

INFORME EJECUTIVO

Lugar y fecha de emisión	Buenos Aires, noviembre de 2006			
Destinatario	Señor: Vicepresidente 1º de la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires Dip. Santiago M. de Estrada			
Código del Proyecto	4.05.22			
Denominación del Proyecto	Lealtad Comercial Ley 22.802 y 19511			
Período examinado	Año 2004			
Programas auditados	6504 – Lealtad Comercial - Ley 22802 y 19511			
Jurisdicción	65 - Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable			
Unidad Ejecutora	Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor			
Objetivo de la auditoría	➤ Evaluar la Gestión de la Dirección de Lealtad Comercial			
Presupuesto (expresado en pesos)	Programa	Presupuesto Vigente	Devengado	Porcentaje de ejecución
	6504	598.468	591.092	98,77%
Alcance	Relevar los aspectos normativos, operativos y de control relacionados con el desarrollo del programa, obteniendo elementos que permitan evaluar su gestión y ambiente de control, a partir de la información obrante en la Dirección de Lealtad Comercial sobre las acciones desarrolladas durante el ejercicio 2004.			
Período de desarrollo de tareas de auditoría	01/03/06 al 31/05/06			
Limitaciones al alcance	El alcance previsto para el presente trabajo de auditoría se ha visto limitado por las deficiencias en la información volcada a las bases de datos, que impidió evaluar integralmente diversos aspectos tales como: • La cuantificación y análisis del total de casos pendientes de resolución en el área jurídica; • El cálculo de los tiempos incurridos en las tramitaciones jurídicas; • El análisis de reincidencias de infractores; • La verificación de los criterios utilizados para la determinación de las multas aplicadas en razón de similares causales de infracción;			

	• El seguimiento de la efectivización de los montos de las multas impuestas.
Aclaraciones previas	La responsabilidad primaria de la Dirección hace referencia a los siguientes aspectos: ➤ Realizar tareas de prevención, vigilancia y control respecto del cumplimiento de la Ley N° 22.802 de Lealtad Comercial, así como de las normas sobre seguridad y publicidad de productos y servicios contenidas en la Ley N° 24.240 de Defensa del Consumidor; ➤ Implementar, junto con la Dirección de Defensa del Consumidor, políticas de difusión de la legislación vigente; ➤ Realizar estudios y análisis sobre la problemática de la comercialización, promoción y publicidad de productos y servicios, asistiendo a la Dirección General en la aplicación de las políticas de consumo. La Descripción del Servicio Público indica que la Dirección de Lealtad Comercial es el organismo de aplicación de las Leyes 22.802 (Lealtad Comercial) y 19.511 (Sistema Métrico Legal Argentino) y el programa está orientado a verificar su cumplimiento; abarcando aspectos de rotulado de bienes que se comercializan; la publicidad y la promoción de productos mediante el ofrecimiento de premios; el cumplimiento de normas de seguridad de productos eléctricos y juguetes; el correcto rotulado e instrucciones de limpieza en textiles; el control de productos pre-medidos comercializados en unidades de masa, con contenido nominal desigual; la exhibición de los precios de los productos o grupos de productos, con la denominación monetaria “pesos”. Por su parte, la 19.511, corresponde a aspectos de Metrología Legal, cuyo objeto es que todos los instrumentos de medición utilizados en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires funcionen en forma adecuada.
Observaciones principales	Las principales observaciones están relacionadas con : - o Insuficiencia de recursos humanos profesionales y de adecuado espacio físico, equipamiento informático y movilidad para la actividad de contralor. - o Carencia de un sistema de información gerencial o de dirección, derivado de un inadecuado aprovechamiento y/o desarrollo del sistema informático. - o Deficiente definición de metas físicas. - o Acumulación progresiva de casos para su tramitación en el sector jurídico, que superan su capacidad

	operativa. - o Inadecuados controles sobre la actividad de los inspectores. - o No se ha establecido una metodología común para la determinación de las multas a ser aplicadas a las empresas infractoras. - o Falta de seguimiento de los casos de infracción detectados. - o Falta de documentación relacionada a la labor de análisis de reincidencia - o No se verifica que sea realizado el seguimiento de la gestión de cobranzas de multas impuestas.
Conclusiones	La escasez de recursos informáticos y la subutilización de los disponibles no permiten contar con adecuadas herramienta de gestión ni con información confiable, imposibilitando además, realizar una labor sistemática de seguimiento de actuaciones, denuncias e infractores, para realizar, entre otros, los análisis de reincidencia y/o para disponer acciones de oficio en tiempo y forma; además de dificultar la actividad de control externo. La carencia de una unidad de criterio para la cuantificación de multas, deja su definición a criterio de quien evalúa los casos, situación que se aleja diametralmente de los parámetros de control esperados. La capacidad operativa del área jurídica ampliamente superada debido a la acumulación progresiva de expedientes para su tratamiento, situación que dilata los tiempos de resolución y va en desmedro de un adecuado ambiente de control. El hecho de no disponer de información sobre los resultados de cobranza de multas impide conocer el impacto de las mismas y no permite ser utilizado como criterio para evaluar similares situaciones detectadas o reiteraciones de faltas.
Implicancias	Considerando la relevancia de las limitaciones indicadas en el alcance del presente informe, que no posibilitaron que sea realizado el análisis integral de la gestión, sumadas a las falencias expuestas, el accionar de la DLC se ve limitado para desarrollarse dentro de parámetros adecuados de economía, eficiencia y eficacia.