

INFORME EJECUTIVO

Lugar y fecha de emisión	Buenos Aires, Agosto de 2006
Código del Proyecto	4.05.12
Denominación del Proyecto	Seguimiento de Observaciones del Proyecto N° 4.20.00.02.02 Gestión de la Contribución por Publicidad
Período examinado	Año 2004/05.
Programas auditados	Sin Reflejo Presupuestario.
Unidades Ejecutoras	Subdirección de Control Comunal y Dirección General de Rentas.
Objetivo de la auditoría	Seguimiento y Evaluación de los cambios efectuados por el ente auditado en respuesta a las observaciones y recomendaciones del Proyecto 4.20.00.02.02 – Gestión de la Contribución por Publicidad – Período 2001.
Alcance	Para la realización de la tarea se llevaron a cabo los siguientes procedimientos de auditoría: ➤ Seguimiento y estudio del informe final aprobado. ➤ Análisis de las modificaciones a la estructura de los entes auditados con posterioridad al cierre de las tareas de campo. ➤ Cotejo de la información proporcionada por los entes auditados referidas a las modificaciones implementadas a partir del informe final aprobado. ➤ Cotejo de la aplicación de la Resolución N° 28/SSCC/DGR/04.
Período de desarrollo de las tareas de auditoría	Las tareas de campo se llevaron a cabo, entre el 26/05/2005 y el 19/04/2006.
Limitaciones al alcance	Solo se pudo acceder a 5 de los 10 expedientes que presentaron inconsistencias durante su estudio, alegando la DGR que el resto se encontraría en el Archivo General.
Aclaraciones previas	➤ Se efectuó una interpretación de las observaciones, dado que de los procedimientos realizados, surgieron divisiones de tareas, circuitos y trámites administrativos distintos a los que dieron origen a las volcadas en el

	informe original. ➤ Se produjeron sucesivas modificaciones en las áreas implicadas en el otorgamiento y fiscalización de permisos en materia de anuncios de publicidad en los organismos auditados con posterioridad a la emisión del informe: Áreas de Habilitación y otorgamiento de Permisos Publicitarios; Control y Fiscalización del Empadronamiento por Publicidad. ➤ Se aprobó una nueva estructura organizativa funcional del Poder Ejecutivo. (Decreto N° 350/GCBA/06).
Observaciones principales	A continuación se detallan las observaciones que a la fecha del presente informe presentan la siguiente situación: a) El progreso es incipiente. <u>Observación N°1 y 6:</u> Si bien se pudo corroborar la existencia de planes de fiscalización, no puede aseverarse que los mismos incluyan el total del universo de avisos publicitarios, y mas aún, en los casos en que se detectaron infracciones, no se concluyó con el cobro de la contribución por publicidad. <u>Observación N° 2, 10:</u> Se han simplificado los procedimientos referidos al empadronamiento y que permitirían el ingreso de los datos en forma simultanea en ambos organismos; resta aún cumplimentar el enlace informático entre las Direcciones Generales intervinientes. Además no se han realizado tareas tendientes a la eliminación de diferencias entre los padrones históricos. <u>Observación N° 4:</u> La información brindada por el SIAC no discrimina por anuncio publicitario en los casos de contribuyentes que devenguen la contribución con mas de un anuncio publicitario, en consecuencia no es posible determinar cuales o cuantos anuncios están pagos y cuantos impagos, en caso que el contribuyente no hubiera presentado la correspondiente declaración jurada. <u>Observación N° 5:</u> El análisis del estado de los legajos se hizo teniendo en cuenta los cambios instrumentados en alguno de los circuitos administrativos, así, el sector de grandes contribuyentes lleva legajos únicos, encontrándose

	parcialmente subsanada esta observación. Respecto de los legajos verificados se constató el cumplimiento de los requisitos vigentes en relación a la documentación que debe integrar dichos legajos. En consecuencia la actualización alcanzada se hizo de manera informal y no garantiza que todos los legajos estén actualizados. <u>Observación N° 12:</u> La Resolución 2235-DGR-2002 no define el concepto objetivo de gran contribuyente, lo que hace es nominar en un listado a los Grandes Contribuyentes. b) Se mantiene la observación <u>Observación N° 3:</u> No se ha implementado un plan específico de inspección de publicidad en la vía pública, tendiente a coordinar operativos de verificación y control de los anuncios. Solo, se actúa a partir de denuncias y/o fallos judiciales. <u>Observación N° 7:</u> No se ha implementado un relevamiento catastral que identifique fehacientemente a la publicidad instalada en los estadios de primera división A y en aquellos lugares donde se desarrollan espectáculos públicos, en consecuencia, no se ha fiscalizado esta situación. <u>Observación N° 9:</u> No se han dictado normas que establezcan una practica para la transferencia de los antecedentes de las obligaciones tributarias en mora de los contribuyentes del área de publicidad, para gestionar su cobro por vía judicial. <u>Observación N° 10:</u> No pudo demostrar la existencia de formularios de constancias de procesamiento de altas, bajas y modificaciones procesadas en el sistema informático. <u>Observación N° 14:</u> El estado de archivo de los legajos a los que se refiere la observación hizo imposible su cotejo. <u>Observación N° 15:</u> No se ha confeccionado el manual que contenga procedimientos escritos unificados referidos a los anuncios publicitarios en la vía pública.
--	--

Conclusiones	➤ De la tarea de seguimiento sobre las observaciones determinadas en el Informe Final de Auditoria Gestión de la Contribución por Publicidad, pudo comprobarse que los organismo involucrados, en particular la Dirección General de Rentas, han realizado acciones tendientes a dar una respuesta favorable a las observaciones oportunamente realizadas, no obstante en la mayoría de los casos no se alcanzó a resolverlas favorablemente. A pesar de esto, no puede dejar de mencionarse, que no se ha podido constatar la existencia de un “plan integral” para detectar aquellos avisos publicitarios que no cumplen con la normativa vigente – Observación nº 3. Por otra parte no vislumbra cuales son los motivos por los cuales no se fiscaliza la publicidad efectuada en los estadios deportivos de fútbol de primera división “A” – Observación nº 7. ➤ Estadísticamente, surge que de las 15 observaciones del informe original, en el 13% de los casos se detecto un progreso “Satisfactorio”, en el 47% se pudo comprobar un progreso “Incipiente” y en el 40% restante se concluyó que el progreso “No es Satisfactorio” .
Implicancias	Las falencias y deficiencias que los organismos involucrados presentan en la tramitación de los permisos por publicidad adquieren especial relevancia ante la inexistencia del enlace informático entre las Direcciones Generales. Esta modalidad en la tramitación ayudaría a la minimización de las discrepancias entre los padrones de ambas reparticiones. Un plan integral tendiente a detectar a aquellos avisos publicitarios que no cumplen con la normativa vigente, como así también, un plan tendiente a fiscalizar la publicidad efectuada en los estadios deportivos de fútbol de primera división “A” implicaría un incremento en la recaudación correspondiente a la contribución publicitaria.