

## **INFORME EJECUTIVO**

**Proyecto N° 5.04.12. Nombre:** Comunicación institucional de la gestión de gobierno. Auditoría de gestión. Año 2003.

### **1. Principales Conclusiones**

En esencia es objetivo de la Subsecretaría significar, proponer y supervisar las políticas, estrategias y acciones de información, comunicación y difusión de los actos de gobierno y servicios a la comunidad del PE de la CBA, ser órgano de aplicación y ejecución de lo dispuesto en la normativa regulatoria del Registro de medios de comunicación vecinales y coordinar el funcionamiento de LS1 Radio de la Ciudad y de la Señal de Cable Ciudad Abierta.

Para el desarrollo de las acciones referidas cuenta con personal propio y efectúa contrataciones diversas con fines también distintos (diseño de una campaña publicitaria, monitoreo de la publicidad contratada, etc). Para la celebración de aquellas cuenta con una normativa específica dictada al efecto.

Durante el periodo auditado el Organismo efectuó 167 campañas publicitarias y recibió 115 solicitudes de publicidad escritas de diversos Organismos de la Ciudad.

### **2. Objeto**

Jurisdicción: 20 (Jefatura de Gobierno), Programa presupuestario: 2070. Unidad ejecutora: Subsecretaría de Comunicación Social.

### **3. Objetivo**

Evaluar la adecuación de los recursos al cumplimiento de los objetivos institucionales y operativos del programa en términos de eficacia y eficiencia.

### **4. Principales Hallazgos**

Del análisis efectuado se concluye en primer término la inexistencia de una planificación estratégica de la política comunicacional así como la falta de constancias de la evaluación de la necesidad del accionar comunicacional. Conllevando lo expuesto a la inexistencia de fundamento del diseño y de la implementación de la política pública comunicacional.

En segundo lugar se advierte la inexistencia de un control interno suficiente en función de la inexistencia de una estructura aprobada y/o asignación de funciones, de normas de procedimientos así como de la insuficiencia de una registración íntegra, confiable y discriminada que sustente y facilite el análisis de la gestión del Organismo.

Y en tercer término es de advertirse la necesidad de elaborar y aprobar normas específicas (legales y contractuales) para la regulación suficiente y en resguardo del interés público de los procedimientos de contratación de publicidad, de la publicidad en la vía pública y de la comercialización de los espacios publicitarios.

Por último, se recomienda la promoción de acciones en sede administrativa, en los términos del art. 136 inc. k) de la ley 70, todo ello en el entendimiento de que de la promoción de dichas acciones pueden surgir – inclusive- elementos que ameriten instar la vía judicial.