.

La normativa referida a la tramitación de la publicidad, en el ámbito de la SMC, es profusa, y no se encuentra adecuada a los sucesivos cambios tanto de jurisdicción como de instancias intervinientes en el proceso de desarrollo de la misma.

La disparidad y carencia de normativa específica trae aparejada como resultado la informalidad en los procesos referidos a los distintos trámites necesarios para concretar la realización de la publicidad, ya sea en cuanto a la solicitud de la misma por parte del organismo, la ponderación por parte de la instancia específica de la SMC tanto como al intercambio de documentación con Télam S.E. referida a la aprobación por parte de la secretaría de la pauta propuesta y de la recepción y convalidación de las facturas remitidas por la misma agencia.

La misma empresa en la que se pauta la realización de publicidad es la que certifica la efectiva prestación del servicio, con lo cual no existe un control por oposición.

No existen criterios de evaluación de oportunidad, mérito o conveniencia que permitan determinar de manera objetiva la procedencia o improcedencia de una solicitud de publicidad cursada por un organismo de acuerdo a lo establecido por la normativa.

Manifiesta la AGN que no se obtuvieron constancias en el ámbito de la SMC de la existencia de parámetros formales y objetivos que respalden la distribución y asignación de la publicidad oficial.

Consultada Télam S.E. respecto a la normativa interna aprobada por la sociedad a fin de realizar la determinación de los medios en los cuales se pauta la publicidad y en su caso indicar los criterios tenidos en cuenta para la selección de los medios, respondió: "...las normas para contratación de espacios de publicidad siguen y preservan la pluralidad de ideas y el pluralismo en materia de medios de comunicación. Esas normas están incluidas en el marco de la obligación republicana de difundir los actos de gobierno a los ciudadanos y en el de cumplir con el derecho de los ciudadanos a ser informados.". De lo expuesto no surge evidencia del criterio aplicado o de las normas que lo sustentan.

La SMC no cuenta con un sistema informático confiable que permita realizar en forma adecuada el seguimiento y control necesarios para la aprobación de la pauta publicitaria y de la facturación realizada por Télam S.E.

La AGN informa que en la oportunidad de formular su descargo, el organismo auditado efectuó diversas aclaraciones tendientes a justificar su accionar con relación a los distintos aspectos incluidos en su informe. Asimismo, la AGN señala que para la elaboración de su informe tuvo en cuenta dicho descargo producido por

el auditado en aquellos casos en los que lo consideró pertinente.

Atento ello, la AGN formuló las siguientes recomendaciones:

Con respecto a la planificación:

Programación y ejecución presupuestaria:

Implementar los mecanismos y procedimientos necesarios a fin de definir metas físicas que reflejen adecuadamente la producción desarrollada por la SMC, estableciendo a la vez un sistema de información gerencial y de control de gestión para la toma de decisiones.

A tal fin, deberían tenerse en consideración los siguientes aspectos: el objetivo básico que persigue la medición física de las metas es reflejar la producción de bienes o servicios tendientes a cumplir con los objetivos planteados para el ejercicio, a los cuales se asignan los correspondientes créditos presupuestarios.

Dichas mediciones sirven para modificar planes y programas, en los cuales acontecimientos imprevistos puedan ser considerados, así como también comparar operaciones similares y evaluar la eficacia relativa de los sistemas y procedimientos.

La inclusión en el presupuesto de la producción de bienes y servicios en términos físicos no sólo posibilita tomar decisiones en los niveles políticos y directivos sobre los recursos reales y financieros necesarios para el logro de los objetivos de las políticas públicas, sino que, además, es la base esencial para analizar, controlar y evaluar la ejecución presupuestaria.

Esto se podría lograr mediante un sistema de información gerencial para la toma de decisiones y un cuadro de mandos que lo complementa y que permita un control periódico, con información precisa y oportuna.

Debe entenderse como cuadro de mandos una de las herramientas básicas de un sistema de control de gestión, que sintetiza mediante el empleo de indicadores y ratios el comportamiento de los centros más relevantes de la organización.

Apertura programática:

Propiciar por medio de las instancias competentes una adecuada apertura presupuestaria a fin de lograr que el diseño de la red programática de la SMC refleje adecuadamente las acciones que ésta lleva a cabo a fin de evitar la falta de transparencia en la exposición.

Circuito de tramitación de publicidad:

Desarrollar circuitos y manuales de procedimiento comprensivos de toda la actividad desarrollada por la SMC, adecuados a las competencias asignadas actualmente a la misma.

Asimismo y hasta tanto se realice la adecuación normativa, cumplir con lo establecido por la circular N° 19/02.

Con respecto a los controles ejercidos por la SMC respecto a la realización de la publicidad:

Implementar un sistema de certificación del cumplimiento de la pauta publicitaria para radio y televisión independiente de la empresa implicada en el proceso, a fin de contar con un control ajeno a las partes contratantes, garantizando la transparencia del proceso.

Con respecto al deber de informar de Télam S.E.:

Reclamar por medio de la instancia correspondiente el cumplimiento por parte de Télam S.E. de las obligaciones establecidas por los artículos 6° y 8° del decreto 2.219/71.

Con respecto a la admisión de solicitudes de publicidad:

Adoptar criterios objetivos para la admisión de solicitudes de publicidad cursadas por las distintas jurisdicciones en consonancia con lo dispuesto en la normativa aplicable en la materia, quedando plasmada la misma en los expedientes de tramitación de la publicidad, en cumplimiento de la circular 19/02.

Con respecto a la distribución de la pauta publicitaria:

Promover una asignación de la pauta publicitaria acorde a parámetros objetivos y transparentes que tiendan a despejar toda duda de discrecionalidad basada, de acuerdo a lo consignado en el informe de gestión 2006 por la SMC, en una asignación de recursos presupuestarios que resulte de una planificación realizada considerando los destinatarios deseados, así como la cobertura geográfica, relacionando la misma con los objetivos del mensaje solicitado.

Con respecto al control:

Desarrollar un sistema de información gerencial y de control de gestión, para la toma de decisiones.

Elaborar un sistema de costos a fin de poder extraer conclusiones sobre el comportamiento de los mismos y relacionar la parte física del presupuesto con la financiera.

Confeccionar indicadores de gestión presupuestaria que reflejen distintos tipos de relaciones: entre productos y objetivos de las políticas públicas, entre productos, entre productos y recursos, entre recursos, así

como entre los elementos mencionados y cualquier otro aspecto cuantitativo de los procesos productivos con capacidad explicativa de una gestión o un resultado.

Con respecto al control de gestión:

Realizar informes de gestión sobre la ejecución de la planificación oportunamente aprobada, a fin de generar información que permita obtener un conocimiento que alimente la toma de decisiones oportunas y pertinentes a fin de garantizar la eficiencia, la eficacia y la calidad de los procesos, así como los resultados y el impacto producido por el accionar de la SMC.

Con respecto al seguimiento del trámite de publicidad:

Implementar un sistema informático dotado de los resguardo de integridad de la información y niveles de acceso acordes a las jerarquías y responsabilidades.

Actualizar la información contenida en el archivo de seguimiento, logrando su adecuación a la documentación de respaldo obrante en la SMC.

Con respecto a los controles realizados por la SMC sobre las emisoras comerciales que le dependen:

Confeccionar un manual de procedimiento que establezca claramente la operatoria de administración y control de las emisoras comerciales.

Establecer la normativa necesaria que contenga un modelo de informe a seguir y los contenidos mínimos requeridos a los fines de unificar la información objeto de relevamiento para cada emisora.

Regular el procedimiento a cumplir para la elevación y tratamiento de los informes con el objeto de regularizar las deficiencias detectadas.

Heriberto A. Martínez Oddone. – Gerardo R. Morales. – Juna C. Romero. – Ernesto R. Sanz. – Juan C. Morán. – Walter A. Agosto.

ANTECEDENTES

Ver expedientes 517-D.-2011 y 471-O.V.-2008.

anexo