



INFORME FINAL DE AUDITORIA

Con Informe Ejecutivo

Proyecto N° 5.16.08

**"SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN
SOCIAL"**

Auditoria Legal y Financiera

Período 2015

Buenos Aires, Agosto 2018

AUDITORIA GENERAL DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Jean Jaures 216 - Ciudad Autónoma de Buenos Aires

PRESIDENTE:

Lic. Cecilia Segura Rattagan

AUDITORES GENERALES:

Cdra. Mariela Coletta

Ing. Facundo Del Gaiso

Dr. Jorge Garayalde

Lic. María Raquel Herrero

Cdor. Vicente Rodríguez

Lic. Hugo Vasques

Código de Proyecto: 5.16.08

Nombre del Proyecto: Secretaría de Comunicación Social.

Objeto: Secretaría de Comunicación Social.

Objetivo: Controlar aspectos legales de los procedimientos seguidos en el proceso de Compras y Contrataciones de la Secretaría de Comunicación Social.

Período: Año 2015.

Jurisdicción: 20. Jefatura de Gobierno.

Unidad Ejecutora: 106 Secretaría de Comunicación Social.

Programa Presupuestario: N° 5 – Desarrollo Actividades Comunicacionales.

Inciso	Descripción	Sanción	Vigente	Definitivo	Devengado	Pagado	Deuda Flotante
1	Gastos en Personal	5.264.477	7.813.611	7.093.722	7.093.722	7.036.034	57.687
2	Bienes y Servicios	2.858.945	248.313	245.310	230.480	168.181	62.298
3	Servicios no Personales	752.471.258	809.886.074	809.654.772	807.499.388	712.856.902	94.642.485
4	Bienes de Uso	558.000	220.130	220.129	220.129	220.129	0
	Totales	761.152.680	818.168.128	817.213.935	815.043.721	720.281.249	94.762.471

Fuente: Parametrizado Créditos SIGAF 2015

Directores de Proyecto: * Dra. Belen Scolari
* Lic. Javier Gasparian

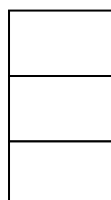
Supervisión del Proyecto: a cargo del Dr. Guillermo A. García

FECHA DE APROBACIÓN DEL INFORME: 03 DE AGOSTO DE 2018

APROBADO POR: DISIDENCIA PARCIAL

RESOLUCIÓN N°: 263/18

	INFORME EJECUTIVO
Lugar y Fecha	Buenos Aires, Agosto de 2018
Código del Proyecto	5.16.08
Denominación del Proyecto	Secretaría de Comunicación Social
Período Examinado	2015
Jurisdicción	20. Jefatura de Gobierno
Programa Presupuestario	Nº 5 – Desarrollo Actividades Comunicacionales.
Unidad Ejecutora	106. Secretaría de Comunicación Social.
Objetivo de la auditoría	Controlar aspectos legales de los procedimientos seguidos en el proceso de Compras y Contrataciones de la Secretaría de Comunicación Social.
Objeto	Secretaría de Comunicación Social
Limitaciones al alcance	No Hubo.
Aclaraciones Previas	Siendo la ex Secretaría de Comunicación Social el objeto del presente informe junto con las estructuras que de ella dependían debemos aclarar que dicha Secretaría debía asistir al Jefe de Gobierno en todo lo inherente a sus competencias, de acuerdo a los objetivos que se enuncian a continuación: 1. Promover y entender en lo atinente a los medios vecinales de comunicación; 2. Planificar, ejecutar y administrar las contrataciones que en materia de publicidad realicen las distintas Áreas del Poder Ejecutivo; 3. Coordinar el contenido, actualización y difusión de la página oficial de Internet del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos y participar en la planificación de las relaciones con los nuevos medios de comunicación. A su vez, la Dirección General de Planeamiento de Medios debía a) asistir al Secretario en la planificación, ejecución y administración de las contrataciones que en materia de publicidad realicen las distintas áreas del Poder Ejecutivo del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; b) monitorear la correcta emisión de las acciones de comunicación del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en los medios de comunicación, en atención a los espacios publicitarios contratados; c) asistir al Secretario



en lo atinente a los medios vecinales de comunicación y d) entender en el contenido, actualización y difusión de la página oficial de Internet del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la planificación de las relaciones con los nuevos medios de comunicación. Con ella colaboraba la Dirección Operativa de Planificación y Contratación debía elaborar la planificación de los medios de comunicación para el desarrollo de la pauta institucional del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, seleccionar, administrar y contratar los servicios de producción gráfica y digital, formularios genéricos e impresos de las distintas reparticiones y administrar la relación contractual, con los proveedores de publicidad del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Por último, la Subdirección Operativa Seguimiento y Evaluación debía realizar el control de todas las contrataciones realizadas para el desarrollo de la pauta institucional del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, asegurando el cumplimiento contractual, en cuanto a espacio, duración, repetición y evaluar la distribución de la pauta institucional, y sugerir mejoras para su correcta llegada a toda la población, en consecución de los objetivos comunicacionales propuestos por las áreas del gobierno además de asistir a la Dirección General, en la elaboración del presupuesto de publicidad del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En este marco de responsabilidades primarias, misiones y funciones de la estructura administrativa auditada el objetivo del presente consistió en controlar los aspectos legales de los procedimientos seguidos en el proceso de Compras y Contrataciones de la Secretaría de Comunicación Social. Es decir, examinar las contrataciones en materia de publicidad y producción de material publicitario.

Cabe aclarar que las contrataciones en materia de publicidad y producción de material publicitario se encuentran alcanzadas por la Ley 2.095 (modificada por la Ley 4.764).

Durante el año 2014, el Poder Ejecutivo entendió que dadas las particularidades que poseen tales contrataciones, se requería la adopción de mecanismos que aseguren la prestación de los servicios en tiempo y forma, a fin de garantizar la eficacia de los mismos y en este marco resultaba procedente dotar a la Secretaría de Comunicación

	Social de los instrumentos y procedimientos administrativos necesarios para una adecuada gestión considerando sus particularidades y especificidad. Estimó conveniente que la dependencia precitada establezca -en forma conjunta con la Dirección General de Compras y Contrataciones del Ministerio de Hacienda- un procedimiento administrativo y de control que deberían seguir las actuaciones en esta materia. Así entonces, el Jefe de Gobierno sancionó el Decreto N° 258/14 derogando los Decretos N° 611/08 y N° 140/12 que regulaban los procedimientos en materia de contrataciones de espacios publicitarios y producción de material publicitario y estableció que la Secretaría de Comunicación Social conjuntamente con la Dirección General de Compras y Contrataciones del Ministerio de Hacienda dictaron el nuevo procedimiento administrativo de contratación y control para espacios de publicidad y producción de material publicitario, en el marco de los incisos 1), 4) y 5) del artículo 28 de la Ley N° 2.095. También designó a la SCS como autoridad de aplicación del presente régimen y se la facultó para dictar las normas complementarias, operativas e interpretativas que fueren necesarias para su mejor aplicación. Todo ello plasmado en la Resolución N° 8.513-SCS/14 y Anexo I aprobando el procedimiento administrativo y de control de contrataciones de espacios publicitarios y producción de material publicitario establecido en el Acta Acuerdo. Se requirió el universo de contrataciones realizadas por la Secretaría de Comunicación Social, detallado en el cuerpo principal del presente informe. En ese universo también están incluidas aquellas contrataciones realizadas en el marco de la ley 2.587/07, es decir los Medios Vecinales cuyo importe total solo alcanza a representar un 2,10% del total del gasto realizado.
Principales Observaciones	• Inobservancia de los objetivos de la SCS. Ley 4013 art. 30. a) Si bien la Secretaría de Comunicación Social tenía como objetivo planificar, ejecutar y administrar las contrataciones que en materia de publicidad realizaran las distintas áreas del Poder Ejecutivo y en virtud que la partida presupuestaria asignada a publicidad no se encuentra restringida, diversas áreas del Poder Ejecutivo

	han efectuado imputaciones relacionadas con ese objeto del gasto, sin intervención de la mencionada Secretaría (art. 30 2.). b) No existen constancias que acrediten que la Secretaría de Comunicación Social halla coordinado el contenido, actualización y difusión de la página oficial de Internet del Gobierno de la Ciudad y participado en la planificación de las relaciones con los nuevos medios de comunicación tal como lo establecía su objetivo institucional (art. 30 3.). • Incumplimiento de las Acciones (Dec. 660/GCBA/2011): Tal como se desprende del análisis sobre las actuaciones examinadas no hay constancia de control por parte de Dirección Operativa de Planificación y Contratación y la Subdirección Operativa de Seguimiento y Evaluación. En particular, ésta última debía "realizar el control de todas las contrataciones realizadas para el desarrollo de la pauta institucional del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, asegurando el cumplimiento contractual, en cuanto a espacio, duración, repetición, etc.". • Omisión de las acciones Descriptas en el Programa Presupuestario: No se hallaron constancias de las acciones que la Secretaría de Comunicación Social debía desarrollar "para llevar a cabo acciones que permitan una adecuada difusión de los actos de gobierno mediante una planificación estratégica en los distintos medios de comunicación. Asimismo, no se verificó la existencia de registros que den cuenta de la obligación de incorporar nuevas herramientas de planificación así como pre y post evaluaciones objetivas de las distintas acciones eje de la comunicación anual". • Incumplimientos detectados en la caratulación de los expedientes: En el (80,06%) de los expedientes analizados la fecha de Caratulación es posterior a la emisión de la Orden de Publicidad quebrantando lo preceptuado por el art. 3 de la Resolución 8513-GCBA-2014 que establece "será requisito indispensable para el inicio de las contrataciones publicitarias la Caratulación del Expediente administrativo correspondiente a cada una de las Órdenes de Publicidad emitidas por la Dirección General de Planeamiento de Medios".
--	--

	• Registro de Órdenes de Publicidad. Incumplimiento: Se verificó la inexistencia del registro de órdenes de publicidad emitidas, incumpliendo lo prescripto por el art. 4 de la Res. 8.513-SCS-14 que impone a la Dirección General Planeamiento de Medios llevar un exhaustivo registro y control de las órdenes de publicidad emitidas, debiendo otorgar a las mismas una numeración correlativa. • Registro Único y Permanente de Proveedores. Incumplimientos: Del análisis efectuado surge que en el 100% de los expedientes analizados no obra constancia que acredite haberse efectuado la consulta al padrón de inscriptos al Registro Informatizado Único y Permanente de Proveedores (RIUPP), tal como lo prescribe el artículo 6 primer párrafo de la Resolución 8513-GCBA-2014. Comentario del Auditado: Finalmente, es importante aclarar que la constancia de inscripción al RIUPP de un proveedor actualmente es requerida con anterioridad a la emisión de la Orden de Publicidad, junto con el Brief, y la Declaración Jurada y es vinculada de forma inmediata al Expediente. • Otras irregularidades relacionadas con la información del RIUPP. a) Relacionadas con los Apoderados y Representantes Legales: Al cotejar las declaraciones juradas de exclusividad y declaraciones juradas de certificación de la publicidad se detectó que quienes las suscribían como apoderados o representantes legales no serían las personas que de acuerdo con la información obrante en el RIUPP y/o la nueva plataforma (según informara la Dirección General de Compras y Contrataciones) se encontrarían habilitadas para suscribir las mismas. b) Relacionadas con la eventual afectación del "Principio de Libre Competencia: Conforme surge del análisis de las contrataciones realizadas por la Secretaría de Comunicación Social y de la información remitida por la Dirección General de Compras y Contrataciones con relación a los datos de los proveedores inscriptos en el RIUPP se ha detectado que algunas personas integran (en su calidad de socio o miembro del directorio) más de una o varias sociedades anónimas y/o sociedades de responsabilidad limitada contratadas. Asimismo, se detectaron sociedades en las que la totalidad de los miembros del directorio se encuentran integrados por las mismas personas.
--	--

	Comentario del Auditado: En la práctica publicitaria, muchas empresas comparten directorios o socios en su caso, lo cual no implica que ofrezcan los mismos servicios publicitarios, o servicios competitivos entre sí en un mismo rubro o canal de comunicación. En tal sentido cabe ilustrar que en cualquier grupo diferentes empresas de publicidad se abocan a canales, productos, segmentos y mercados diferentes, distinguiéndose por ejemplo la publicidad fuera del hogar (OOH), la publicidad en cine, la publicidad digital, la radio, la TV, los diarios las revistas etc. Cada empresa tiene un objeto social distinto y en consecuencia en muchos casos las empresas no compiten entre sí en el mismo mercado • Declaraciones Juradas. Inconsistencias detectadas: Se observa que en el 34,04% de la totalidad de los expedientes analizados el proveedor ha presentado la Declaración Jurada de Certificación certificando la realización de la publicidad contratada "sin fecharla" y un 44,17% de ellas contienen omisiones, inconsistencias y/o acompañan documentación insuficiente a los fines de la certificación del servicio realizado. • Incumplimientos en la presentación de la Declaración Jurada de exclusividad: En el 27,45% de las contrataciones del tipo exclusividad, en las Declaraciones Juradas de Exclusividad presentadas por los proveedores se observan omisiones, errores e inconsistencias tales como: carecer de fecha, presentación posterior a la emisión de la orden de publicidad, no presentación o suscripción en blanco (sin especificar datos de la contratación), todo ello en violación a lo prescripto por el art. 8° de la Res. 8513-SCS-1441.
CONCLUSION	El objeto de la presente auditoría consistió en controlar los aspectos legales¹ de los procedimientos seguidos en el proceso de compras y contrataciones de la Secretaría de Comunicación Social durante el ejercicio 2015. Las observaciones formuladas en el procedimiento aprobado para la realización de las contrataciones, reguladas por la Res. 8513-SCS/14 dictada por la propia Secretaría de Comunicación Social que además es la Autoridad de Aplicación, incidieron de manera negativa para el desarrollo de la pauta publicitaria del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. A su vez, se han verificado incumplimientos de los objetivos institucionales del programa examinado, de las responsabilidades primarias de la Secretaría de

¹ Conforme artículo 1.6.4 de las Normas Básicas de Auditoría Externa de la Auditoría General de la Ciudad de Buenos Aires: Auditoría Legal: Es el examen dirigido a determinar el grado de cumplimiento, por parte de las entidades, del marco jurídico inherente a su actividad, y en qué medida la referida reglamentación permite que los programas y proyectos del ente se cumplan de manera económica y eficiente. Evalúa también la razonabilidad de la norma y la oportunidad de su aplicación.

	Comunicación Social y de las acciones de las unidades que la integraron. En igual sentido, se ha observado en los expedientes analizados omisiones, inconsistencias y/o documentación insuficiente en las Declaraciones Juradas a los fines de acreditar la certificación del servicio. Asimismo no surge constancia de controles internos, aún en aquellas unidades administrativas específicamente creadas para efectuar los controles de cumplimiento contractual, tanto en cuanto a espacio, duración y repetición. Por todo ello, se recomienda a la conducción del organismo (hoy Subsecretaría de Comunicación Social) poner especial atención a las observaciones realizadas como así también tener en consideración las recomendaciones efectuadas. En este último sentido, importa destacar aquellas que orientan el estricto cumplimiento del marco normativo inherente a las contrataciones que realiza. Como corolario, se destaca la necesidad de contar con una ley que establezca los principios y permita una mejor regulación y creación de mecanismos de contratación y control más eficientes y transparentes en la distribución de la pauta oficial del GCABA e incrementar la capacidad de gestión mediante el fortalecimiento de instrumentos normativos y gerenciales mejorando su desempeño en la elaboración de políticas de comunicación social.
--	--

**INFORME FINAL DE AUDITORÍA
"SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN SOCIAL"
PROYECTO N° 5.16.08**

DESTINATARIO

Señor
Presidente
Legislatura Ciudad Autónoma de Buenos Aires
C.P Diego César Santilli
S / D

Introducción

En uso de las facultades conferidas por el Art. 135° de la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y de conformidad con las disposiciones de la Ley N° 70, artículos 131°, 132° y 136°, esta Auditoría General de la Ciudad de Buenos Aires procedió a efectuar un examen en el ámbito de la Secretaría de Comunicación Social, dependiente de la Jefatura de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires con el objetivo que se describe en el acápite 2.

1. Objeto

Secretaría de Comunicación Social (*en adelante SCS*).

2. Objetivo

Controlar aspectos legales de los procedimientos seguidos en el proceso de Compras y Contrataciones de la Secretaría de Comunicación Social.

3. Alcance del Examen

Verificar el cumplimiento de los procedimientos legales y administrativos utilizados en el proceso de compras y contrataciones de la Secretaría de Comunicación Social.

El presente examen fue realizado en cumplimiento de la Planificación Anual aprobada por la Resolución AGC N° 363/2015², y de conformidad con las Normas de Auditoría Externa de la Auditoría General de la Ciudad de Buenos

² Aprueba las Pautas para la Elaboración del Plan Anual de Auditoría para el Año 2016 de la Auditoría General de la Ciudad de Buenos Aires que, como Anexo forma parte integrante de la presente.

Aires (AGCBA) aprobadas por Ley N° 325 y las Normas Básicas de Auditoria Externa aprobadas por Resolución N° 161/00 de esta AGCBA.

Las tareas de campo se desarrollaron en el período comprendido entre el 1 de septiembre de 2016 y el 30 de octubre de 2017, habiendo contado con información suficiente para el cumplimiento del objetivo propuesto.

3.1 **Procedimientos Aplicados**

Los procedimientos aplicados consistieron en:

1. Relevamiento y análisis de la normativa aplicable:
 - Se recopiló y analizó la normativa relacionada con el programa presupuestario, la contratación de espacios publicitarios y producción de material publicitario **ver Anexo I**.
 - Se relevó y analizó la normativa específica relacionada con el Expediente Electrónico.
 - Se confeccionaron flujogramas describiendo las diferentes etapas del proceso en cada tipo de contratación utilizado **ver Anexo II**.
2. Análisis de la estructura orgánica funcional:
 - Se efectuó un relevamiento de la estructura orgánica funcional vigente durante el ejercicio bajo examen.
 - Se analizaron las misiones y funciones de dicha estructura.
 - Se relevaron los antecedentes de Control Interno³ y Externo⁴.
3. Entrevistas:
 - Se mantuvieron entrevistas con los siguientes funcionarios:
Sr. Subsecretario (Subsecretaría de Comunicación Social);
Sra. Directora General de Planeamiento de Medios.
4. Procedimientos de índole contable y financiera:
 - Se relevó la información proveniente de la distribución del Presupuesto 2015, según Ley N° 5.239, promulgada por Decreto N° 531/14 y Decreto N° 3-GCBA-2015, de la Cuenta de Inversión 2015 y del listado de Transacciones 2015 brindado por Contaduría General de la Ciudad de Buenos Aires.
 - Análisis y evaluación de la información proporcionada por el auditado, con su posterior clasificación y valoración.
 - Constatación de la información suministrada con el Sistema Integrado de Gestión y Administración Financiera (SIGAF), la Cuenta Inversión 2015.

³ Sindicatura General de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: 1) Proyecto N° 20/15. Jefatura de Gobierno. Secretaría de Comunicación Social. Fiscalización del cumplimiento de las obligaciones del contratista y el control de las mismas por parte de la Administración en el marco de la contratación directa tramitada por Expte. N° 13.159.556/14 (Solicitud de Gasto N° 65.714/14). 2) Proyecto N° 23/14 Informe de Auditoría N° 15/UAILYT/14 Secretaría de Comunicación Social. Dir. Gral. Planeamiento de Medios. Analizar los aspectos relativos a la utilización del procedimiento establecido en el Decreto N° 556/GCABA/2010.

⁴ Auditoría General de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Proyecto N° 5.11.04 Compras y Contrataciones de la Secretaría de Comunicación Social. Ejercicio 2010.

- Verificación de la información proveniente de la distribución del Presupuesto 2015 y del listado de Transacciones 2015 brindado por Contaduría General de la Ciudad de Buenos Aires.
- Elaboración de cuadros y gráficos para ser incluidos en el cuerpo del Informe.
- Recopilación de documentación respaldatoria para el proyecto en curso.

5. Procedimientos de índole legal:

Se realizó un relevamiento, análisis y evaluación del proceso de control interno. Se desarrollaron procedimientos tendientes a establecer si se ha cumplido con las disposiciones legales, reglamentos y políticas que regulan la actividad de la entidad, como así también los planes, normas y procedimientos establecidos. Se desarrollaron procedimientos alternativos a fin de verificar la confiabilidad, integridad y oportunidad de la información, tanto operativa como contable y el uso eficiente y económico de los recursos, evaluando la optimización de los mismos en términos del objetivo al que son aplicados. Por último, se realizó una selección de expedientes de los diferentes tipos de contrataciones efectuadas por la SCS mediante la determinación de una muestra a los efectos de verificar el cumplimiento del marco normativo inherente a dichas contrataciones.

Los requerimientos de información efectuados mediante Notas de esta AGCBA se describen en el **Anexo III**.

4 Aclaraciones Previas

4.1 Publicidad Oficial. Definición.

Desde un enfoque aproximado a lo pedagógico hemos procurado hallar una definición de Publicidad Oficial ya que, en general, consistirá la materia abordada en el presente informe.

Así, podemos suscribir que "...La publicidad oficial es un mecanismo muy valioso de comunicación entre los gobiernos y la ciudadanía. Tiene como objetivo el acceso a información pública y la rendición de cuentas. La Relatoría para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana por los Derechos Humanos (CIDH) establece dos tipos de publicidad estatal: la publicidad no paga y la publicidad paga. La publicidad no paga incluye los comunicados de prensa, los textos de leyes o sobre reuniones legislativas, entre otras. La publicidad 'paga' por su parte incluye los anuncios pagados en la prensa, la radio o la televisión, el material de software y video producido por el gobierno o patrocinado por éste, la campañas a base de folletos, el material publicado en Internet, las exposiciones, etc.⁵ La Asociación por los Derechos Civiles establece una

⁵ Organización de Estados Americanos (OEA) (2003): "Violaciones indirectas de la libertad de expresión: asignación discriminatoria de la publicidad oficial".

definición un poco más abarcativa en su informe Censura Indirecta: La publicidad del sector público se refiere a toda publicidad colocada en los medios y en la vía pública por todas las ramas del gobierno en todos los niveles (nacional, provincial, local), y sus organismos dependientes. Comprende toda la publicidad de las empresas controladas por el Estado y organismos públicos autónomos. El gasto incluye los cargos por diseño, producción y colocación de las publicidades⁶. Es decir, que una noción amplia de publicidad oficial debería incluir todo el proceso de desarrollo y publicación. Sin embargo hoy en día resulta complejo determinar en nuestro país los límites de la publicidad oficial debido a la falta de criterios y regulación en la materia, y su utilización termina por convertirse en un arma de doble filo. Por un lado, se ponen en juego la libertad de expresión de los medios de comunicación a través del condicionamiento económico. Por otro lado, la pauta de los gobiernos pone en juego la equidad en la competencia electoral⁷.

4.2 Principios sobre regulación de la Publicidad Oficial en el Sistema Interamericano de Protección de los Derechos Humanos⁸.

Seguidamente exponemos una breve reseña de los principios que sobre regulación de la publicidad oficial describe la Comisión Interamericana de Protección de los Derechos Humanos, a saber:

1. Establecimiento de leyes especiales, claras y precisas
2. Objetivos legítimos de la publicidad oficial
3. Criterios de distribución de la pauta estatal
4. Planificación adecuada
5. Mecanismos de contratación
6. Transparencia y acceso a la información
7. Control externo de la asignación publicitaria
8. Pluralismo informativo y publicidad oficial

La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión en su Informe Anual 2003 dedicó un capítulo especial a estudiar el fenómeno y concluyó que *"la obstrucción indirecta a través de la publicidad estatal actúa como un fuerte disuasivo de la libertad de expresión"*⁹. Según indicó en ese momento la Relatoría Especial: "este tema merece especial atención en las Américas, donde la concentración de los medios de comunicación ha fomentado, históricamente, el abuso de poder por parte de los gobernantes en la canalización del dinero destinado a la publicidad (...) Años después del diagnóstico inicial realizado por esta oficina en relación a la problemática de la publicidad oficial, el problema persiste en muchos

⁶ (ADC) (2006): Principios básicos para la regulación de la publicidad oficial.

⁷ <http://poderciudadano.org/sitio/wp-content/uploads/2015/07/De-que-hablamos-cuando-hablamos-de-publicidad-oficial-art-del-libro-Tiempos-Turbulentos.pdf>

⁸

<http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/publicidad/PRINCIPIOS%20SOBRE%20REGULACI%C3%93N%20DE%20LA%20PUBLICIDAD%20OFICIAL.pdf>

⁹ CIDH. Informe Anual 2003, OEA/ Ser. L/ V/ II.118. Doc. 70, 29 de diciembre de 2003. Volumen III: Informe Anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, Capítulo V (Violaciones Indirectas de la Libertad de Expresión: Asignación Discriminatoria de Publicidad Oficial), párr. 13.

países de la región. Si bien se ha avanzado con algunas reformas legales y buenas prácticas, en la mayoría de los países de las Américas subsiste una falta de regulación que favorece la discrecionalidad en la distribución de presupuestos publicitarios estatales que en algunos casos se miden en millones de dólares". Ello fue señalado por diversas organizaciones de la sociedad civil de la región en una audiencia llevada a cabo ante la CIDH el 29 de octubre de 2010 en Washington D.C.¹⁰. Allí se indicó que la falta de regulación adecuada es la principal causa de que los presupuestos publicitarios puedan ser utilizados para influir en los contenidos de los medios de comunicación.

4.3 Antecedentes Legislativos en la CABA. Ley 3.391¹¹.

En el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, los antecedentes legislativos más cercanos relacionados con la publicidad oficial se remontan al 3 de diciembre de 2.009 cuando la Legislatura Porteña sancionó la Ley 3391. En el **Anexo IV** se reseñan sus aspectos más importantes a la par que se acompañan los fundamentos vertidos por el Poder Ejecutivo de la Ciudad al vetar la misma.

4.4 Estructura organizativa de la Secretaría de Comunicación Social.

Durante el ejercicio bajo examen (2015) el funcionamiento de la Secretaría de Comunicación Social encontraba sustento legal en la Ley N° 4.013¹² (Ley de Ministerios del GCABA), que establecía su dependencia directa de la Jefatura de Gobierno del Poder Ejecutivo y cuyos **objetivos** se describen seguidamente:

Art. 30: Corresponde a la Secretaría de Comunicación Social asistir al Jefe de Gobierno en todo lo inherente a sus competencias, de acuerdo a los objetivos que se enuncian a continuación:

- 1. Promover y entender en lo atinente a los medios vecinales de comunicación.*
- 2. Planificar, ejecutar y administrar las contrataciones que en materia de publicidad realicen las distintas Áreas del Poder Ejecutivo.*
- 3. Coordinar el contenido, actualización y difusión de la página oficial de Internet del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos y participar en la planificación de las relaciones con los nuevos medios de comunicación.*

El Decreto N° 660/GCABA/11¹³ reglamentó dicha ley aprobando la estructura orgánico funcional del Poder Ejecutivo del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires hasta el nivel de Dirección General, sus responsabilidades primarias y objetivos. Conforme el citado Decreto, la **Descripción de las Responsabilidades Primarias** de la Dirección General de Planeamiento de Medios consistieron en:

¹⁰ CIDH, Audiencia pública realizada el 29 de octubre de 2010 en Washington D.C. sobre "Censura Indirecta y Publicidad Oficial en las Américas". La audiencia fue solicitada por la Open Society Justice Initiative, la Asociación por los Derechos Civiles (Argentina); el Centro de Archivos y Acceso a la Información Pública (Uruguay) y el Grupo Medios y Sociedad (Uruguay); la Fundación para la Libertad de Prensa (Colombia); el Instituto Prensa y Sociedad (Perú); Article 19 (México); la Fundación Pro Acceso (Chile); el Centro de Análisis e Investigación Fundar (México) y el Instituto de Prensa y Libertad de Expresión (Costa Rica).

¹¹ **Ley 3391 (No Vigente)**. Publicada en el Boletín Oficial (BOCBA) N° 3353. Sancionada el 03/12/2009. Dicha Ley fue **vetada parcialmente** mediante Decreto N° 122/GCABA/10. Publicado el 02/02/2010 en el Boletín Oficial (BOCBA) N° 3353. Sancionado el 25/01/2010.

¹² Boletín Oficial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires N° 3807.

¹³ Boletín Oficial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires N° 3811.

- Asistir al Secretario en la planificación, ejecución y administración de las contrataciones que en materia de publicidad realicen las distintas áreas del Poder Ejecutivo del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Monitorear la correcta emisión de las acciones de comunicación del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en los medios de comunicación, en atención a los espacios publicitarios contratados.
- Asistir al Secretario en lo atinente a los medios vecinales de comunicación.
- Entender en el contenido, actualización y difusión de la página oficial de Internet del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la planificación de las relaciones con los nuevos medios de comunicación.

Por último, el Decreto 176/11¹⁴ ya había modificado parcialmente la estructura organizativa de la Secretaría de Comunicación creando la Dirección Operativa de Planificación y Contratación y la Subdirección Operativa de Seguimiento y Evaluación. El Anexo II (Separata del Dec. N° 176/11) describe las **acciones** de ambas unidades administrativas tal como sigue:

Dirección Operativa de Planificación y Contratación:

- Elaborar la planificación de los medios de comunicación para el desarrollo de la pauta institucional del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Seleccionar, administrar y contratar los servicios de producción gráfica y digital, formularios genéricos e impresos de las distintas reparticiones.
- Administrar la relación contractual, con los proveedores de publicidad del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

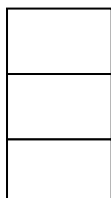
Subdirección Operativa Seguimiento y Evaluación:

- Realizar el control de todas las contrataciones realizadas para el desarrollo de la pauta institucional del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, asegurando el cumplimiento contractual, en cuanto a espacio, duración, repetición, etc.
- Evaluar la distribución de la pauta institucional, y sugerir mejoras para su correcta llegada a toda la población, en consecución de los objetivos comunicacionales propuestos por las áreas del gobierno.
- Asistir a la Dirección General, en la elaboración del presupuesto de publicidad del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Así entonces, la estructura administrativa de la Secretaría de Comunicación Social se encontraba conformada durante el ejercicio bajo examen (año 2015) de la siguiente manera:

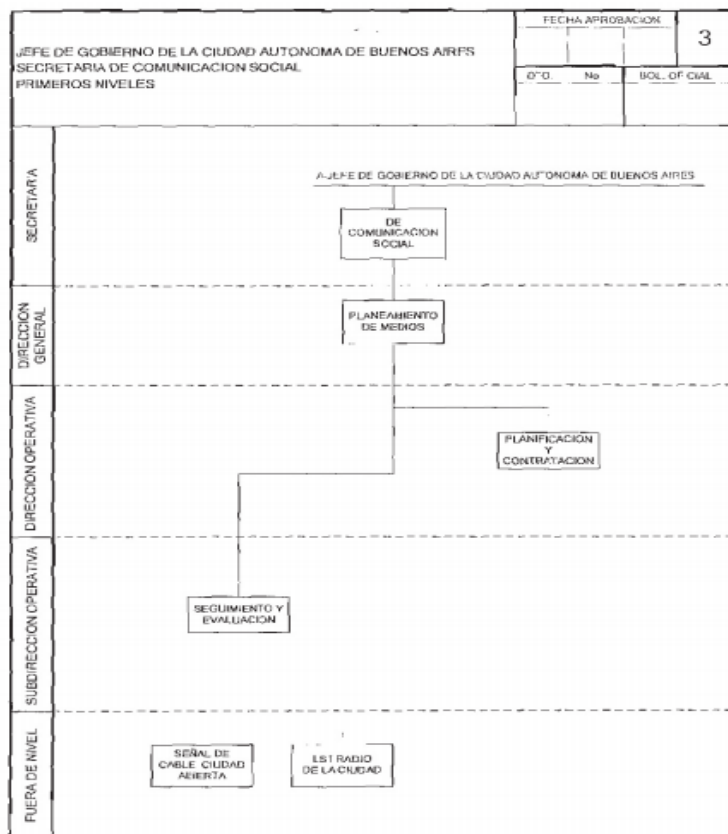


¹⁴ Boletín Oficial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires N° 3649.



Cuadro N° 2 (Organigrama)

ANEXO I - DECRETO N° 176 /11



Fuente: Separata Boletín Oficial N° 3649 del 25-04-2011

4.5 Marco normativo para la contratación de Espacios Publicitarios y Producción de material publicitario. Procedimiento vigente.

Corresponde aquí contextualizar la reglamentación específica en la que se enmarca jurídicamente el objeto del presente examen de auditoría. Resulta de particular interés el análisis de este escenario por cuanto será donde en mayor medida se han detectado numerosos incumplimientos e irregularidades.

Cabe aclarar que la Ley 2.095 (modificada por la Ley 4.764) en su art. 1° establece las normas básicas que contienen los lineamientos que debe observar el Sector Público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en los procesos de compras, ventas y contrataciones de bienes y servicios, y regular las obligaciones y derechos que se derivan de los mismos. En este sentido, las contrataciones en materia de publicidad y producción de material publicitario se encuentran alcanzadas por la normativa precitada.

Durante el año 2014, el Poder Ejecutivo entendió que dadas las particularidades que poseen tales contrataciones, se requería la adopción de mecanismos que aseguren la prestación de los servicios en tiempo y forma, a fin de garantizar la eficacia de los mismos.

Que en este marco y con el objeto de garantizar la eficacia de los procedimientos de contratación, resultaba procedente dotar a la Secretaría de Comunicación Social de los instrumentos y procedimientos administrativos necesarios para una adecuada gestión de los procedimientos de contratación en materia de publicidad y producción de material publicitario, considerando sus particularidades y especificidad.

En ese orden estimó conveniente que la dependencia precitada establezca -en forma conjunta con la Dirección General de Compras y Contrataciones del Ministerio de Hacienda- un procedimiento administrativo y de control que deberán seguir las actuaciones en esta materia.

Así entonces, el Jefe de Gobierno sancionó el Decreto N° 258/14¹⁵ derogando los Decretos N° 611/08 y N° 140/12 que regulaban los procedimientos en materia de contrataciones de espacios publicitarios y producción de material publicitario y estableció que la Secretaría de Comunicación Social conjuntamente con la Dirección General de Compras y Contrataciones del Ministerio de Hacienda dictaran¹⁶ el nuevo procedimiento administrativo de contratación y control para espacios de publicidad y producción de material publicitario, en el marco de los incisos 1), 4) y 5) del artículo 28 de la Ley N° 2.095. También designó a la SCS como autoridad de aplicación del presente régimen y se la facultó para dictar las normas complementarias, operativas e interpretativas que fueren necesarias para su mejor aplicación.

4.5.1 Resolución N° 8.513-SCS/14 y Anexo I

La ex Secretaría de Comunicación Social dictó la Resolución N° 8.513-SCS/14¹⁷ y su Anexo I, aprobando el procedimiento administrativo y de control de contrataciones de espacios publicitarios y producción de material publicitario establecido en el Acta Acuerdo. El procedimiento aprobado se aplicó en el marco de los incisos 1), 4) y 5) del artículo 28 de la Ley N° 2.095 y su modificatoria Ley N° 4.764 en aquellos casos cuando el monto estimado a adjudicarse en la contratación no superase las quinientas mil Unidades de Compra (500.000 UC).

Seguidamente exponemos una síntesis de los aspectos más relevantes del procedimiento:

¹⁵ Boletín Oficial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires N° 4431 del 04/07/2014.

¹⁶ Acta Acuerdo suscripta el 15 de agosto de 2014.

¹⁷ Boletín Oficial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires N° 4483 del 18/09/2014.

Cuadro N° 3

Inicio	
Art. 1°	Las contrataciones de espacios publicitarios y producción de material publicitario tendrán su inicio en la Dirección General de Planeamiento de Medios.

Cuadro N° 4

Órdenes de Publicidad ¹⁸	
Art. 2°	Las órdenes de publicidad serán emitidas y suscriptas por el DGPM por cuadruplicado. Una de ellas deberá entregarse al adjudicatario. Dos copias deberán ser suscriptas por el adjudicatario, las cuales posteriormente obrarán en el expediente administrativo. La copia restante será archivada en el registro de órdenes de publicidad de la DGPM.
Art. 3°	Será requisito indispensable para el inicio de las contrataciones publicitarias la caratulación del expediente administrativo correspondiente a cada una las órdenes de publicidad emitidas por la DGPM.
Art. 4°	La DGPM deberá llevar un exhaustivo registro y control de las órdenes de publicidad emitidas debiendo otorgar a las mismas una numeración correlativa.
Art. 5°	Establece los requisitos que deberán contener las ordenes de publicidad: Fecha, N° de OP, N° de Expte., campaña publicitaria, repartición solicitante, proveedor adjudicatario, Cuit y N° de ente, descripción de la pauta, fecha de entrega, importe, condiciones de pago, firma del DGPM.
Art. 6°	No podrán suscribirse órdenes de publicidad a ningún proveedor que no se encuentre inscripto en el RIUPP. ¹⁹
Art. 7°	Junto con la orden de publicidad deberá realizarse la afectación preventiva de los fondos necesarios para afrontar la erogación que la contratación demanda.

Cuadro N° 5

Tipos de Contratación ²⁰		
Exclusividad	Art. 8°	Casos donde la selección del adjudicatario se realice de acuerdo a lo establecido en los inc. 4 y 5 del art. 28 de la Ley 2095, el proveedor deberá presentar en forma previa a la entrega por la DGPM de la Orden de Publicidad correspondiente, una Declaración Jurada en donde manifieste poseer un servicio publicitario único y ser el único autorizado a comercializar el mismo.
Tres cotizaciones	Art. 9°	Cuando la urgencia de la contratación lo demande y la selección de proveedor no se encuadre dentro de los parámetros previstos en los inc. 4 y 5 del mentado art. 28, se deberán solicitar como mínimo tres cotizaciones expedidas por aquellos proveedores que se encuentren en condiciones de prestar el servicio. Las cotizaciones cursadas deben ser realizadas por medio fehaciente resultando apto el correo electrónico, ser suscriptas por el funcionario responsable de las mismas y ser adjuntas a las actuaciones. Los pedidos de cotización deben fijar una fecha máxima, contener un completo detalle de la contratación publicitaria incluyendo fecha de emisión, duración, medio requerido, duración, campaña y/o cualquier otro detalle relevante para la cotización.
Compulsa	Art. 10°	Para aquellos casos en los que el precio base de la publicidad surja de la publicación mensual de tarifas, programación e información de medios publicitarios (Tarifario) la DGPM confeccionará una compulsa semestral de precios publicitarios en base a descuentos cotizados sobre los establecidos en la mencionada publicación (www.tarifario.com).
	Art. 11°	Queda a consideración de la DGPM, la selección de los medios incluidos en el "Tarifario" que serán sometidos a compulsa de precios publicitarios.

¹⁸ En el **Anexo V** se exhibe un modelo de Solicitud de Publicidad.

¹⁹ El RIUPP tiene como misión registrar la nómina de proveedores de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En el marco del Plan de Modernización de la Administración Pública del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se ha dictado el Decreto N° 116/2014 que implementa el módulo Gestor Único de Proveedores -GUP-, como un medio de recepción y remisión de sus presentaciones, solicitudes, escritos, documentos, notificaciones y comunicaciones propiciado a través de la Plataforma de Gestión Electrónica de Proveedores (GEP). El objetivo del GUP es lograr una mayor eficiencia en el manejo de la documentación que deben presentar las empresas proveedoras a la hora de proceder a su inscripción o bien actualizar la información ya presentada. Esta modificación comprende la creación de Legajo Electrónico para cada proveedor, el que no solo contará con la información propia del registro de proveedores, sino también todo su historial contractual con el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En este orden el Registro Informatizado, Único y Permanente de Proveedores (RIUPP) cuenta con un nuevo procedimiento tanto para la Inscripción de nuevos proveedores, como para la Actualización de datos de los existentes. *Fuente:* <http://www.buenosaires.gob.ar/hacienda/compras/riupp>

²⁰ Los flujogramas que reflejan las distintas etapas administrativas en las actuaciones administrativas se pueden observar en el **Anexo II**.

	Art. 12°	Serán invitados por medio fehaciente a participar de la compulsa, todos los proveedores del mercado publicitario que se encuentren en condiciones de ofrecer descuentos sobre tarifas de Televisión, Radio, Cine, Vía Pública y Gráfica y se hallen inscriptos en el RIUPP. Podrán presentarse y participar de la compulsa, aquellos proveedores que se hallen preinscriptos en el Registro Único y Permanente de Proveedores del Gobierno de la Ciudad, pero no podrán suscribirse a su realización. Ordenes de Publicidad a su favor hasta tanto no hallan formalizado su inscripción.
--	----------	--

Cuadro N° 6

De la certificación de la Publicidad		
Art. 26°		Una vez efectuada la emisión publicitaria requerida mediante Orden de Publicidad, el proveedor deberá certificar la prestación de la misma a fin de proseguir con el trámite de pago de la publicidad. Dicha certificación será instrumentada según el tipo de contratación y el medio a través de una Declaración Jurada más la documentación respaldatoria que avale el correcto cumplimiento de la publicidad oportunamente requerida.
Art. 27°		La certificación deberá ser presentada ante el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires dentro de los veinte (20) días hábiles posteriores a su realización. (*)
Art. 28°		Quedará a criterio del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires la potestad de solicitud de cualquier documentación, información o materiales necesarios para confirmar la realización y calidad de la publicidad requerida.

(*) Con relación a este artículo es importante destacar que la totalidad de las Ordenes de Publicidad emitidas contienen un texto resaltado que reza: "La certificación de la prestación del servicio deberá ser presentada ante el G.C.A.B.A. dentro de los 20 días hábiles posteriores a su realización. **LA FALTA DE PRESENTACIÓN PROVOCARÁ LA BAJA DEFINITIVA DE LA PRESENTE ORDEN**".

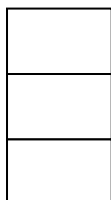
Cuadro N° 7

De la Aprobación del Gasto		
Art. 29°		Certificado el cumplimiento de la prestación requerida, deberá emitirse la correspondiente afectación definitiva del gasto requerido por la Orden de Publicidad. (...) debe obrar en el actuado por el cual tramita la contratación publicitaria.
Art. 30°		El Secretario de Comunicación Social o quien en el futuro lo reemplace, contando con el respaldo presupuestario correspondiente, será el encargado de emitir el acto administrativo que apruebe el gasto y el procedimiento llevado a cabo para la contratación publicitaria. En dicho acto administrativo se deberá dar cuenta de la modalidad de contratación aplicada, constando además la fundamentación del procedimiento llevada a cabo.
Art. 31°		Una vez emitido el acto administrativo de aprobación del gasto, se deberán emitir los Partes de Recepción Definitiva por triplicado a fin de que el proveedor pueda realizar la facturación de la publicidad realizada en la Dirección General de Contaduría del Ministerio de Hacienda.

En el transcurso de los procedimientos de auditoría sobre las contrataciones que el GCABA realizó durante el ejercicio 2015 se recogieron numerosas evidencias que acreditan una significativa cantidad de incumplimientos del marco legal inherente a dichas contrataciones como así también de las obligaciones de los funcionarios intervinientes. Las mismas adquieren relevancia por:

- la significatividad económica de las contrataciones celebradas;
- la reproducción sistemática y uniforme de los incumplimientos normativos detectados;
- la reiteración de inconsistencias, omisiones y defectos de la documentación con que los proveedores acreditaran el cumplimiento de los contratos de publicidad;
- la inexistencia de controles previos a la emisión de la orden de pago y aprobación del gasto mediante las respectivas resoluciones.

Se procedió a detallar e individualizar tales incumplimientos (Ver Observación 5.3 y ss).



4.5.2 Registro de Medios Vecinales

En el universo de contrataciones de espacios publicitarios y producción de material publicitario nos encontramos con aquellas que se realizaron en el marco de la ley 2.587/07, es decir los Medios Vecinales. Cabe recordar que el importe total de estas contrataciones solo alcanza a representar un 2,10% del total del gasto realizado.

Conforme lo establece el Art. 2° de la ley 2.587/07 se consideran Medios Vecinales de Comunicación Social a aquellos medios de comunicación social gratuitos, con domicilio legal y actividad comprobables en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que tienen por objeto la difusión de información de interés público relacionada con nuestra ciudad y/o sus habitantes. No pertenecen a esta categoría los medios temáticos, los no gratuitos y aquéllos que tienen por objeto la difusión institucional de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, tales como organizaciones políticas, religiosas, gremiales y/o colectividades, o de toda otra parcialidad.

El acceso al Registro de Medios Vecinales es gratuito y lleva implícito el cumplimiento de los requisitos establecidos en la citada ley²¹ y su Decreto Reglamentario N° 933/GCBA/09 y en las Resoluciones 6.600/SCS/11; 5.769/SCS/13 y 5.925/SCS/13. La vigencia de la inscripción en el Registro tiene carácter anual, la renovación no es automática y no permite la inscripción de más de dos medios por titular. La nómina de medios inscriptos en el Registro durante el período bajo examen (2015) se puede consultar en la Resolución N° 10823/SCS/2014 y su Anexo I.

4.5.3 Campañas 2015

Seguidamente se describen las campañas de radio, audiovisual, gráfica y de vía pública durante el período 2015 informadas por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en su sitio web oficial²².

Cuadro N° 8

Eje Social: EN TODO ESTAS VOS		
Título:	Objetivos de comunicación:	Tipo:
Alimentación Saludable	Dar a conocer a vecinos y transeúntes de la Ciudad de Buenos Aires los beneficios de alimentarse con frutas y verduras de cada estación.	Gráfica Enero
Estaciones Saludables	Dar a conocer a vecinos y transeúntes de la Ciudad de Buenos Aires las actividades y servicios que pueden disfrutar de forma gratuita en las Estaciones Saludables de la Ciudad.	Gráfica Febrero

²¹ Artículo 1°.- Objeto. La presente ley tiene por objeto regular la contraprestación publicitaria de los Medios Vecinales de Comunicación Social con el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y establecer un sistema anual de estímulo a la calidad en la producción periodística.

²² <http://www.buenosaires.gob.ar/transparencia/campanas/2015>

“2018, Año de los Juegos Olímpicos de la Juventud”

Lactancia	Concientizar en torno a los beneficios de la lactancia materna hasta los dos años de vida tanto para la madre como para el bebé.	Gráfica Febrero
Vacunación	Dar a conocer a vecinos y transeúntes la gratuidad de las vacunas del Calendario de Nacional Vacunación en los Hospitales de la Ciudad, así como concientizar sobre la importancia de mantener las vacunas al día.	Gráfica Febrero
Alquilar se puede	Dar a conocer el Programa de Alquilar se Puede que, en el marco de la Red ETEV, permite a Sectores Medios, vulnerables y a estudiantes de todo el país, el acceso a un alquiler formal en la Ciudad de Buenos Aires, gracias a la obtención de una garantía y un préstamo para los gastos iniciales.	Vía Pública / TV / Gráfica Barridas y Zócalos / Radio Pantallas VP Marzo
Chau tabú. Adicciones	Dar a conocer la nueva sección de Adicciones dentro de la plataforma Chau Tabú, orientada a informar sobre esta temática, a través de diversas herramientas tales como videos, un consultorio online y una línea de asistencia gratuita.	Vía Pública / SubTV Abril
Hoy pasó esto	Seguir dando a conocer la variedad de ofertas culturales y recreativas que se llevan a cabo en la Ciudad de una forma gratuita. Invitar a la participación y hacer énfasis en que todas estas ofertas les dan la posibilidad a los vecinos y transeúntes de poder estar al aire libre, hacer deporte y disfrutar en familia.	Vía Pública, Gráfica TV Mayo
Cada vez hay más razones para creer	El objetivo de la campaña es seguir invitando a vecinos y transeúntes de la Ciudad a contar con toda la información referente a la educación, la salud y el transporte público para que podamos seguir construyendo la Ciudad que todos queremos.	Vía Pública, Gráfica TV Julio
Adicciones	Dar a conocer, en el marco de la Red En Todo Estás Vos, los programas de asistencia social y línea telefónica (108) de asistencia gratuita y anónima que el GCBA pone a disposición para los vecinos de la Ciudad de Buenos Aires que necesiten información, apoyo y/o tratamiento en el consumo problemático de sustancias psicoactivas.	Vía Pública / SubTV Agosto
Conoce lo que estamos haciendo juntos	El objetivo de la campaña es invitar a los vecinos y transeúntes a conocer todos los servicios, programas, planes de gobierno y actividades que los Ministerios y Subsecretarías anteriormente nombrados desarrollan para mejorar la vida de todos los que viven y transitan la Ciudad de Buenos Aires.	TV Septiembre
Inscripción Escolar	Comunicar la apertura del período ordinario de inscripción escolar al ciclo lectivo 2016, junto con las fechas y medios de inscripción.	Vía Pública, Gráfica Barridas y Zócalos Radio / SubTV Septiembre
Inscripción Escolar Etapa II	Comunicar la segunda etapa de inscripción escolar al ciclo lectivo 2016 para todas las salas, grados y años, junto con las fechas y medios de inscripción.	Vía Pública, Gráfica Radio / SubTV Diciembre

Cuadro N° 9

Eje: VERDE

Título:	Objetivos de comunicación:	Tipo:
Ecobici: 50 Cuotas Banco Ciudad	Comunicar una nueva forma de acceder a la compra de una bicicleta a través de cuotas. Al mismo tiempo, seguir promoviendo el uso de la bici como un medio de transporte democrático, más ecológico, más rápido para moverte en la Ciudad y por sobre todo, más económico.	Vía Pública Marzo
Ecobici: Historias en bici	Dar a conocer el nuevo Sistema Automático de bicicletas Ecobici, gratis, las 24 hs., todos los días. Además, seguir fomentando el sistema de transporte público de bicicletas Ecobici que se ofrece a vecinos y transeúntes para que se puedan mover más rápido, de forma más sustentable y económica por la Ciudad	Vía Pública / Gráfica TV / Barridas y Zócalos / Pantallas VP Marzo
Separación de basura: dudas	Concientizar a vecinos y transeúntes sobre la necesidad de separar correctamente la basura y así seguir construyendo el camino hacia una Ciudad Verde, a través de enseñanzas, instrucciones, y acompañamientos en torno a la necesidad de saber qué separar de qué. Transmitir la necesidad de entender que este acto de compromiso, permite reducir el nivel de basura de forma contundente permitiendo así una Ciudad más limpia y responsable con lo que consumimos.	Vía Pública / TV Gráfica / Radio Junio

Ecobici cannes	Comunicar el nuevo Sistema Automático de bicicletas Ecobici, gratis, las 24 hs., todos los días y fomentar el sistema de transporte público de bicicletas en la Ciudad.	Vía Pública Julio
AUSA	Comunicar las 3 obras más importantes que este año realizó AUSA mostrando cómo mejoran la forma en la que nos movemos en la Ciudad. Obras: Distribuidor Dellepiane / Nuevos accesos autopista Illia / Paso bajo nivel Congreso Mitre-Tigre.	Vía Pública / Gráfica Barridas y Zócalos Radio / SubTV Pantallas VP Septiembre

Cuadro N° 10

Eje: INNOVACIÓN		
Título:	Objetivos de comunicación:	Tipo:
Boleta Única Electrónica	Dar a conocer el innovador sistema de votación llamado Boleta Única Electrónica que se pondrá en marcha en las próximas elecciones generales en la Ciudad de Buenos Aires.	Gráfica Enero
Boleta Única Electrónica	Dar a conocer el nuevo sistema de votación que se pondrá en marcha en las próximas elecciones generales en la Ciudad de Buenos Aires, mostrando tanto los beneficios como el funcionamiento del mismo.	Vía Pública / Gráfica TV / Barridas y Zócalos / Radio / Pantallas VP Junio

Cuadro N° 11

Eje: CULTURAL		
Título	Objetivos de comunicación	Tipo
BA Playa	Difundir "BA Playa" como una propuesta dentro de la Ciudad, que está al alcance de todos ya que es de entrada libre y gratuita. Durante el verano la Ciudad se prepara con una gran oferta de actividades culturales y dentro de espacios públicos para que la gente los pueda disfrutar en familia.	Vía Pública / TV / Gráfica / Barridas y Zócalos / Radio Enero
Verano en la Ciudad	Invitar a todos a vivir un verano en la Ciudad en un espacio donde se ofrecen diversas actividades para la familia. Todas las propuestas son GRATIS.	Vía Pública / Gráfica Barridas y Zócalos Radio / SubTV Enero
BA celebra Patagonia	Dar a conocer la feria Buenos Aires Celebra, pensada para que todos disfruten y conozcan de manera GRATUITA, las regiones de nuestro país, sus riquezas culturales, el trabajo artesanal de los pequeños productores, entre otros valores.	Vía Pública / Gráfica / Radio / SubTV Marzo
BAFICI	Invitar a todos los vecinos y transeúntes de la Ciudad de Buenos Aires a disfrutar de las novedades y sorpresas que trae el Festival de Cine más importante de Latinoamérica.	Vía Pública / Gráfica / Radio Abril
Buenos Aires Extremo	Convocar a vecinos y transeúntes de la ciudad a ser parte de la segunda edición del festival extremo-sustentable de la Ciudad "Buenos Aires Extremo".	Vía Pública / SubTV Mayo
BA celebra Centro	Dar a conocer la feria Buenos Aires Celebra, pensada para que todos disfruten y conozcan de manera GRATUITA, las regiones de nuestro país, sus riquezas culturales, el trabajo artesanal de los pequeños productores, entre otros valores.	Vía Pública / Gráfica / SubTV Abril
Festival Polo Circo	Convocar a los vecinos de la Ciudad y sus alrededores a participar de un evento de circo de gran importancia que se llevará a cabo durante 10 días en diferentes puntos de la Ciudad de Buenos Aires. Durante el Festival habrá espectáculos, talleres, conferencias y residencias para artistas locales a cargo de las compañías más importantes en el ámbito internacional y nacional.	Vía Pública, Gráfica / Radio / SubTV Mayo
Festival Ciudad Emergente	Convocar a todos los vecinos al Festival Ciudad Emergente que tendrá lugar desde el 17 al 21 de junio en el Centro Cultural Recoleta. Es un evento de gran importancia para los artistas emergentes locales para exponer su arte frente a miles de espectadores. El festival ofrece un amplio abanico de propuestas artísticas, con espectáculos musicales, trabajos de arte digital, moda, cine, poesía, arte callejero, teatro y mucho más. Además, este año contará con la apertura de AvantPress, banda de Leo	Vía Pública, Gráfica / Radio / SubTV Junio

"2018, Año de los Juegos Olímpicos de la Juventud"

	García y se realizará la muestra fotográfica Fan de la fotógrafa Nora Lezano.	
Duetos	Convocar a los vecinos de la Ciudad a participar del evento realizado anteriormente en el Teatro Colón, pero al aire libre, gratis y con la presencia internacional de Ricky Martin.	Vía Pública, Gráfica / Radio / SubTV Junio
Homenaje a Cerati	Invitar a todos los vecinos de la Ciudad a homenajear a un gran artista de nuestro país, un referente de la música, como fue Gustavo Cerati, mediante un espectáculo gratis y para toda la familia, y como cierre del Festival Ciudad Emergente.	Vía Pública, Gráfica / Radio / SubTV Junio
Festival y Mundial de Tango	Invitar a los vecinos y transeúntes de la Ciudad y de todo el país al Festival y Mundial de Tango, para que además de participar, puedan experimentar y vivir un evento de calidad y reconocimiento internacional. Destacar una de las zonas históricas de la Ciudad llena de cultura y tradición tanguera, como lo es el barrio de la Boca, que junto con la Usina de las Artes forma parte de un polo artístico en crecimiento.	Vía Pública, Gráfica / Radio / SubTV Agosto
Bienal	Convocar a los jóvenes a conocer y ser parte de un espacio de encuentro con el Arte en sus diferentes formas.	Vía Pública, Gráfica / SubTV Septiembre
FIBA	Invitar a los vecinos y transeúntes de la Ciudad al Festival Internacional de Buenos Aires, para que disfruten de todas las obras teatrales nacionales e Internacionales que se ofrecen. Comunicar la oportunidad que tienen los espectadores de acceder a espectáculos de gran calidad a precios muy accesibles.	Vía Pública, Gráfica / SubTV Junio
La 2x4	Comunicar a los vecinos de la Ciudad el nuevo programa de Cacho Castaña que se transmitirá por la Radio de la Ciudad 2x4.	Vía Pública Junio
Festival Internacional Buenos Aires Jazz	Convocar a los vecinos de la Ciudad a presenciar del 10 al 15 de noviembre el Festival Internacional Buenos Aires Jazz en diferentes sedes de la Ciudad.	Vía Pública / Gráfica / SubTV Octubre
Noche de los Museos	Comunicar a los vecinos y transeúntes de la Ciudad que el día sábado 31 de octubre se realizará la Noche de los Museos, evento enteramente gratuito y para todos.	Vía Pública Junio

Cuadro N° 12

Eje Social: EN TODO ESTAS VOS		
Título	Objetivos de comunicación	Tipo
El globo en mi ciudad	Invitar a argentinos de todo el país a disfrutar de jornadas con juegos, premios, sorteos y entretenimientos que se llevarán a cabo en diferentes localidades en las que descenderá un globo aerostático que recorrerá el país.	Gráfica Radio Enero
La Ciudad de todos los argentinos	Invitar a los turistas de todo el país a visitar la Ciudad de Buenos Aires, dando a conocer todos sus atractivos beneficios.	Vía Pública Enero
Concurso Nacional de Música	Convocar a jóvenes músicos de todos los géneros y de todo el país al concurso nacional de música para tocar en la Ciudad de Buenos Aires.	Vía Pública TV / Gráfica / Radio Marzo
Superclásico 1° de Mayo	Invitar a los turistas de todo el país a visitar la ciudad de Buenos Aires durante el superclásico y poder disfrutar también de los eventos gratuitos y las promociones accesibles en alojamiento y gastronomía.	Gráfica / Radio Abril
Bax 25 de Mayo	Convocar a todos los jóvenes del país apasionados por el deporte a disfrutar del evento Buenos Aires Extremo.	Gráfica / Radio Mayo
Vacaciones	Convocar a todas las familias del país a disfrutar las vacaciones de invierno en la ciudad de Buenos Aires.	Gráfica / Radio Mayo

4.6 Programa Presupuestario

En el marco del ejercicio 2015, la SCS tuvo a su cargo la ejecución del Programa N° 5 denominado Desarrollo de Actividades Comunicacionales cuyo presupuesto sancionado se detalla seguidamente:

Cuadro N° 13

Programa: 5 DESARROLLO DE ACTIVIDADES COMUNICACIONALES	
Unidad Ejecutora: SECRETARIA DE COMUNICACION SOCIAL	
Jurisdicción: 20 JEFATURA DE GOBIERNO	
Finalidad: Administración Gubernamental	
Función: Dirección ejecutiva	
PRESUPUESTO FINANCIERO	
Inicio	IMPORTE
Principal	
Gastos en personal	5.264.477
Personal permanente	2.888.677
Asignaciones familiares	14.600
Asistencia social al personal	52.800
Gabinete de autoridades superiores	2.308.400
Bienes de consumo	2.858.945
Productos alimenticios, agropecuarios y forestales	94.500
Textiles y vestuario	13.140
Pulpa, papel, cartón y sus productos	2.046.669
Productos químicos, combustibles y lubricantes	103.413
Productos metálicos	871
Otros bienes de consumo	600.352
Servicios no personales	752.471.258
Servicios básicos	67.250
Alquileres y derechos	120.000
Mantenimiento, reparación y limpieza	1.132.000
Servicios profesionales, técnicos y operativos	5.800.000
Servicios Especializados, Comerciales y Financieros	38.799.808
Publicidad y propaganda	706.000.000
Pasajes, viáticos y movilidad	97.400
Impuestos, derechos, tasas y juicios	28.800
Otros servicios	426.000
Bienes de uso	558.000
Maquinaria y equipo	558.000
TOTAL	761.152.690

La Descripción del Programa expresaba que "La Secretaría de Comunicación Social desarrolla una política institucional que permite hacer conocer los actos y servicios del Poder Ejecutivo del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a la comunidad de esta ciudad. Este programa se concentra en llevar a cabo acciones que permitan una adecuada difusión de los actos de gobierno mediante una planificación estratégica en los distintos medios de comunicación. Se incorporan nuevas herramientas de planificación, así como pre y post evaluaciones objetivas de las distintas acciones eje de la comunicación anual. Se comenzó a trabajar en forma intensiva con los Medios Vecinales de Comunicación, un grupo potencial al que le estamos brindando un espacio interesante, desde información y capacitación en aspectos de diseño y periodismo hasta un efectivo acercamiento en las distintas comunicas de la Ciudad."

4.6.1 Análisis Financiero

A partir de la distribución presupuestaria aprobada para el Ejercicio bajo análisis y teniendo en cuenta el Resumen de Ejecución Presupuestaria expuesto en la Cuenta de Inversión 2015 y el listado de transacciones efectuadas durante el

ejercicio brindado por la Contaduría General, se confeccionaron los cuadros que se muestran a continuación:

Cuadro N° 14
Comparativo de los Presupuestos 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015.

Ejercicio	Juris	UE	Prog	Sanción	Presupuesto Vigente	Devengado	Variación %
2011	20	106	5	157.180.301	291.690.686	291.002.895	
2012	20	106	5	217.189.884	289.018.563	287.716.270	- 1,3
2013	20	106	5	277.236.220	380.920.730	379.365.706	31,85
2014	20	106	5	380.859.834	467.797.689	462.920.653	22,02
2015	20	106	5	761.152.680	818.168.128	815.043.721	76,07

Fuente: Cuenta de Inversión 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015

Cuadro N° 15
Distribución por Actividad según presupuesto aprobado 2015.

Act	Descripción	Importe	%
	JEFATURA DE GOBIERNO		
	SECRETARIA DE COMUNICACION SOCIAL		
	Desarrollo de Actividades Comunicacionales	761.152.680,00	100,00
1	Conducción	32.493.458,00	4,27
2	Administración y Servicios Generales	19.373.905,00	2,55
4	Contratación y Administración de Medios	859.000,00	0,11
5	Planificación	2.426.317,00	0,32
13	Publicidad Institucional Dirección Ejecutiva	64.548.571,00	8,48
31	Publicidad Institucional Salud	193.645.714,00	25,44
32	Publicidad Institucional Promoción y Acción Social	221.885.714,00	29,15
34	Publicidad Institucional Educación	177.508.571,00	23,32
35	Publicidad Institucional Cultura	24.205.714,00	3,18
37	Publicidad Institucional Vivienda	24.205.716,00	3,18

Fuente: Distribución Presupuestaria 2015

Seguidamente se exponen las modificaciones al crédito inicial por actividad, según las transacciones realizadas durante el ejercicio bajo análisis y lo expuesto en la Cuenta de Inversión 2015, a saber:

Cuadro N° 16
Modificaciones al crédito inicial por Actividad según Cuenta de Inversión 2015.

Act	Descripción	Sanción	Modificación	Vigente	%
1	Conducción	32.493.458,00	16.282.322,00	48.775.780,00	50,11
2	Administración y Servicios Generales	19.373.905,00	-8.350.409,00	11.023.496,00	-43,10
4	Contratación y Administración de Medios	859.000,00	49.856.500,00	50.715.500,00	5.804,02
5	Planificación	2.426.317,00	-2.238.345,00	187.972,00	-92,25
13	Publicidad Instituc. Dirección Ejecutiva	64.548.571,00	71.833.999,00	136.382.570,00	111,29
31	Publicidad Instituc. Salud	193.645.714,00	-78.031.900,00	115.613.814,00	-40,30

"2018, Año de los Juegos Olímpicos de la Juventud"

32	Publicidad Instituc. Promoción y Acción Social	221.885.714,00	0,00	221.885.714,00	0,00
34	Publicidad Instituc. Educación	177.508.571,00	-7.011.058,00	170.497.513,00	-3,95
35	Publicidad Instituc. Cultura	24.205.714,00	14.674.339,00	38.880.053,00	60,62
37	Publicidad Instituc. Vivienda	24.205.716,00	0,00	24.205.716,00	0,00
TOTALES		761.152.680,00	57.015.448,00	818.168.128,00	7,49

Fuente: Distribución Presupuestaria 2015, Cuenta de Inversión 2015 y SIGAF 2015

Cuadro N° 17

Modificaciones al crédito inicial por Inciso según las transacciones realizadas en el ejercicio 2015 y lo expuesto en la Cuenta de Inversión 2015.

Act	Descripción	Sanción	Modificación	Vigente	%
1	Gastos en Personal	5.264.477,00	2.549.134,00	7.813.611,00	48,42
2	Bienes y Servicios	2.858.945,00	-2.610.632,00	248.313,00	-91,31
3	Servicios no Personales	752.471.258,00	57.414.816,00	809.886.074,00	7,63
4	Bienes de Uso	558.000,00	-337.870,00	220.130,00	-60,55
TOTALES		761.152.680,00	57.015.448,00	818.168.128,00	7,49

Fuente: Distribución Presupuestaria 2015, Cuenta de Inversión 2015 y SIGAF 2015

Cuadro N° 18

Devengado por Actividad, según el listado de Transacciones 2015 y su incidencia porcentual sobre el presupuesto vigente.

Act	Descripción	Vigente	Devengado	%
1	Conducción	48.775.780,00	47.647.094,31	97,69
2	Administración y Servicios Generales	11.023.496,00	10.494.999,38	95,21
4	Contratación y Administración de Medios	50.715.500,00	49.887.992,63	98,37
5	Planificación	187.972,00	174.000,00	92,57
13	Publicidad Institucional Dirección Ejecutiva	136.382.570,00	136.115.626,27	99,80
31	Publicidad Institucional Salud	115.613.814,00	115.491.820,29	99,89
32	Publicidad Institucional Promoción y Acción Social	221.885.714,00	221.863.642,43	99,99
34	Publicidad Institucional Educación	170.497.513,00	170.416.389,64	99,95
35	Publicidad Institucional Cultura	38.880.053,00	38.747.538,45	99,66
37	Publicidad Institucional Vivienda	24.205.716,00	24.204.617,74	100,0
TOTALES		818.168.128,00	815.043.721,14	99,62

Fuente: SIGAF 2015

Cuadro N° 19

Devengado por Inciso, según el listado de Transacciones 2015 y su incidencia porcentual sobre el presupuesto vigente.

Inciso	Descripción	Vigente	Devengado	%
1	Gastos en Personal	7.813.611,00	7.093.722,42	90,79
2	Bienes y Servicios	248.313,00	230.480,26	92,82
3	Servicios no Personales	809.886.074,00	807.499.388,61	99,71
4	Bienes de Uso	220.130,00	220.129,85	100,00
TOTALES		818.168.128,00	815.043.721,14	99,62

Fuente: SIGAF 2015

Cuadro N° 20

Devengado por Actividad, según las transacciones realizadas en el ejercicio bajo análisis, lo expuesto en Cuenta de Inversión 2015 y su incidencia porcentual sobre el Devengado Total

Act	Descripción	Vigente	Devengado	%
1	Conducción	48.775.780,00	47.647.094,31	5,85
2	Administración y Servicios Generales	11.023.496,00	10.494.999,38	1,29
4	Contratación y Administración de Medios	50.715.500,00	49.887.992,63	6,12
5	Planificación	187.972,00	174.000,00	0,02
13	Publicidad Institucional Dirección Ejecutiva	136.382.570,00	136.115.626,27	16,70
31	Publicidad Institucional Salud	115.613.814,00	115.491.820,29	14,17
32	Publicidad Institucional Promoción y Acción Social	221.885.714,00	221.863.642,43	27,22
34	Publicidad Institucional Educación	170.497.513,00	170.416.389,64	20,91
35	Publicidad Institucional Cultura	38.880.053,00	38.747.538,45	4,75
37	Publicidad Institucional Vivienda	24.205.716,00	24.204.617,74	2,97
TOTALES		818.168.128,00	815.043.721,14	100,00

Fuente: Cuenta de Inversión 2015

Cuadro N° 21

Devengado por Inciso, según las transacciones realizadas en el ejercicio bajo análisis, lo expuesto en Cuenta de Inversión 2015 y su incidencia porcentual sobre el Devengado Total

Inciso	Descripción	Vigente	Devengado	%
1	Gastos en Personal	7.813.611,00	7.093.722,42	0,87
2	Bienes y Servicios	248.313,00	230.480,26	0,03
3	Servicios no Personales	809.886.074,00	807.499.388,61	99,07
4	Bienes de Uso	220.130,00	220.129,85	0,03
TOTALES		818.168.128,00	815.043.721,14	100,00

Fuente: Cuenta de Inversión 2015 y SIGAF 2015

Cuadro N° 22

Imputaciones realizadas en la Partida 3.6.1 “Publicidad y Propaganda” en base a las Transacciones de SIGAF por Jurisdicción.

Juris	Descripción	Sanción	Vigente	Preventivo	Definitivo	Devengado	Pagado
20	Jefatura de Gobierno	708.190.182,00	761.049.599,00	0,00	760.921.191,15	759.595.374,84	671.132.143,99
21	Jefatura de Gabinete de Ministros	0,00	29.278.229,00	7.200,00	29.257.858,21	29.204.821,53	16.954.680,74
26	Ministerio de Justicia y Seguridad	3.000.000,00	77.944.529,00	0,00	77.944.037,77	77.928.237,77	37.327.091,77
30	Ministerio de Desarrollo Urbano	350.000,00	2.628.325,00	0,00	2.628.321,72	2.628.321,72	1.320.504,20
35	Ministerio de Ambiente y Espacio Público	0,00	1.546.200,00	0,00	1.546.200,00	1.546.200,00	1.321.200,00
40	Ministerio de Salud	0,00	20.254.769,00	254.128,12	20.000.639,53	20.000.639,53	1.800,00
50	Ministerio de Cultura	0,00	210.000.000,00	19.000,00	209.941.406,14	209.477.673,25	209.477.673,25
55	Ministerio de Educación	0,00	20.631.547,00	0,00	20.631.546,68	20.631.546,68	798.997,25
60	Ministerio de Hacienda	15.510.193,00	13.552.393,00	0,00	13.250.720,00	13.250.720,00	13.250.720,00
65	Ministerio de Desarrollo Económico	5.484.350,00	76.917.514,00	615.076,38	76.273.941,11	76.273.941,11	39.860.452,22
68	Ministerio de Modernización	0,00	65.337.626,00	13.902,90	65.172.807,52	64.555.215,63	29.732.418,75
90	Secretaría de Gestión Comunal y At. Ciudadana	0,00	240.000,00	0,00	240.000,00	168.000,00	168.000,00
TOTALES		732.534.725,00	1.279.380.731,00	909.307,40	1.277.808.669,83	1.275.260.692,06	1.021.345.682,17

Fuente: SIGAF 2015

Cuadro N° 23
Incidencia porcentual del devengado por Jurisdicción sobre el Devengado Total.

Juris	Descripción	Devengado /SIGAF	%
20	Jefatura de Gobierno	759.595.374,84	59,56
21	Jefatura de Gabinete de Ministros	29.204.821,53	2,29
26	Ministerio de Justicia y Seguridad	77.928.237,77	6,11
30	Ministerio de Desarrollo Urbano y Transporte	2.628.321,72	0,21
35	Ministerio de Ambiente y Espacio Publico	1.546.200,00	0,12
40	Ministerio de Salud	20.000.639,53	1,57
50	Ministerio de Cultura	209.477.673,25	16,43
55	Ministerio de Educación	20.631.546,68	1,62
60	Ministerio de Hacienda	13.250.720,00	1,04
65	Ministerio de Desarrollo Económico	76.273.941,11	5,98
68	Ministerio de Modernización	64.555.215,63	5,06
90	Secretaria de Gestión Comunal y Atención Ciudadana	168.000,00	0,01
		1.275.260.692,06	100,00

Fuente: SIGAF 2015

Cuadro N° 24

Imputaciones realizadas en la Partida 3.6.1 "Publicidad y Propaganda" en base a las Transacciones de SIGAF por Jurisdicción, Unidad Ejecutora y Programa.

Juri	UE	Descripción	Pro	Descripción	Sanción	Vigente	Preventiv	Definitivo	Devengado	Pagado
20	106	Secretaría de Comunicación Social	5	Desarrollo de Actividades Comunicacionales	706.000.000,00	757.530.380,00	0,00	757.401.972,91	756.076.156,60	667.919.763,66
20	113	Ente Regulador de los Servicios Públicos	1	No determina	1.738.101,00	609.300,00	0,00	609.300,00	609.300,00	604.300,00
20	113	Ente Regulador de los Servicios Públicos	61	Vínculos con los usuarios	442.594,00	1.243.586,00	0,00	1.243.585,90	1.243.585,90	1.243.585,90
20	113	Ente Regulador de los Servicios Públicos	63	Actividades en Comunas	9.487,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
20	121	Secretaría de Desarrollo Ciudadano	6	No determina	0,00	1.666.333,00	0,00	1.666.332,34	1.666.332,34	1.364.494,43
21	320	Subsecretaría de Transporte	8	Actividades Comunes	0,00	28.871.140,00	7.200,00	28.854.770,59	28.801.733,91	16.899.680,74
21	325	UPE Juegos Olímpicos de la Juventud 2018	13	Organización Juegos Olímpicos de la Juventud 2018	0,00	227.089,00	0,00	227.088,62	227.088,62	55.000,00
21	201	Construcción Ciudadanía Cambio Cultural	37	Construcción Ciudadanía y Cambio Cultural	0,00	180.000,00	0,00	175.999,00	175.999,00	0,00
26	799	Dirección General Electoral	22	Gestión Electoral	3.000.000,00	77.944.529,00	0,00	77.944.037,77	77.928.237,77	37.327.091,77
30	300	Ministerio de Desarrollo Urbano	1	Actividades Centrales	0,00	1.257,00	0,00	1.256,46	1.256,46	1.256,46
30	303	UPE Arroyo Maldonado	14	Programa de Gestión de Riesgo Hídrico	0,00	236.024,00	0,00	236.023,36	236.023,36	0,00
30	306	DG de Coordinación Institucional y Comunitaria	17	Acciones de Enlace para la Participación Ciudadana	350.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
30	312	DG de Obras de Arquitectura	25	Ejecución y rehabilitación de Obras Complementarias	0,00	275.016,00	0,00	275.015,58	275.015,58	275.015,58
30	366	DG Interpretación Urbanística	70	Interpretación de normas referidas al Planeamiento	0,00	232.268,00	0,00	232.267,47	232.267,47	232.267,47
30	380	UPE-Obras en Villa Olímpica y Sedes Deportivas	57	Desarrollo Urbanístico de la Comuna 8	0,00	802.965,00	0,00	802.964,69	802.964,69	802.964,69
30	797	Recuperación de la traza de la Ex AU 3	73	Recuperación Barrio Parque Donado - Holmberg	0,00	1.080.795,00	0,00	1.080.794,16	1.080.794,16	9.000,00
35	874	DG Tratamiento y Nuevas Tecnologías	58	Tratamiento de Residuos Sólidos Urbanos	0,00	871.200,00	0,00	871.200,00	871.200,00	871.200,00
35	893	Agencia Ambiental	5	Actividades Comunes	0,00	675.000,00	0,00	675.000,00	675.000,00	450.000,00
40	551	Subsecretaría de Atención Integrada de Salud	64	Gestión de Redes y Programas de Salud	0,00	1.800,00	0,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
40	552	Subsecretaría de Administración del Sistema de	5	Actividades de Administración Común	0,00	20.196.558,00	197.717,6	19.998.839,53	19.998.839,53	0,00
40	554	Subsecretaría de Planificación Sanitaria	6	Actividad de Planificación Sanitaria Común	0,00	56.411,00	56.410,50	0,00	0,00	0,00
50	926	Agencia de Turismo	65	Turismo de la Ciudad	0,00	210.000.000,00	19.000,00	209.941.406,14	209.477.673,25	209.477.673,25
55	550	Ministerio de Educación	10	Comunicación y Relaciones Institucionales	0,00	20.631.547,00	0,00	20.631.546,68	20.631.546,68	798.997,25
60	861	Dirección General de Estadísticas y Censo	89	Sistema Estadístico de la Ciudad	300.000,00	300.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
60	861	Administración Gubernamental de Ingresos Públicos	3	Actividades Comunes	2.776.520,00	1.788.600,00	0,00	1.788.600,00	1.788.600,00	1.788.600,00
60	861	Administración Gubernamental de Ingresos Públicos	84	Relaciones con la Comunidad	825,00	825,00	0,00	0,00	0,00	0,00
60	861	Administración Gubernamental de Ingresos Públicos	87	Recaudación Tributaria	848,00	848,00	0,00	0,00	0,00	0,00
60	879	Instituto de Juegos de Apuestas	81	Instituto de Juegos y Apuestas de la CABA	12.432.000,00	11.462.120,00	0,00	11.462.120,00	11.462.120,00	11.462.120,00
65	171	Plena Partic E Integ Personas Con Necesidades	51	Conducción	0,00	10.000,00	0,00	6.950,20	6.950,20	6.950,20
65	290	Instituto De La Vivienda Ley 1251	9	Actividades Comunes	5.303.710,00	465.825,00	0,00	453.288,00	453.288,00	394.908,00
65	290	Instituto De La Vivienda Ley 1251	110	Créditos 1° Vivienda	180.640,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
65	650	Ministerio De Desarrollo Económico	1	Actividades Centrales Desarrollo Económico	0,00	75.000.000,00	0,00	74.998.506,65	74.998.506,65	39.178.125,05
65	790	Subsecretaría De Economía Creativa	34	Promoción Y Difusión De La Economía Creativa	0,00	123.910,00	0,00	123.909,07	123.909,07	0,00
65	265	DG Industrias Creativas	64	Industrias Creativas	0,00	61.279,00	50.000,00	11.278,74	11.278,74	0,00
65	265	DG Industrias Creativas	67	Distrito Audiovisual	0,00	35.000,00	0,00	35.000,00	35.000,00	0,00
65	266	Subsecretaría De Inversiones	61	Promoción De Inversiones	0,00	148.000,00	0,00	144.113,03	144.113,03	144.113,03

30

Departamento Actuaciones Colegiadas
INFORME FINAL
de la
Auditoría Gral. de la Ciudad de Bs. As.

65	862	DG Concesiones	11	Concesiones Existentes Dentro Del Ámbito De La	0,00	1.073.500,00	565.076,3	500.895,42	500.895,42	136.355,94
68	608	Instituto Superior De La Carrera Administrativa	10	Capacitación Del Personal	0,00	10.150,00	0,00	10.140,66	10.140,66	0,00
68	642	Subsecretaria De Gestión De Recursos Humanos	41	Administración Del Personal	0,00	1.204.461,00	0,00	1.054.355,20	1.054.355,20	1.054.355,20
68	918	Ministerio De Modernización	1	Actividades Centrales	0,00	61.000,00	0,00	60.199,85	60.199,85	45.799,85
68	919	Subsecretaria De Gestión De Proyectos De	44	Estrategia Y Desarrollo	0,00	64.062.015,00	13.902,90	64.048.111,81	63.430.519,92	28.632.263,70
90	220	DG De Participación Ciudadana	56	Coordinación Participación Ciudadana	0,00	240.000,00	0,00	240.000,00	168.000,00	168.000,00
				TOTALES	732.534.725,	1.279.380.731,	909.307,4	1.277.808.669,	1.275.260.692,	1.021.345.682,

Cuadro N° 25

Comparativo de las contrataciones informadas por la Secretaría de Comunicación Social y los datos de las Transacciones de SIGAF por Jurisdicción.

Juris	Descripción	SCS	Devengado /SIGAF	No informado
20	Jefatura de Gobierno	566.489.935,36	759.595.374,84	193.105.439,48
21	Jefatura de Gabinete de Ministros	29.091.253,74	29.204.821,53	113.567,79
26	Ministerio de Justicia y Seguridad	74.877.051,32	77.928.237,77	3.051.186,45
30	Ministerio de Desarrollo Urbano y Transporte	1.038.988,05	2.628.321,72	1.589.333,67
35	Ministerio de Ambiente y Espacio Publico	0,00	1.546.200,00	1.546.200,00
40	Ministerio de Salud	19.998.839,54	20.000.639,53	1.799,99
50	Ministerio de Cultura	58.739.914,59	209.477.673,25	150.737.758,66
55	Ministerio de Educación	20.405.071,85	20.631.546,68	226.474,83
60	Ministerio de Hacienda	0,00	13.250.720,00	13.250.720,00
65	Ministerio de Desarrollo Económico	75.611.983,81	76.273.941,11	661.957,30
68	Ministerio de Modernización	38.574.550,52	64.555.215,63	25.980.665,11
90	Secretaría de Gestión Comunal y Atención Ciudadana	0,00	168.000,00	168.000,00
		884.827.588,78	1.275.260.692,06	390.433.103,28

Fuente: Información remitida por el organismo y SIGAF 2015

4.6.1 Metas Físicas.

Este programa no posee metas físicas ya que el mismo es considerado un Programa Instrumental²³. No obstante ello, esta ausencia de metas físicas, impediría o cuanto menos dificultaría realizar un análisis del programa presupuestario tendiente a: a) la determinación de costos de los servicios públicos; b) la medición de la eficiencia, efectividad y economía en la aplicación de los recursos disponibles por parte del organismo y c) evaluar el cumplimiento de las políticas públicas definidas en la etapa de formulación del Presupuesto.

4.6.2 Examen del universo de contrataciones.

En cumplimiento del objetivo²⁴ del presente examen, la actual Subsecretaría de Comunicación Social remitió²⁵ a nuestro requerimiento²⁶ el universo de contrataciones celebradas por la ex Secretaría de Comunicación Social durante el ejercicio 2015.

Consistiendo dicho universo en 12.130²⁷ contrataciones correspondió adoptar un criterio con relación a la determinación de la muestra de expedientes a analizar ya que dicho universo se conformaba del siguiente modo:

²³ Conforme surge del Documento Interno de Pautas Metodológicas de la OJEP, "Se considera que un Programa es "Instrumental" cuando su origen y desarrollo responden a la necesidad de la administración de dar soporte a los procesos de producción terminal que satisfacen en forma directa las necesidades públicas. Se distingue porque el resultado de su accionar son bienes o servicios no cuantificables y su existencia se justifica a partir de los programas finales, y actúa sobre una necesidad o problema interno de la administración pública."

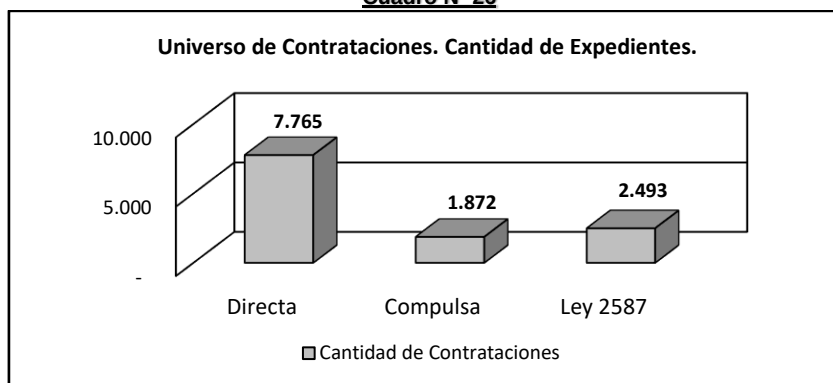
²⁴ Controlar aspectos legales de los procedimientos seguidos en el proceso de Compras y Contrataciones de la Secretaría de Comunicación Social.

²⁵ Mediante Nota NO-2017-07110306- -SSCS del 20/03/17.

²⁶ Nota AGCBA N° 343/2017 del 10/02/17.

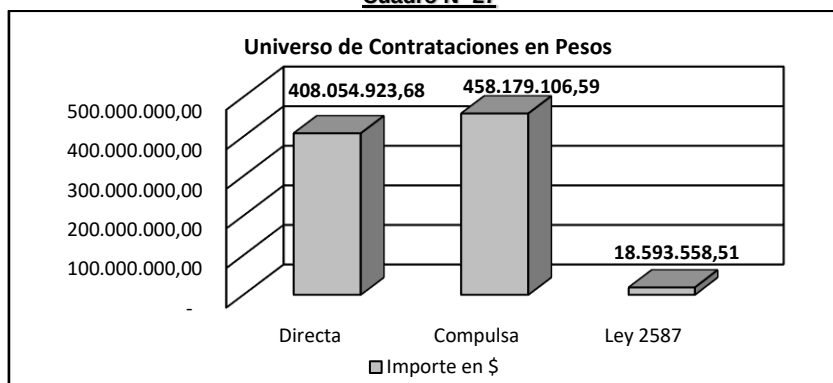
²⁷ Fuente: Impresión pantalla base de datos Excel provista por la Subsecretaría de Comunicación Social.

Cuadro N° 26



Fuente: Universo de contrataciones remitido por la Subsecretaría de Comunicación Social –ejercicio 2015-.

Cuadro N° 27



Fuente: Universo de contrataciones remitido por la Subsecretaría de Comunicación Social –ejercicio 2015-.

Se procedió a segmentar dicho universo por tipo de medio contratado quedando expresado de la siguiente manera:

Cuadro N° 28

Tipo de Medio	Cantidad de	Importe en \$
Gráficos Diarios	988	65.549.797,52
Gráficos Revistas	301	13.860.416,52
Patrocinios	142	46.047.400,00
Radios	3.477	96.868.202,07
TV Abierta	404	174.464.289,30
TV Cable	1.651	176.894.472,73
Vecinal Gráfica	566	5.717.409,95
Vecinal Radio	1.143	8.931.531,88

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
	JUR	N EXP	AÑO EX	N SP	AÑO SP	SISTEMA	MEDIO	IMPORTE	CONTRATACIÓN			
12131	68	37686577	2015	14262	2015	PATROCINIO	premios Olimpia en el predio Parque Norte	\$ 405.000,00	DIRECTA			
12132								\$ 884.827.588,78				
12133												

Vecinal Web	784	3.944.616,68
Vía Pública	934	202.427.205,41
Web	1.740	90.122.246,71
Total:	12.130	884.827.588,77

Seguidamente se procedió a determinar la muestra y establecer el tamaño de elementos (expedientes) a seleccionar procurando la mayor representatividad.

A los efectos del cálculo del tamaño muestral se dividió el universo en dos estratos²⁸, a saber: a) contrataciones directas y compulsas y b) ley 2587, Registro de Medios Vecinales²⁹. Posteriormente, se procedió a determinar el tamaño de la muestra a seleccionar en cada uno de los estratos. Para el estrato a) con un **N**³⁰ de 9.637 expedientes la fórmula empleada arroja un **n**³¹ de 263 expedientes como se grafica seguidamente:

Para el estrato b) con un **N** de 2.493 expedientes la fórmula arroja un **n** de 66 expedientes como se grafica seguidamente³²:

Una vez obtenido el tamaño muestral se procedió a dividir el estrato a) en dos conglomerados³³ (contrataciones directas y compulsas).

Cuadro N° 29

	Tipo de Contratación	Cantidad de Contrataciones	Importe en \$	Tamaño Muestral
Estrato a)	Directa	7.765	408.054.923,68	263
	Compulsa	1.872	458.179.106,59	
Estrato b)	Ley 2587	2.493	18.593.558,51	66
	Total:	12.130	884.827.588,78	329

A los efectos de determinar el número de elementos a ser muestrados en cada conglomerado y teniendo en cuenta que los importes totales de cada uno de los

²⁸ Los **estratos** son grupos de población que se suponen, a priori, *homogéneos dentro de sí, pero posiblemente heterogéneos respecto a otros estratos*. La homogeneidad interna hace que no sea preciso extraer muestras muy grandes de cada uno de ellos, pero hay que preocuparse de que el diseño de estratos cubra todos los comportamientos diferentes que puedan preverse para los elementos de la población.

²⁹ Las contrataciones del estrato b) representan (en \$) apenas el 2,10% del total de las contrataciones celebradas.

³⁰ Tamaño de la Población o Universo: es la cantidad total de elementos objeto de la auditoría o pasibles de ser auditados.

³¹ Tamaño de la muestra a seleccionar.

³² Cabe aclarar que en este caso la precisión es estableció en 10% atento que las contrataciones efectuadas en el marco de la ley 2587 constituyen un mecanismo más democrático en la asignación de esos recursos, con importes estandarizados y menores factores de discrecionalidad por parte de la administración.

³³ Un conglomerado consta de elementos heterogéneos, tanto y en tanta diversidad como existan en la población, mientras que los distintos conglomerados son aproximadamente homogéneos entre sí. El concepto de conglomerado es, por tanto, dual del concepto de estrato en estos aspectos. Cuando se estratifica una población, debe extraerse una muestra aleatoria de todos y cada uno de los estratos. En cambio, cuando una población se clasifica en conglomerados, al aportar cada uno de ellos información a escala de la población, no es preciso extraer una muestra de todos y cada uno de ellos, sino que se extrae una muestra aleatoria de conglomerados, para posteriormente, extraer una muestra aleatoria de elementos de cada uno de los conglomerados que fueron seleccionados en la primera fase.

tipos de contratación son afines se determinó el tamaño muestral en base a la cantidad de expedientes que cada contratación poseía. Resultado así:

Cuadro N° 30

	Tipo de Contratación	Cantidad de Contrataciones	Importe en \$	Tamaño Muestral	Elementos a ser muestrados por conglomerado
Estrato a)	Directa	7.765	408.054.923,68	263	212
	Compulsiva	1.872	458.179.106,59		51

Por último, se tomó en consideración la significatividad económica por tipo de medio contratado para completar el proceso de selección de elementos a mostrar mediante muestreo simple aleatorio resultando del siguiente modo:

Cuadro N° 31

Tipo de Contratación	Contrataciones x Medio	Cantidad Contrataciones	Importe en \$	Porcentaje / Total \$	Muestra (212)
Directa	Gráficos Diarios	649	29.721.910,52	7,28	15
	Gráficos Revistas	66	1.577.656,36	0,39	1
	Patrocinios	142	46.047.400,00	11,28	24
	Radios	3.178	69.888.817,24	17,13	36
	TV Abierta	263	25.706.765,88	6,30	13
	TV Cable	1.240	49.022.017,11	12,01	25
	Vía Pública	487	95.968.109,85	23,52	50
	Web	1.740	90.122.246,71	22,09	47
	Total:	7.765	408.054.923,67	100,00	212
Tipo de Contratación	Contrataciones x Medio	Cantidad Contrataciones	Importe en \$	Porcentaje / Total \$	Muestra (51)
Compulsiva	Gráficos Diarios	339	35.827.887,00	7,82	4
	Gráficos Revistas	235	12.282.760,15	2,68	1
	Radios	299	26.979.384,83	5,89	3
	TV Abierta	141	148.757.523,42	32,47	17
	TV Cable	411	127.872.455,62	27,91	14
	Vía Pública	447	106.459.095,56	23,24	12
	Total:	1.872	458.179.106,58	100,00	51

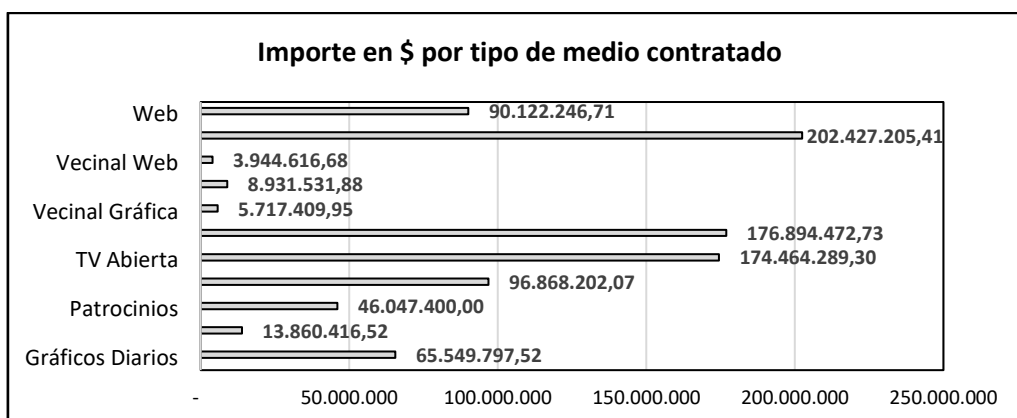
Con relación al estrato b) la muestra queda conformada del siguiente modo:

Cuadro N° 32

Tipo de Contratación	Contrataciones x Medio	Cantidad Contrataciones	Importe en \$	Porcentaje / Total \$	Muestra (66)
Ley 2587	Vecinal Gráfica	566	5.717.409,95	30,75	20
	Vecinal Radio	1.143	8.931.531,88	48,04	32
	Vecinal Web	784	3.944.616,68	21,21	14
	Total:	2.493	18.593.558,51	100,00	66

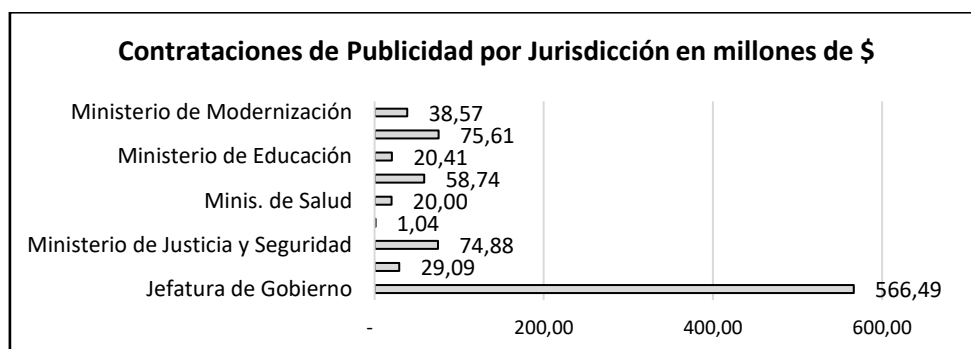
Seguidamente se exponen **datos estadísticos** obtenidos de la base remitida por la Subsecretaría de Comunicación Social respecto a las contrataciones celebradas durante 2015 por la ex Secretaría de Comunicación Social.

Cuadro N° 33



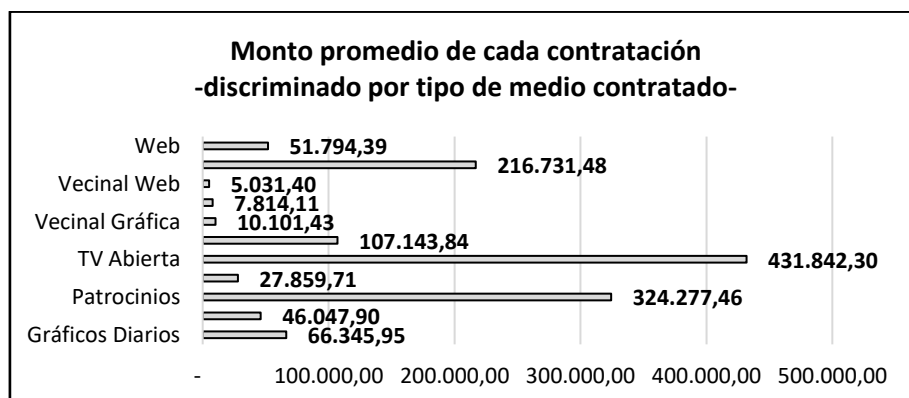
Fuente: Universo de contrataciones remitido por la Subsecretaría de Comunicación Social –ejercicio 2015–.

Cuadro N° 34



Fuente: Universo de contrataciones remitido por la Subsecretaría de Comunicación Social –ejercicio 2015–.

Cuadro N° 35



Fuente: Universo de contrataciones remitido por la Subsecretaría de Comunicación Social –ejercicio 2015–.

El ranking³⁴ de medios contratados para la emisión de la pauta oficial gestionada por la ex Secretaría de Comunicación Social se puede observar en el **Anexo VI**.

4.6.3 Compulsa de expedientes de contratación.

Mediante Nota AGCBA N° 884/2017 se requirió a la Subsecretaría de Comunicación Social el universo de los expedientes que finalmente integraron la muestra practicada (329). En el **Anexo VII** se detallan los mismos.

Asimismo, fue necesario proceder al reemplazo de veintiséis (26) expedientes³⁵ atento que durante los últimos cinco años se han remitido un sensible número de actuaciones administrativas a diferentes causas penales en trámite y cuyo detalle se expresa en el siguiente cuadro:

Juzgado / Fiscalía / Organismo	Secretaría	Caratula	Expte. Remitidos a los Juzgados
Juzgado Nacional en lo Criminal y Correccional N° 8	N° 15	Causa N° 9705/2015. "Gaytan Pablo Facundo y otro s/Malversación de caudales públicos..."	1.448
Juzgado de Instrucción N° 23	N° 158	Causa N° 51.617. "Macri, Mauricio y otro s/Defraudación".	23
Fiscalía Nacional en lo Criminal de Instrucción N° 43	-	Causa N° 51.618/2015 (Fiscalnet 92618/15). "Macri, Mauricio – Niembro Fernando s/Defraudación a la administración Pública".	138
Juzgado Nacional en lo Criminal de Instrucción N° 46	-	Causa N° 55.774/2015. "Macri Mauricio y otros s/Asociación Ilícita"	20
Procuración General Adjunta de la CABA	-	-	291

Fuente: Información provista por la Subsecretaría de Comunicación Social. Las actuaciones remitidas corresponden a contrataciones celebradas en diferentes ejercicios tales como 2012, 2013, 2014 y 2015.

No obstante encontrarse vigente la Resolución N° 19/SECLYT/2016 ninguno de los expedientes examinados se encontraba digitalizado (Expediente Electrónico). El módulo de Expediente Electrónico (EE) es uno de los principales "contenedores" con los que cuenta el ecosistema SADE para administrar las reglas que rigen el uso de un expediente en el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Permite vincular documentos generados por GEDO y guardados en el repositorio único, con todos los atributos del manejo de documentos. Hasta su creación se utilizaba el Expediente en Papel (EP) que, si bien funcionó ajustado a las normas durante años, tenía numerosas desventajas frente a su contraparte digital: lentitud en la tramitación, vista y consulta individual, pases y firmas manuscritos, duplicación de documentos, transporte físico, entre otras (Ver Observación 5.2.1).

³⁴ Relación ordenada de medios con arreglo al criterio económico reflejado por el total en pesos de las contrataciones efectuadas con cada uno de ellos.

³⁵ De los cuales se compulsaron 23 expedientes. De ellos, 10 expedientes fueron reconstruidos (Res. 130-SECLYT/2014). Solo 3 expedientes quedaron sin compulsar atento el tiempo extra que demandaba su reconstrucción.

5 Observaciones

Como resultado de los procedimientos de auditoría desarrollados con el objeto de fundar una opinión independiente acerca de los aspectos legales y financieros de las compras y contrataciones de publicidad y material publicitario que la ex Secretaría de Comunicación Social desarrolló durante el ejercicio 2015 se puede observar que:

5.1 Estructura organizativa. Objetivos. Acciones.

5.1.1 Inobservancia de los objetivos de la SCS. Ley 4013 art. 30.

- a) Si bien la Secretaría de Comunicación Social tenía como objetivo planificar, ejecutar y administrar las contrataciones que en materia de publicidad realizaran las distintas áreas del Poder Ejecutivo y en virtud que la partida presupuestaria asignada a publicidad no se encuentra restringida, diversas áreas del Poder Ejecutivo han efectuado imputaciones relacionadas con ese objeto del gasto, sin intervención de la mencionada Secretaría (art. 30 2.).

Comentario del Auditado: A partir del dictado del Decreto 611/11 y sucesivos existe un procedimiento establecido para la contratación de publicidad el GCABA, el Ministerio de Hacienda procede a la restricción del objeto de gasto (partida 361, publicidad) en las jurisdicciones, a fin de que toda compra de publicidad se inicie y ordene desde Comunicación Social. Esta Subsecretaría no registra las excepciones a lo normado que puedan cursar como contrataciones similares en contenido u objeto de gasto en otros ministerios.

- b) No existen constancias que acrediten que la Secretaría de Comunicación Social halla coordinado el contenido, actualización y difusión de la página oficial de Internet del Gobierno de la Ciudad y participado en la planificación de las relaciones con los nuevos medios de comunicación tal como lo establecía su objetivo institucional (art. 30 3.).

Comentario del Auditado: La coordinación de los contenidos del sitio web del GCABA originariamente era potestad exclusiva de la Secretaría de Comunicación Social. Sucesivos cambios de estructura de las secretarías dependientes del Jefe de Gobierno (Secretaría de Medios, Dirección General de Nuevos Medios, etc.), como de la Agencia de Sistemas de Información y otras dependencias establecieron competencias complementarias y muchas veces superpuestas.

5.1.2 Incumplimiento de las acciones (Dec. 660/GCABA/11).

Tal como se desprende del análisis sobre las actuaciones examinadas no hay constancia de control por parte de Dirección Operativa de Planificación y Contratación y la Subdirección Operativa de Seguimiento y Evaluación. En particular, ésta última debía *"realizar el control de todas las contrataciones realizadas para el desarrollo de la pauta institucional del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, asegurando el*

38

cumplimiento contractual, en cuanto a espacio, duración, repetición, etc."

Comentario del Auditado: Actualmente, con la implementación del expediente electrónico para las contrataciones de publicidad, se puede identificar la intervención de cada usuario de acuerdo a su tarea asignada permitiendo el control más exhaustivo y la detección de errores en instancias de la tramitación. Asimismo el 13 de marzo de 2018 se dictó la Resolución N° 52/SECM/18 que incorpora mejoras al procedimiento. A todo efecto se remite flujograma de contratación del sistema "Procesamiento de Ordenes de Publicidad" (POP), IF N° 2018-16335005-SSCS, en el marco de los sistemas de gestión de documentación electrónica SADE y GEDO, como también copia de la Resolución N° 52/SECM/2018. Sin perjuicio de ello, se está trabajando en la redacción de un Manual de Procedimiento Interno con la finalidad de establecer la manera clara las distintas etapas del procedimiento de contratación de publicidad y definir instancias de control interno. Asimismo, y a los efectos de mantener un control cruzado respecto a la prestación del servicio ofrecidos se recurrió a la contratación de servicios de auditorías de medios.

5.1.3 Omisión de las acciones descriptas en el Programa Presupuestario³⁶.

No se hallaron constancias de las acciones que la Secretaría de Comunicación Social debía desarrollar "para llevar a cabo acciones que permitan una adecuada difusión de los actos de gobierno mediante una planificación estratégica en los distintos medios de comunicación. Asimismo, no se verificó la existencia de registros que den cuenta de la obligación de incorporar nuevas herramientas de planificación así como pre y post evaluaciones objetivas de las distintas acciones eje de la comunicación anual".

Comentario del Auditado: Actualmente, previo a la realización de las contrataciones de publicidad, la Dirección General Planeamiento de Medios elabora un brief de medios que establece: descripción y objetivo de la campaña, público objetivo y estrategia de medios para la misma. Asimismo, a los fines de optimizar la planificación y realizar post evaluaciones de campaña se han contratado los servicios de Ibope – medidora líder de audiencias. Finalmente, se está evaluando la posibilidad de dictar una Resolución que establezca las pautas anuales para la planificación, contratación y distribución de la publicidad oficial del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a través de un Plan Anual de Publicidad Oficial con las campañas más relevantes.

5.2 Expediente Electrónico

5.2.1 El 100% de los expedientes analizados no utiliza el módulo de Expediente Electrónico del Sistema de Administración de Documentos Electrónicos incumpliendo con la Resolución N° 19/SECLYT/2013³⁷.

³⁶ Ver Descripción del Programa (Pág. 17).

³⁷ Con el objetivo de agilizar los tiempos de gestión administrativa, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires avanzó desde el año 2009 con la ejecución progresiva de la digitalización de los trámites y las comunicaciones internas que se realizan vía papel. Compras Electrónicas. La Ley 2095 regula el Régimen de Compras y Contrataciones en el ámbito de la CABA, que fue modificado por la ya mencionada Ley 4764. El artículo 83 de la nueva norma establece: "Informatización de las Contrataciones. Todos los procesos de compras, ventas y contrataciones que efectúen los órganos contratantes comprendidos en la presente ley, deben realizarse utilizando los sistemas electrónicos o digitales que establezca el Órgano Rector, abarcando todas las instancias y actos administrativos del proceso... Los documentos digitales tendrán el mismo valor legal que los documentos en soporte papel y son considerados como medio de prueba de la información contenida...". El Decreto 1145/09 aprobó la reglamentación del artículo 83 de la Ley 2095 y se implementó "el Sistema Electrónico de Adquisiciones y Contrataciones del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, denominándose en adelante como Buenos Aires Compras (BAC)...". La plataforma BAC no era parte del ecosistema SADE, pero fue necesario que interactuara con el módulo de Expediente Electrónico del Sistema de Administración de Documentos Electrónicos (SADE) para permitir la tramitación electrónica de los procesos de compras y contrataciones de la Ciudad de Buenos Aires. Para ello se dictaron las Resoluciones Conjuntas 8-MHGC-MJGGC-SECLYT/11, 9-MHGC-MJGGC-

Comentario del Auditado: En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 3.304 de Modernización de la administración Pública del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y delo establecido por la Resolución N° 19/SECLYT/2013, desde mediados del mes de Marzo de 2016, se implementó en la Secretaría de Medios el Sistema de Administración de Documentos Electrónicos para la generación de los documentos relativos a la compra de medios.

5.3 Incumplimiento del marco normativo específico Res. 8513-SCS-14

De los procedimientos de auditoría practicados se recogieron numerosas evidencias que acreditan una significativa cantidad de incumplimientos del marco legal inherente tal como se detalla e individualiza seguidamente:

5.3.1 Incumplimiento del art. 2° Res. 8513-SCS-14:

Se observa que en el 100% de los expedientes examinados no obran dos copias de la orden de publicidad suscriptas por el adjudicatario. Solo se verificó la existencia de una copia y de ellas, el 39,57% no se encuentra suscripta por el adjudicatario.

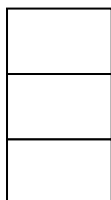
Comentario del Auditado: Entendemos que la gran cantidad de expedientes en soporte papel y la intervención de otros organismos involucrados en la tramitación de la documentación, también en soporte papel, pudieron ser las causales de la omisión de las copias de las mentadas ordenes de publicidad. En la actualidad, en el expediente administrativo solo se emite una única Orden de Publicidad, que es generada y registrada en el módulo GEDO de SADE, la que vincula inmediatamente al expediente t se notifica al proveedor mediante correo electrónico. Esto disminuye la posibilidad de incurrir en errores materiales como los mencionados en la presente observación.

5.3.2 Incumplimientos detectados en la caratulación de los expedientes:

En el (80,06%) de los expedientes analizados la fecha de Caratulación es posterior a la emisión de la Orden de Publicidad quebrantando lo preceptuado por el art. 3 de la Resolución 8513-GCBA-2014 que establece *"será requisito indispensable para el inicio de las contrataciones publicitarias la Caratulación del Expediente administrativo correspondiente a cada una de las Órdenes de Publicidad emitidas por la Dirección General de Planeamiento de Medios"*.

Comentario del Auditado: Se puede presumir que la fecha de caratulación posterior a la emisión de la Orden de Publicidad obedece a falencias de programación de los tiempos de gestión de los expedientes y/o a las urgencias de las necesidades de comunicación, sumada a la cantidad de expedientes en trámite y el hecho de que la Secretaría de Comunicación Social no contara con una Mesa de Entrada propia. En la actualidad, la implementación del Sistema SADE ha mejorado y ordenado el proceso, no obstante lo cual la Subsecretaría de Comunicación Social se encuentra trabajando en un proyecto de Manual de Procedimiento Interno que contemple cada una de las etapas del procedimiento previsto en la normativa actual, de manera que pueda realizarse sobre el mismo control más estricto.

SECLYT/11, 12-MHGC-MJGGC-SECLYT/11 y 14-MHGC-MJGGC-SECLYT/11, por las que se aprobaron los procedimientos electrónicos de las Compras y Contrataciones para su tramitación por dicho módulo.



5.3.3 Registro de Órdenes de Publicidad. Incumplimiento:

Se verificó la inexistencia del registro de órdenes de publicidad emitidas, incumpliendo lo prescripto por el art. 4 de la Res. 8.513-SCS-14 que impone a la Dirección General Planeamiento de Medios llevar un exhaustivo registro y control de las órdenes de publicidad emitidas, debiendo otorgar a las mismas una numeración correlativa.

Comentario del Auditado: La Secretaría de Comunicación Social llevaba un registro de órdenes de publicidad de carga anual, lo que puede haber dado lugar a no pocos errores. Actualmente, con la implementación del expediente electrónico para las contrataciones de publicidad y desarrollo del Sistema POP (Procesamiento de Ordenes de Publicidad es emitida y registrada en el módulo GEDO del Sistema de Administración de Documentos Electrónicos (SADE).

5.3.4 Registro Único y Permanente de Proveedores. Incumplimientos:

a) Del análisis efectuado surge que en el 100% de los expedientes analizados no obra constancia que acredite haberse efectuado la consulta al padrón de inscriptos al Registro Informatizado Único y Permanente de Proveedores (RIUPP), tal como lo prescribe el artículo 6 primer párrafo de la Resolución 8513-GCBA-2014.³⁸

Del análisis de la documentación remitida surgen las siguientes inconsistencias:

Proveedor	Inscripción RIUPP	Datos Contratación
Carlos A Girola y Asociados SRL	No se encontraba inscripto durante el ejercicio 2015 conforme surge del historial RIUPP en el que recién aparece inscripto a partir del 01/09/2017 (BAC – Sistema de compras públicas)	Expte. 30111413/2015 SP N° 12033/15 del 30/09/15 por la suma de \$349.896,91. Exclusividad.
FEG Entrenamientos SA	Preinscripto el 06/01/15 e Inscripto el 14/07/15. La Sec. Comunicación Social emitió órdenes de publicidad vulnerando lo establecido en la normativa vigente.	Expte. 5938222/2015 SP N° 2525/15 del 25/03/15 por la suma de \$ 360.000,00. Exclusividad. Expte. 7799771/2015 SP N° 3967/15 del 08/05/15 por la suma de \$ 450.000,00. Exclusividad. Expte. 6375712/2015 SP N° 3263/15 del 15/04/15 por la suma de \$ 450.000,00. Exclusividad.
Grupo Obras Servicios y Desarrollos S.A.	Inscripto el 05/11/13. A partir del 02/10/15 el estado se encuentra desactualizado por documentos vencidos hasta la fecha. La Sec. Comunicación Social emitió órdenes de publicidad vulnerando lo establecido en la normativa vigente.	Expte. 34383090/2015 SP N° 12474/15 del 15/10/15 por la suma de \$35.310,24. Compulsa. Expte. 34385228/15 SP N° 12423/15 del 15/10/15 por la suma de \$24.380,88. Compulsa. Expte. 34725674/2015 SP N° 12480/15 del 15/10/15 por la suma de 50.443,20. Compulsa.

³⁸ Este artículo establece que no podrán suscribirse órdenes de publicidad a ningún proveedor que no se encuentre inscripto en el RIUPP y que aquellos proveedores que se encuentren preinscriptos, es decir que hayan realizado la preinscripción online y en consecuencia no cuenten con el alta definitiva como proveedor o que cuenten con documentación desactualizada en el mencionado registro deberán regularizar su situación en forma previa a la emisión de la Orden de Publicidad; de lo contrario no podrán recibir las órdenes de publicidad correspondientes. Atento lo observado en el punto anterior, por Nota AGCBA 1811/2017 se solicitó a la Dirección General de Compras y Contrataciones del GCABA informe si la nómina de proveedores que se acompañó con dicha nota se encontraba inscripta en el RIUPP durante el ejercicio 2015. Asimismo se le solicitó una impresión de la consulta del estado registral completa de cada uno de esos proveedores al 31/12/15. En su respuesta (NO-2017-20565051- -DGCYC) advierte que el RIUPP conforme lo normado por la Ley N° 2095 y su decreto reglamentario fue sustituido por una nueva plataforma, la cual en la actualidad no permite generar un corte a la fecha requerida (31/12/2015). Asimismo, consigna que todos los proveedores respecto de los que se solicitaba información se encontraban en el RIUPP durante el ejercicio 2015. Adjuntó en formato papel y soporte magnético el estado registral de los mismos y el historial de cada uno de ellos en los cuales se reflejan sus movimientos.

La Rural S.A.	Inscripto 01/12/14. Estado desactualizado por documentación vencida a partir del 03/06/15 hasta el 27/07/15. A partir del 28/07/15 nuevamente con documentación vencida hasta el 23/12/15. La Sec. Comunicación Social emitió órdenes de publicidad vulnerando lo establecido en la normativa vigente.	Expte. 5851609/2015 SP N° 2541/15 del 20/03/15 por la suma de \$ 400.000,00. Exclusividad.
La Usina Digital SRL	Inscripto a partir del 28/08/15 hasta el 09/09/15 cuando el estado es desactualizado por documentación vencida hasta el 15/09/15 que vuelve a estar inscripto. La Sec. Comunicación Social emitió órdenes de publicidad en los plazos que no se encontraba inscripto o con documentación vencida.	Expte. 36592091/2015 SP N° 13655/15 del 29/09/15 por la suma de \$ 5.904,38. Expte. 17894278/2015 SP N° 6503/15 del 17/05/15 por la suma de \$ 123.000,00. Expte. 36506014/2015 SP N° 13495/15 del 07/04/15 por la suma de \$ 143.153,55. Expte. 14382628/2015 SP N° 6251/15 del 08/01/15 por la suma de \$ 89.514,31. Expte. 23916648/2015 SP N° 10441/15 del 08/07/15 por la suma de \$ 35.575,64 Expte. 21338493/2015 SP N° 10382/15 del 02/06/15 por la suma de \$ 75.571,93. Expte. 21339953/2015 SP N° 10411/15 del 08/07/15 por la suma de \$ 157.627,19.
Verónica Andrea De la Canal	Inscripta el 07/08/15. La Sec. Comunicación Social emitió órdenes de publicidad en los plazos que no se encontraba inscripto o con documentación vencida.	Expte. 20249121/2015 SP N° 08764/15 del 22/06/15 por la suma de \$ 36.300,00. Exclusividad.
Sentidos S.A.	Entre el 03/06/15 y el 07/10/15 se el estado del proveedor se encontraba desactualizado por documentos vencidos. La Sec. Comunicación Social emitió órdenes de publicidad en los plazos que el registro del proveedor se encontraba con documentación vencida.	Expte. 16341020/2015 SP N° 6122/15 del 10/06/15 por la suma de \$ 347.039,79. Exclusividad. Expte. 26805260/2015 SP N° 11086/15 del 11/09/15 por la suma de \$ 100.915,21. Exclusividad. Expte. 21871216/2015 SP N° 9567/15 del 19/08/15 por la suma de \$ 302.016,00. Exclusividad. Expte. 22156036/2015 SP N° 10573/15 del 10/09/15 por la suma de \$ 599.253,76. Compulsa.
Taja Producciones SRL	El proveedor no se encontraba inscripto al momento de la celebración de las contrataciones. La Sec. Comunicación Social emitió órdenes de publicidad pese a que no surge del historial del RIupp que se encontrase inscripto.	Expte. 35787847/2015 SP N° 13415/15 del 28/09/2015 por la suma de \$ 220.000. Exclusividad Expte. 35791054/2015 SP N° 13414/15 del 11/09/15 por la suma de \$ 200.000. Exclusividad Expte. 35791004/2015 SP N° 13416/15 del 01/10/15 por la suma de \$ 400.000. Exclusividad
Universo TV Sociedad Anónima	Entre el 03/06/15 y el 07/10/15 se el estado del proveedor se encontraba desactualizado por documentos vencidos. La Sec. Comunicación Social emitió órdenes de publicidad en los plazos que el registro del proveedor se encontraba con documentación vencida.	Expte. 35593521/2015 SP N° 13407/15 del 30/10/15 por la suma de \$ 110.892. Exclusividad.

Comentario del Auditado: Finalmente, es importante aclarar que la constancia de inscripción al RIUPP de un proveedor actualmente es requerida con anterioridad a la emisión de la Orden de Publicidad, junto con el Brief, y la Declaración Jurada y es vinculada de forma inmediata al Expediente.

5.3.5 Otras irregularidades relacionadas con la información del RIUPP.

a) Relacionadas con los Apoderados y Representantes Legales:

Al cotejar las declaraciones juradas de exclusividad y declaraciones juradas de certificación de la publicidad se detectó que quienes las suscribían como apoderados o representantes legales no serían las

personas que de acuerdo con la información obrante en el RIUPP y/o la nueva plataforma (según informara la Dirección General de Compras y Contrataciones) se encontrarían habilitadas para suscribir las mismas. Seguidamente se exponen aquellos proveedores donde se detectaron las diferencias:

Proveedor	Apoderado o Representante Legal según RIUPP	Apoderado o Representante Legal que suscribe las DDJJs
Arzobispado de Buenos Aires	NO coincide con los datos del RIUPP	
Asociación Mutual Israelita Argentina AMIA	NO coincide con los datos del RIUPP	
Compañía General de Producciones S.A.	NO coincide con los datos del RIUPP	
Global Mind SA	NO coincide con los datos del RIUPP	
La Usina Digital SRL	NO coincide con los datos del RIUPP	
MD Wheels S.A.	NO coincide con los datos del RIUPP	
Media Servicios S.A.	NO coincide con los datos del RIUPP	
Radiodifusora Metro S.A.	NO coincide con los datos del RIUPP	
Reale Dalla Torre Consultores S.A.	NO coincide con los datos del RIUPP	
Telipiu S.A.	NO coincide con los datos del RIUPP	
THX - Medios Sociedad Anónima	NO coincide con los datos del RIUPP	
Vía Shopping SA	NO coincide con los datos del RIUPP	³⁹

b) Relacionadas con la eventual afectación del "Principio de Libre Competencia:

Conforme surge del análisis de las contrataciones realizadas por la Secretaría de Comunicación Social y de la información remitida por la Dirección General de Compras y Contrataciones con relación a los datos de los proveedores inscriptos en el RIUPP se ha detectado que algunas personas integran (en su calidad de socio o miembro del directorio) más de una o varias sociedades anónimas y/o sociedades de responsabilidad limitada contratadas.

Las contrataciones en materia de publicidad y producción de material publicitario se encuentran alcanzadas por la resolución N° 8513/scs/14 que se enmarca en la Ley de Compras y Contrataciones de la CABA nro. 2095. Todas las contrataciones en materia de publicidad, deben proceder en el marco de los principios en los que se basa la Ley precitada. Uno de estos principios es el de Libre Competencia, que establece que en los procedimientos de compras y contrataciones se incluirán regulaciones o tratamientos que fomenten la más amplia y objetiva e imparcial concurrencia, pluralidad y participación de oferentes potenciales⁴⁰.

³⁹ En este caso suscribe las declaraciones juradas como apoderado de Vía Shopping S.A. y Bondacon SRL, sin embargo en los registros del RIUPP no consta dato alguno que acredite dicha calidad.

⁴⁰ Podría llegar a afectarse este principio, al existir una misma persona física integrante de más de una sociedad ya sea como apoderado y/o como integrante del directorio.

Seguidamente se describen las sociedades donde se detectó socios y/o miembros del directorio como socios, miembros del directorio y/o apoderados de otras sociedades.

Persona Socio o Miembro del Directorio de:	Apoderado de:
Bondacon S.R.L. Estatic S.A. Promovías S.A. Vía Shopping S.A.	-
Estatic S.A.	Estatic SA Promovías S.A. Forwork
Reale Dalla Torre Consultores S.A. La Usina Digital SRL	-
MD Wheels S.A. F2F Global S.A.	F2F Global S.A.
Sentidos S.A. Mediabit S.A.	-
Telepiu S.A.	THX – Medios Sociedad Anónima.
THX – Medios Sociedad Anónima Votionis S.A.	-

Asimismo, se detectaron sociedades en las que la totalidad de los miembros del directorio se encuentran integrados por las mismas personas, a saber:

Sociedades (Proveedores)
Promovías S.A.
Vía Shopping S.A.
Estatic S.A.
Reale Dalla Torre Consultores S.A.
La Usina Digital SRL

Comentario del Auditado: En la práctica publicitaria, muchas empresas comparten directorios o socios en su caso, lo cual no implica que ofrezcan los mismos servicios publicitarios, o servicios competitivos entre sí en un mismo rubro o canal de comunicación. En tal sentido cabe ilustrar que en cualquier grupo diferentes empresas de publicidad se abocan a canales, productos, segmentos y mercados diferentes, distinguiéndose por ejemplo la publicidad fuera del hogar (OOH), la publicidad en cine, la publicidad digital, la radio, la TV, los diarios las revistas etc. Cada empresa tiene un objeto social distinto y en consecuencia en muchos casos las empresas no compiten entre sí en el mismo mercado.

5.3.6 Incumplimiento relacionado con la afectación preventiva de fondos.

En el cuadro siguiente se puede observar la demora incurrida en realizar la afectación preventiva (solicitud del gasto) en los diferentes tipos de contratación:

Tipo de contratación	Total Expedientes	% de Expedientes con incumplimiento	Demora Promedio
Exclusividad	153	91,50 %	101,48 días
3 Cotizaciones	59	94,91 %	114,23 días
Compulsa	48	100,00 %	81,95 días
Medios Vecinales	66	98,48 %	93,60 días
Total:	326	98,48 %	96,03 días

Esta circunstancia vulnera lo prescripto por el art. 7 de la Resolución 8513-GCBA-2014 que establece *"junto con la Orden de Publicidad deberá realizarse la afectación preventiva de los fondos necesarios para afrontar la erogación que la contratación demanda. La solicitud del gasto emitida deberá constar en el expediente administrativo por el cual tramita la contratación"*.

Además, se observa que en más del 50% de los casos examinados la solicitud del gasto es generada concomitante con la confección del compromiso definitivo y la orden de compra cuando deberían haberse confeccionado respetando la cronología de las diferentes etapas en cada una de las actuaciones administrativas. Ver **Anexo VIII**.

Comentario del Auditado: Se corroboro que gran parte de los expedientes auditados se generaron en forma concomitante con la orden de compra en el compromiso definitivo. Entendemos que la causal podría radicar en el gran caudal de expedientes que eran generados en soporte papel y las falencias de control asociadas a tal situación por no contar durante dicho periodo con una base de datos digitales que ayuden a verificar el cumplimiento de los plazos previstos en la normativa para cada etapa de la contratación. Ante dichas falencias se trabajó una nueva normativa que ayudara a evitar este tipo de inconsistencia. La actual Resolución N° 52-SECM-2018, modificatoria de la Resolución N° 8513-GCBA-2014, establece en su art. 26 que "Una vez realizada la caratulación del Expediente electrónico, la Dirección General de Planeamiento de Medios realizara la afectación preventiva del gasto". Asimismo, se encuentra en estudio la modificación de la norma a fin de asimilar este procedimiento al régimen de reconocimiento de gastos contemplado como excepción en la Ley de Administración Financiera y su reglamentación (Decreto 433/16).

5.3.7 Declaraciones Juradas. Inconsistencias detectadas.

Se observa que en el 34,04% de la totalidad de los expedientes analizados el proveedor ha presentado la Declaración Jurada de Certificación certificando la realización de la publicidad contratada "sin fecharla" y un 44,17% de ellas contienen omisiones, inconsistencias y/o acompañan documentación insuficiente a los fines de la certificación del servicio realizado⁴¹.

Tipo de contratación	Total Expedientes	DDJJ Sin Fechar	DDJJ con omisiones, insuficiencias y/o incumplimientos
Exclusividad	153	48	81
3 Cotizaciones	59	33	20
Compulsa	48	30	22
Medios Vecinales	66	-	21
Total:	326	111	144

Es aquí donde radican las irregularidades más severas por cuanto la finalidad de la presentación de la Declaración Jurada de Certificación se relaciona directamente con la acreditación del cumplimiento del contrato. Al respecto, cabe recordar que en la misma Orden de Publicidad se describe el mecanismo de certificación, estableciendo para caso que:

⁴¹ A saber: 1) sin fechar, sin firma y/o firmadas en blanco, con omisiones y/o errores en los datos relacionados con la orden de publicidad, descripción de la campaña, cantidad de avisos, fechas de emisión, cantidad de afiches, etc.; 2) la documentación acompañada con la declaración jurada es insuficiente para acreditar de modo fehaciente e indubitable la correcta realización del servicio de publicidad contratado; 3) declaraciones juradas donde se certifica una pauta diferente a la contratada; 4) declaración jurada certificando la entrega de material publicitario sin acompañar copia del remito donde conste la entrega de los mismos así como su muestra.

La certificación del servicio se documentará mediante la presentación de una Declaración Jurada, la cual será instrumentada de la siguiente forma:

- Producción de material publicitario:
Se deberá entregar junto con la Declaración Jurada original y copia del remito oficial firmado (con aclaración o sello) por el personal que recibió los materiales y una muestra del trabajo realizado.
- Publicidad en Vía Pública:
Se deberá entregar una Declaración Jurada en la cual conste período de fijación, campaña y cantidad de afiches.
- Publicidad Gráfica:
Se deberá entregar junto con la Declaración Jurada un ejemplar de la publicación correspondiente en el que se encuentre publicado el aviso solicitado en la O.P.
- Publicidad en Cine:
Se deberá entregar una Declaración Jurada en la cual conste, campaña, cantidad de avisos, salas y fecha de emisión de los avisos.
- Publicidad en la Web:
Se deberá entregar junto con la Declaración Jurada la impresión de la página web en donde figure el banner del GCABA correspondiente al período de difusión solicitado.
- Publicidad radial o televisiva:
Se deberá entregar una Declaración Jurada en donde conste: días y horarios en que fue emitida, cantidad de salidas y la respectiva campaña y adjuntar la certificación de la publicación suscripta por el medio en el cual se emitió la pauta. Cabe señalar que lo que se debe certificar es la emisión de la pauta del GCABA y no la emisión del programa.

- a) Del examen practicado sobre los expedientes que conforman la muestra surge la evidencia de ausencia de control interno comprobado en las inconsistencias, omisiones y errores exhibidos en la documentación aportada por los proveedores al momento de certificar el cumplimiento del contrato y que forman parte de las actuaciones administrativas de cada contratación celebrada. En este sentido, no se acredita en ningún caso que el GCABA arbitrara los medios previstos en el art. 28 de la Resol. 8513-GCBA-2014 a fin de confirmar la realización y calidad de la publicidad requerida.

Comentario del Auditado: Con la sistematización de los procesos y el uso del expediente electrónico se ha podido lograr un mayor control de las Declaraciones Juradas de Certificación, reduciendo significativamente los errores en las certificaciones procesadas.

- b) Asimismo, se verifica que la Secretaría de Comunicación Social no aplicó la baja definitiva de la orden de publicidad en ninguno de los casos que se produjo la presentación tardía de la DDJJ (posterior a los 20 días hábiles de cumplida la pauta publicitaria), tal como reza impreso al pie de Orden de Publicidad.

En el **Anexo IX** se detallan cada uno de los expedientes donde se han verificado estos incumplimientos discriminados por tipo de contratación y agrupado por proveedor.

5.3.8 Incumplimientos en la presentación de la Declaración Jurada de exclusividad:

En el 27,45% de las contrataciones del tipo exclusividad, en las Declaraciones Juradas de Exclusividad presentadas por los proveedores se observan omisiones, errores e inconsistencias tales como: carecer de fecha, presentación posterior a la emisión de la orden de publicidad, no presentación o suscripción en blanco (sin especificar datos de la contratación), todo ello en violación a lo prescripto por el art. 8° de la Res. 8513-SCS-14⁴². Ver **Anexo X**.

Comentario del Auditado: La ausencia de un sistema informatizado y homologado, y la gran cantidad de contrataciones del año 2015 (más de 12.000 expedientes) en soporte papel, podrían ser las causales de que el control interno resultara insuficiente. En la actualidad, con la sistematización de los procesos y el uso del expediente electrónico se ha permitido un mayor control en el contenido de las declaraciones jurada, reduciendo significativamente los errores en las mismas. En tal sentido, se ha instruido a los planificadores de medios a los fines de que realicen una minuciosa evaluación de la documentación requerida para cada contratación, previa a la caratulación del expediente electrónico y a la emisión de la orden de publicidad.

5.4 Cajas Chicas Comunes. Inconsistencias detectadas.

5.4.1 Secretaría de Comunicación Social:

a) Cajas chicas comunes: La SCS utilizó durante todo el ejercicio 2015 dos (2) Cajas Chicas por un total de \$53.445,52. Del análisis efectuado por el equipo auditor surgen las siguientes observaciones:

OBSERVACIONES	Cantidad	Importe	% / Importe
Factura	2	1.652,92	3,09
Factura - Falta Cond. De venta	6	7.800,00	14,59
Factura ilegible	1	4.368,58	8,17
Al Gobierno de la Ciudad	10	5.728,06	10,72
Al Gobierno de la Ciudad - Falta condición de venta	4	410,00	0,77
Al Gobierno de la Ciudad - Falta N° CUIT	1	50,00	0,09
Al Gobierno de la Ciudad. Falta condición de venta y frente al	1	220,00	0,41
Al Gobierno de la Ciudad. Falta condición frente al IVA	1	110,00	0,21
Ticket	258	33.105,96	61,94
TOTALES	284	53.445,52	100,00

La mayor cantidad de comprobantes fueron tickets emitidos en legal forma por un total de \$33.105,96 que representa un 61,94% del importe total. Asimismo se detectaron compras realizadas en días sábado, domingo y feriados que representan un total de \$6.966,83 equivalente al 13,38% del total de gastos, según el siguiente detalle:

Comentario del Auditado: Se observa que por las funciones propias de la Secretaría, es plausible que se realicen gastos los días sábados, domingos y feriados, respondiendo a la necesidad de personal encargado de la logística inherente a muchas actividades gubernamentales que requieren materiales producidos o contratados por el área. La presente observación será tenida en consideración al momento de realizar en el futuro la correspondiente rendición de fondos.

⁴² Casos donde la selección del adjudicatario se realice de acuerdo a lo establecido en los incs. 4 y 5 del art. 28 de la Ley 2095, el proveedor deberá presentar en forma previa a la entrega por la DGPM de la Orden de Publicidad correspondiente, una Declaración Jurada en donde manifieste poseer un servicio publicitario único y ser el único autorizado a comercializar el mismo.

Proveedor	N° Factura	Fecha	Concepto	Import	Observación
AUTOPISTAS URBANAS S.A.	0237-	25/01/201	Peaje	20,00	Domingo
TEAMTRESCE S.A.	0001-	15/03/201	Lavado de	110,00	Domingo
WANOMO S.A.	0002-	28/03/201	Estacionamiento	80,00	Sábado
DE KURI GRANT S.A.	0001-	28/3/2015	Estacionamiento	84,00	Sábado
TEAMTRESCE S.A.	0003-	29/03/201	Lavado de	110,00	Domingo
GRAZINA PABLO GASTON	0004-	29/03/201	Alimentos	434,00	Domingo
LABATE EZEQUIEL ANTONIO	0001-	02/04/201	Alquiler de cochera	1.350,0	Feriado
SAFE GUILLERMO H	0002-	30/05/201	Vasos térmicos	750,00	Sábado
KIM DIEGO PABLO	0002-	31/05/201	Lavado de	95,00	Domingo
ARCOS DORADOS S.A.	2816-	06/06/201	Alimentos	82,00	Sábado
ULMAN ERNESTO	0001-	06/06/201	Alimentos	55,00	Sábado
SARMIENTO 4000 S.R.L.	0001-	06/06/201	Alimentos	132,00	Sábado
TRESBLU S.A.	0003-	06/06/201	Estacionamiento	110,75	Sábado
KIM DIEGO PABLO	0002-	14/06/201	Lavado de	95,00	Domingo
NORIPÉ S.R.L.	0003-	17/08/201	Alimentos	280,00	Feriado 23 hs
ARCOS DORADOS S.A.	2787-	20/06/201	Alimentos	241,00	Sábado
ARCOS DORADOS S.A.	2788-	20/06/201	Alimentos	58,00	Sábado
DES JUSTO DIEGO Y DES JUSTO	0001-	20/06/201	Estacionamiento	110,00	Sábado
CARNES Y PASTAS	0002-	20/06/201	Alimentos	389,00	Sábado 21,37
ESTACIONAMIENTO PARANA S.R.L.	0001-	20/06/201	Estacionamiento	36,00	Sábado
TGJ S.A.	0006-	20/06/201	Alimentos	209,00	Sábado
SHELL BALBIN	0014-	20/06/201	Combustible	630,08	Sábado
STARBUCKS COFFEE ARGENTINA	0133-	21/06/201	Alimentos	90,00	Domingo
AUTOPISTAS URBANAS S.A.	0084-	21/06/201	Peaje	8,00	Domingo
AUTOPISTAS URBANAS S.A.	0197-	27/06/201	Peaje	8,00	Sábado
FAST FOOD SUDAMERICANA S.A.	0478-	28/06/201	Alimentos	278,00	Domingo
STARBUCKS COFFEE ARGENTINA	0213-	28/06/201	Alimentos	45,00	Domingo
ARCOS DORADOS S.A.	2995-	04/07/201	Alimentos	108,00	Sábado
AUTOPISTAS URBANAS S.A.	0048-	04/07/201	Peaje	8,00	Sábado
STARBUCKS COFFEE ARGENTINA	0168-	05/07/201	Alimentos	54,00	Domingo
ARCOS DORADOS S.A.	2630-	05/07/201	Alimentos	163,00	Domingo
KIM DIEGO PABLO	0002-	05/07/201	Lavado de	95,00	Domingo
MARIA LAURA FERRANDI	0001-	05/07/201	Alimentos	160,00	Domingo
AUTOPISTAS URBANAS S.A.	0086-	09/07/201	Peaje	8,00	Feriado
AUTOPISTAS URBANAS S.A.	0048-	09/07/201	Peaje	8,00	Feriado
ALPA S.A.	0006-	18/07/201	Estacionamiento	78,00	Sábado
DEFAZIO S.A.	0008-	01/08/201	Combustible	300,00	Sábado
KIM DIEGO PABLO	0002-	02/08/201	Lavado de	95,00	Domingo
				6.966,8	13,04%

5.4.2 Dirección de Planeamiento de Medios: La DGPM utilizó durante todo el ejercicio 2015 TRES (3) Cajas Chicas por un total de \$51.657,76. Asimismo, en base a las planillas de rendición de las Cajas Chicas se detectaron compras realizadas en días Sábado, Domingo y Feriados que representan un total de \$5.486,01 equivalente al 10.62% del total de gastos, según el siguiente detalle:

Proveedor	N° Factura	Fecha	Concepto	Importe	Observación
TEAMTRESCE S.A.	0001-00013065	17/02/2015	Estacionamiento	110,00	Feriado
AUTOPISTAS URBANAS S.A.	0094-01917072	28/02/2015	Peaje	8,00	Sábado
GOODWIN S.R.L.	0001-00036157	28/03/2015	Alimentos	165,00	Sábado
TEAMTRESCE S.A.	0003-00003389	12/04/2015	Lavado automotor	110,00	Domingo
ARCOS DORADOS ARGENTINA	2630-00421804	26/04/2015	Alimentos	195,00	Domingo
BORDERS PARKING S.R.L.	0005-00505510	26/04/2015	Estacionamiento	90,00	Domingo
LABATE EZEQUIEL ANTONIO	0001-00000095	02/05/2015	Alquiler de Cocheras	1.350,00	Sábado
AGUAS LINDAS S.A.	0011-00075482	17/05/2015	Almuerzo	946,00	Domingo
KIM DIEGO PABLO	0002-00010384	17/05/2015	Lavado automotor	95,00	Domingo
CAFE DE LA ESQUINA S.R.L.	0001-00391736	13/06/2015	Alimentos	171,00	Sábado

ARCOS DORADOS ARGENTINA	2827-00453387	13/06/2015	Alimentos	145,00	Sábado
AUTOPISTAS URBANAS S.A.	0319-00518396	13/06/2015	Peaje	8,00	Sábado
AUTOPISTAS URBANAS S.A.	0319-00515898	13/06/2015	Peaje	8,00	Sábado
KOWALEWSKI ALEJANDRO	0001-00033400	13/06/2015	Alimentos	271,00	Sábado
ESTACION LIMA S.A.	0019-00180696	19/07/2015	Combustible	555,01	Domingo
KIM DIEGO PABLO	0002-00012112	23/08/2015	Lavado automotor	85,00	Domingo
TERRERO Y SALA S.R.L.	0001-00075315	12/09/2015	Almuerzo	1.078,00	Sábado
STARBUCKS COFFEE	0134-00233465	04/10/2015	Alimentos	96,00	Domingo
TOTAL				5.486,01	10,62%

Comentario del Auditado: Se observa que por las funciones propias de la Secretaría, es plausible que se realicen gastos los días sábados, domingos y feriados, respondiendo a la necesidad de personal encargado de la logística inherente a muchas actividades gubernamentales que requieren materiales producidos o contratados por el área. La presente observación será tenida en consideración al momento de realizar en el futuro la correspondiente rendición de fondos.

5.5 Relacionadas con el monto de las contrataciones efectuadas:

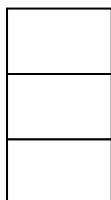
5.5.1 Diferencias detectadas entre lo informado por el organismo y lo efectivamente devengado De acuerdo a lo informado por la Secretaría de Comunicación Social sobre los montos de contrataciones registradas por Jurisdicción durante el ejercicio bajo análisis y los datos de devengados por el SIGAF, surgen diferencias que alcanzan la suma de \$390.433.103,28 tal como surge del siguiente cuadro:

Juri	Descripción	SCS	Devengado	No	%
20	Jefatura de Gobierno	566.489.935,	759.595.374,84	193.105.439,	34,09
21	Jefatura de Gabinete de Ministros	29.091.253,7	29.204.821,53	113.567,79	0,39
26	Ministerio de Justicia y Seguridad	74.877.051,3	77.928.237,77	3.051.186,45	4,07
30	Ministerio de Desarrollo Urbano y Transporte	1.038.988,05	2.628.321,72	1.589.333,67	152,9
35	Ministerio de Ambiente y Espacio Público	0,00	1.546.200,00	1.546.200,00	100,0
40	Ministerio de Salud	19.998.839,5	20.000.639,53	1.799,99	0,01
50	Ministerio de Cultura	58.739.914,5	209.477.673,25	150.737.758,	256,6
55	Ministerio de Educación	20.405.071,8	20.631.546,68	226.474,83	1,11
60	Ministerio de Hacienda	0,00	13.250.720,00	13.250.720,0	100,0
65	Ministerio de Desarrollo Económico	75.611.983,8	76.273.941,11	661.957,30	0,88
68	Ministerio de Modernización	38.574.550,5	64.555.215,63	25.980.665,1	67,35
90	Secretaría de Gestión Comunal y Atención	0,00	168.000,00	168.000,00	100,0
	TOTALES	884.827.588,	1.275.260.692,06	390.433.103,	44,13

Comentario del Auditado: Las diferencias detectadas pueden deberse a 1) diferencias respecto de la afectación definitiva de gastos en diferentes momentos de la consulta del SIGAF, o bien 2) "arrastre" de campañas ordenadas en 2014 pero afectadas contra presupuesto 2015. Respecto de la primera causa, cabe señalar que las cifras de afectación definitiva de SIGAF en la Cuenta de Inversión pueden diferir respecto a consultas obtenidas en momentos anteriores. En el cuadro 22, referido por la Auditoría no consta la fecha de la consulta ni si la última se desprende de la Cuenta de Inversión 2015. Respecto de la segunda causa, es muy probable que en los primeros meses de 2015 se hayan afectado campañas ordenadas y/o cursadas en el 2014, o bien pendientes de certificación al momento de cambio del ejercicio presupuestario y afectadas ex post, tal como se señala en la Observación 5.3.6. Finalmente, se observó que la información sintetizada en el cuadro sobre las diferencias presupuestarias pueda que se deba a imputación efectuada por otras jurisdicciones contra la partida 361.

6 Recomendaciones

- 5.1.1 a) Ajustarse a lo normado por Ley 4013 art 30° Inciso 2.
- 5.1.1 b) Ajustarse a lo normado por Ley 4013 art 30° Inciso 3.
- 5.1.2 Ajustarse a lo establecido en el Decreto 660/GCBA/11.
- 5.1.3 Se deberá realizar un registro de las acciones descriptas en el Programa Presupuestario.
- 5.2.1 Se deberá dar cumplimiento de lo normado en la Resolución N° 19/SECLYT/2013.
- 5.3.1 Dar cumplimiento de lo prescripto en la Resolución 8513-SCS-14 art 2°.
- 5.3.2 Dar cumplimiento de lo prescripto en la Resolución 8513-SCS-14 art 3°.
- 5.3.3 Dar cumplimiento de lo prescripto en la Resolución 8513-SCS-14 art 4°.
- 5.3.4 Dar cumplimiento de lo prescripto en la Resolución 8513-SCS-14 art 6°.
- 5.3.5 Otras irregularidades relacionadas con la información del RIUPP:
 - a) Cumplir con lo estipulado en el art. 21 de la Ley 2095 y decreto reglamentario a los fines de observar la legitimidad y la legalidad de los sujetos contratantes.
 - b) Cumplir con lo estipulado en las Resoluciones 8513/GCBA/14, 196/SECM/2016 y 197/SECM/2016 de la y el art. 7 de la Ley 2095 a los fines de no coadyuvar a la concentración de recursos públicos en pocos medios de comunicación.
- 5.3.6 Cumplir con lo estipulado en el art. 7 de la Resolución 8513/GCBA/2014 y Resoluciones 196/SECM/2016 y 197/SECM/2016.
- 5.3.7 Cumplir con lo estipulado en los arts. 26, 27 y 28 de la Resolución 8513/GCBA/2014 y Resoluciones 196/SECM/2016 y 197/SECM/2016 a los fines de se tenga acreditado de manera fehaciente el cumplimiento de la contratación y posterior control del GCBA.
- 5.3.8 Cumplir con lo estipulado en el art. 8 de la Resolución 8513/GCBA/2014 y Resoluciones 196/SECM/2016 y 197/SECM/2016, a los fines de se



tenga acreditado la exclusividad publicitaria y favorecer el posterior control del GCBA.

- 5.4.1 Deberá tenerse en cuenta los días y horarios de las compras realizadas en la categoría alimentos.
- 5.4.2 Deberá tenerse en cuenta los días y horarios de las compras realizadas en la categoría alimentos.
- 5.5.1 Crear un registro de las contrataciones efectuadas en años anteriores y las que queden pendientes para ejercicios posteriores que impacten en el presupuesto del año vigente.

7 Conclusión

El objeto de la presente auditoría consistió en controlar los aspectos legales⁴³ de los procedimientos seguidos en el proceso de compras y contrataciones de la Secretaría de Comunicación Social durante el ejercicio 2015.

Las observaciones formuladas en el procedimiento aprobado para la realización de las contrataciones, reguladas por la Res. 8513-SCS-/14 dictada por la propia Secretaría de Comunicación Social que además es la Autoridad de Aplicación, incidieron de manera negativa para el desarrollo de la pauta publicitaria del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

A su vez, se han verificado incumplimientos de los objetivos institucionales del programa examinado, de las responsabilidades primarias de la Secretaría de Comunicación Social y de las acciones de las unidades que la integraron. En igual sentido, se ha observado en los expedientes analizados omisiones, inconsistencias y/o documentación insuficiente en las Declaraciones Juradas a los fines de acreditar la certificación del servicio.

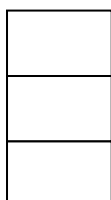
Asimismo, no surge constancia de controles internos, aún en aquellas unidades administrativas específicamente creadas para efectuar los controles de cumplimiento contractual, tanto en cuanto a espacio, duración y repetición.

Por todo ello, se recomienda a la conducción del organismo (hoy Subsecretaría de Comunicación Social) poner especial atención a las observaciones realizadas

⁴³ Conforme artículo 1.6.4 de las Normas Básicas de Auditoría Externa de la Auditoría General de la Ciudad de Buenos Aires: Auditoría Legal: Es el examen dirigido a determinar el grado de cumplimiento, por parte de las entidades, del marco jurídico inherente a su actividad, y en qué medida la referida reglamentación permite que los programas y proyectos del ente se cumplan de manera económica y eficiente. Evalúa también la razonabilidad de la norma y la oportunidad de su aplicación.

como así también tener en consideración las recomendaciones efectuadas. En este último sentido, importa destacar aquellas que orientan el estricto cumplimiento del marco normativo inherente a las contrataciones que realiza.

Como corolario, se destaca la necesidad de contar con una ley que establezca los principios y permita una mejor regulación y creación de mecanismos de contratación y control más eficientes y transparentes en la distribución de la pauta oficial del GCABA e incrementar la capacidad de gestión mediante el fortalecimiento de instrumentos normativos y gerenciales mejorando su desempeño en la elaboración de políticas de comunicación social.



-Anexo I-
-Marco Normativo-

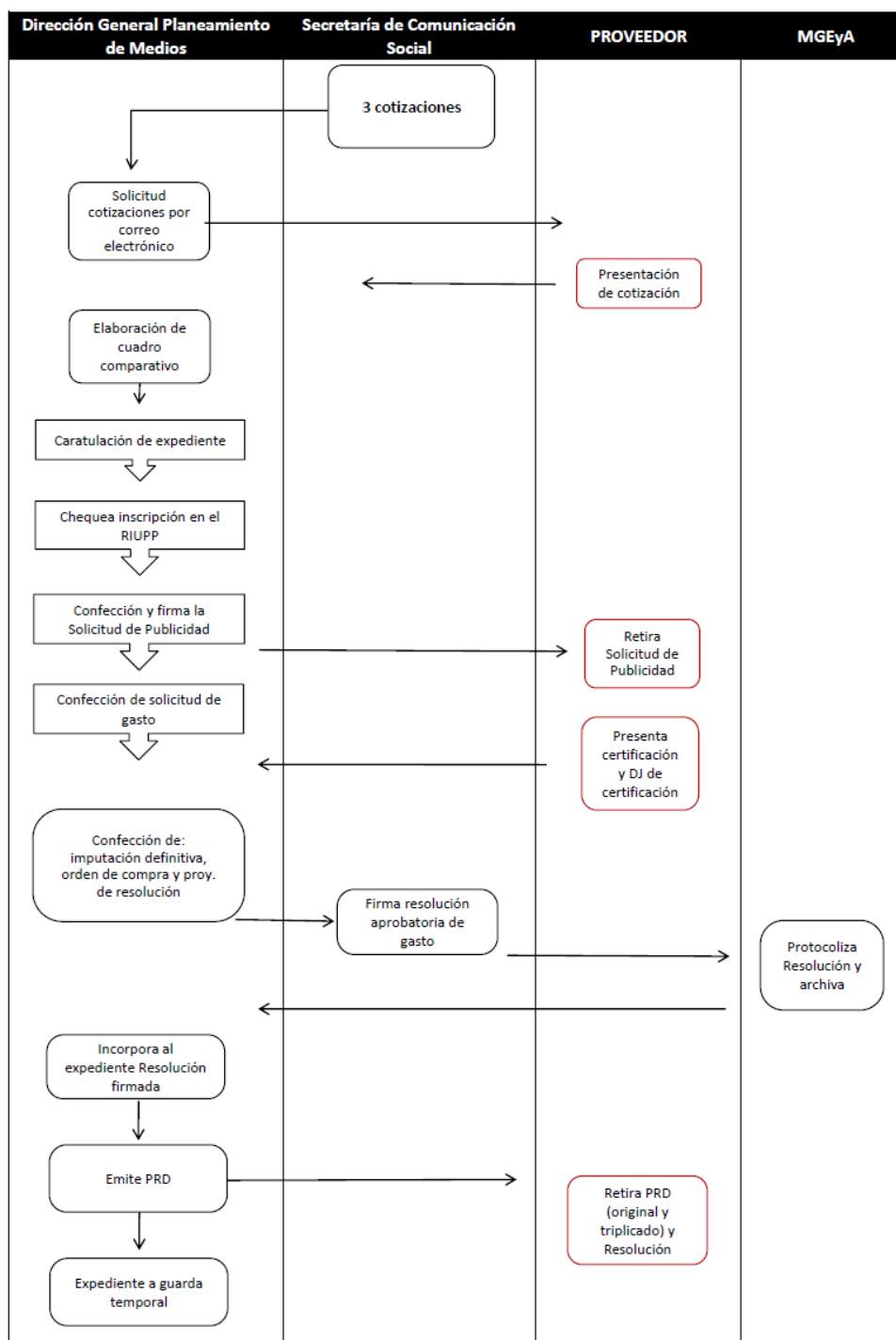
Tipo de Norma	N°	Objeto	Boletín Oficial N°	Fecha
Constitución de la CABA	Art. 135	Auditoría General de la C.A.B.A.		01-10-96
Ley	70	Ley de Sistema de Gestión / Administración Financiera y Control del Sector Público. Artículos 131, 132 y 136	539	29-09-98
Ley	325	Apruébense las normas de la AGCBA	884	18-02-00
Ley	2587	Medios Vecinales	2897	27-03-08
Ley	5239	Presupuesto de la CABA 2015	4550	30-12-14
Ley	3391	Publicidad Oficial de Toda la Administración Pública - Regulación - Vetada Parcialmente	3353	02-02-10
Ley	4013	Ley de Ministerios	3807	07-12-11
Ley	4764	Modificación Ley 2095	4313	08-01-14
Decreto	3-GCABA-15		4554	08-01-15
Decreto	933-GCABA-09	Reglamentación Ley 2587	3288	28-10-09
Decreto	122-GACBA-10	Veto parcial ley 3391	3353	02-02-10
Decreto	660-GCABA-11	Reglamentación Ley 4013	3811	14-12-11
Decreto	176-GCABA-11	Modificación parcial Secretaría de Comunicaciones	3649	25-04-11
Decreto	648-GCABA-11	Designación del Secretario	3814	19-12-11
Decreto	291-GCABA-13	Designación del Director General	4200	24-07-13
Decreto	258-GCABA-14	A partir de su sanción se establece que la Sec. de Comunicación Social conjuntamente con la Dir. Gral. de Compras y Contrataciones del Ministerio de Hacienda dictan el nuevo procedimiento administrativo de contratación y control para espacios de publicidad y producción de material publicitario, en el marco de los incisos 1), 4) y 5) del artículo 28 de la Ley N° 2.095. También designó a la SCS como autoridad de aplicación del presente régimen y se la facultó para dictar las normas complementarias, operativas e interpretativas que fueren necesarias para su mejor aplicación. Deroga Decretos 611/08 y 140/12	4431	04-07-14
Resolución	8513-SCS-14	Procedimiento Administrativo y de control de contrataciones de espacios publicitarios y producción de material publicitario establecido en el Acta Acuerdo.	4483	18-09-14
Resolución	161/AGCBA/2000	Normas Básicas de Auditoría de la CABA		
Resolución	363/AGCBA/2015	Planificación Anual aprobada		
Resolución	605-MMGC-13	Designación Director Operativo Planificación y Control	4215	14-08-13
Resolución	307-MJGGC-11	Designación Subdirección Operativa Seguimiento y Evaluación	3668	20-05-11
Resolución	6600-SCS-11	Medios Vecinales	3735	26-08-11
Resolución	5769-SCS-13	Medios Vecinales	s/d	s/d
Resolución	5925-SCS-13	Medios Vecinales	s/d	s/d
Resolución	10823-SCS-14	Medios Vecinales inscriptos durante 2015.	s/d	s/d

"2018, Año de los Juegos Olímpicos de la Juventud"

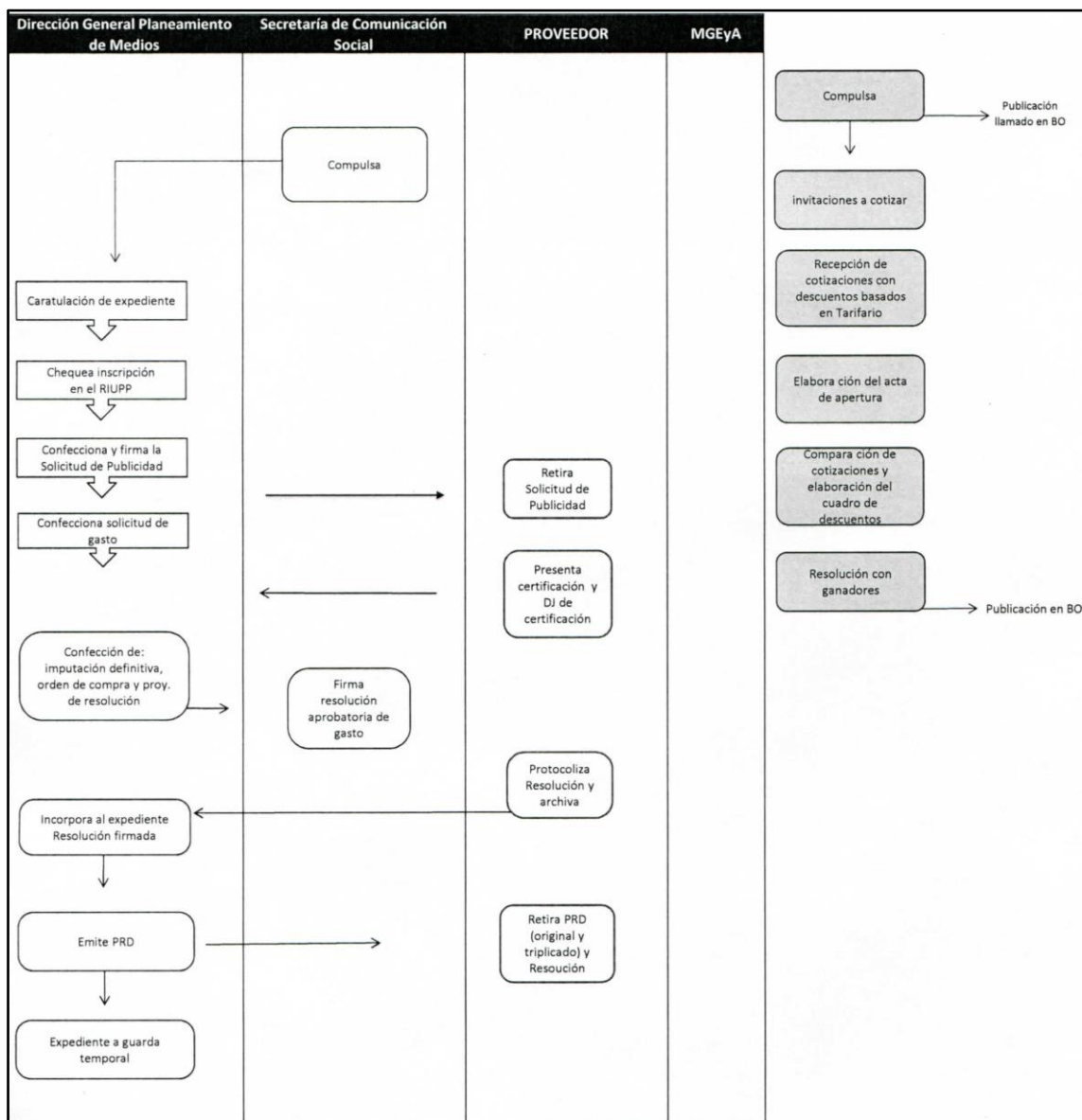
Resolución	19-SECLYT-13	Módulo de Expediente Electrónico del ecosistema SADE.	4269	31-10-13
Resoluciones conjuntas	8-MHGC-MJGGC-SECLYT/11 9-MHGC-MJGGC-SECLYT/11 12-MHGC-MJGGC-SECLYT/11 14-MHGC-MJGGC-SECLYT/11	Aprueban los procedimientos electrónicos de las Compras y Contrataciones para su tramitación por dicho módulo (Expte Electrónico).	3716	29-07-11

-Anexo II-

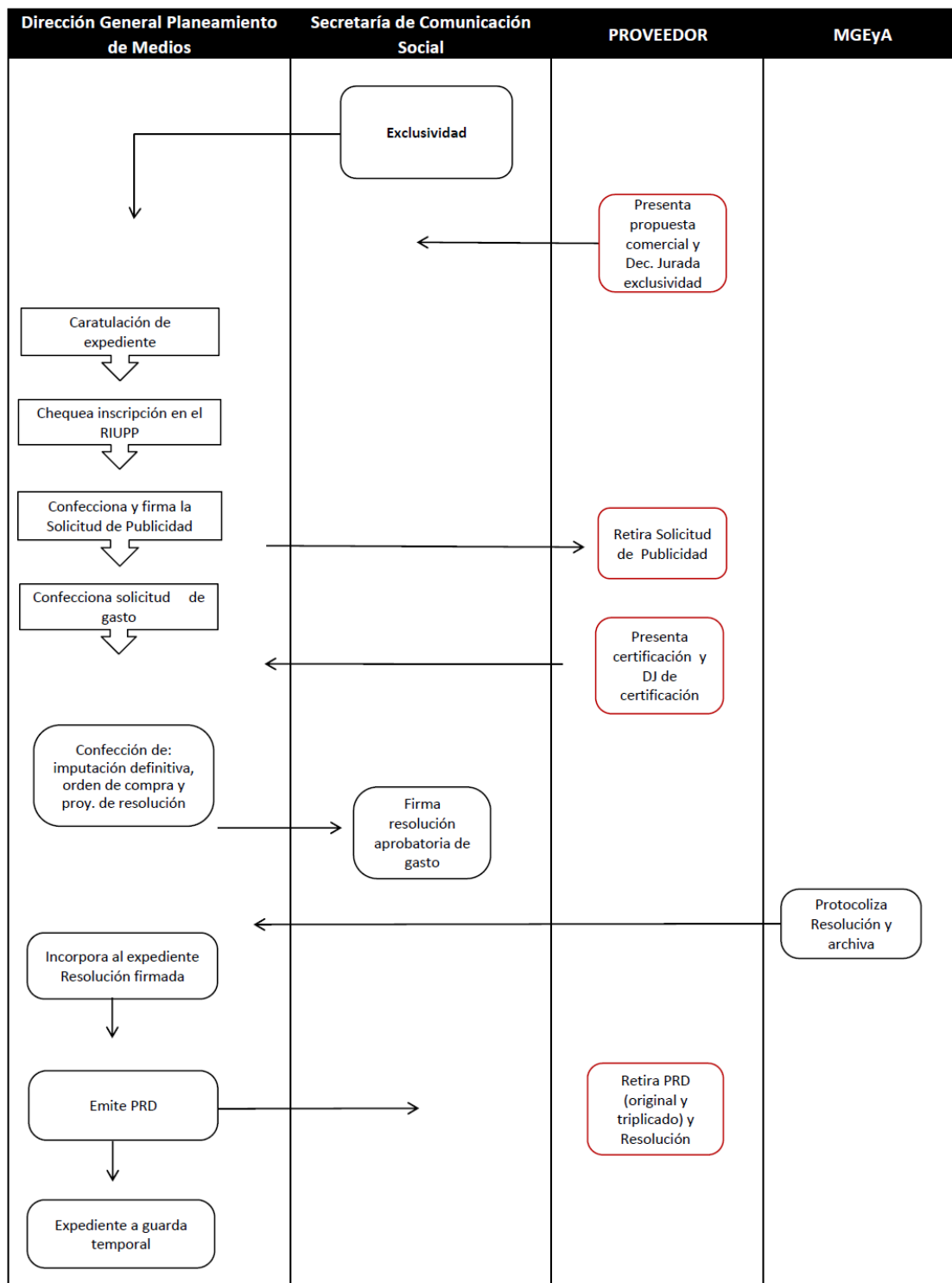
-Flujograma para 3 cotizaciones-



-Flujograma para compulsa-



-Flujograma para exclusividad-



-Anexo III-

Requerimientos de información

SALIDAS			
Nº/Año	Fecha	Destinatario	Objeto
1545/2016	10-08-16	Subsecretaría de Comunicación Social	Comunica inicio de proyecto de auditoría.
1707/2016	08-09-16	Subsecretaría de Comunicación Social	Requerimiento de información.
343/2017	10-02-17	Subsecretaría de Comunicación Social	Requerimiento universo de contrataciones.
471/2017	06-03-17	Subsecretaría de Comunicación Social	Otorga prórroga respuesta Nota 343
481/2017	09-03-17	Dir. Gral. Contaduría General CABA	Requiere listado de la totalidad de las compras y contrataciones Jur. 20, UE 106, Prog. 5 ejercicio 2015.
482/2017	09-03-17	Dir. Gral. OGEPU	Requiere crédito desagregado, evolución (ampliaciones y reducciones con sus respectivos decretos y/o resoluciones).
884/2017	18-04-17	Subsecretaría de Comunicación Social	Solicita poner a disposición del equipo interviniente los expedientes muestreados a fin de realizar su compulsión.
1622/2017	13-07-17	Dir. Gral. Contaduría General CABA	Solicita información sobre inscripción de proveedores en RIUPP e impresión de Consulta de Estado.
1811/2017	03-08-17	Dir. Gral. Compras y Contrataciones	Solicita información sobre inscripción de proveedores en RIUPP e impresión de Consulta de Estado.
2022/2017	24-08-17	Dir. Gral. Compras y Contrataciones	Otorga prórroga respuesta a Nota 1811.
2202/2017	11-09-17	Subsecretaría de Comunicación Social	Solicita información relacionada con la totalidad de expedientes remitidos a distintos juzgados donde tramitan causas penales. Solicita información detallada de dichas causas.

-Anexo IV-

La Ley 3.391 en la que establecía que *"El objeto de la presente ley es regular la producción, el contenido, el gasto, la contratación y la distribución de la Publicidad Oficial de toda la administración pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, así como establecer mecanismos de control con el fin de garantizar la transparencia en el uso de los recursos públicos destinados a tales fines"*⁴⁴.

Asimismo, definía que *"a los fines de la presente Ley se entiende por Publicidad Oficial todo acto de comunicación efectuado por cualquier dependencia u organismo de la administración pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a través de un espacio publicitario gratuito o contratado bajo cualquier modalidad y en cualquier soporte"*⁴⁵.

En su art. 4° establecía los principios rectores que debía observar toda cuestión vinculada con la Publicidad Oficial del Gobierno de la Ciudad, a saber:

- a) Interés general y utilidad pública: la Publicidad Oficial debe ofrecer información de interés general y utilidad pública para los habitantes de la Ciudad y no debe perseguir fin distinto al de lograr el bienestar general de la comunidad.
- b) Transparencia en el proceso de contratación: la asignación de Publicidad Oficial no debe afectar la independencia de los medios de comunicación y el ejercicio de las libertades de información, opinión, expresión y difusión, evitando beneficios o marginaciones fundadas en razones ideológicas, políticas y/o partidarias.
- c) Equidad en la distribución y pluralidad de medios: la Publicidad Oficial debe distribuirse entre los medios de comunicación respetando su pluralidad a través de criterios equitativos.
- d) Razonabilidad de la inversión: debe existir una proporcionalidad entre el objeto de la contratación y el interés público comprometido.
- e) Claridad del mensaje: la Publicidad Oficial debe utilizar un lenguaje de fácil comprensión para la población objetivo.
- f) Eficacia y eficiencia: la Publicidad Oficial debe alcanzar los objetivos propuestos al menor costo posible.

⁴⁴ Art. 1°.

⁴⁵ Art. 2°.

En su artículo 5° definía que la Publicidad Oficial debía servir a los siguientes propósitos:

- a) Informar al público sobre políticas, programas y servicios del Gobierno de la Ciudad en estado de ejecución y que se encuentren efectivamente disponibles para los habitantes. Este Inciso fue vetado.
Fundamentos del veto: “...Que la disposición del inciso a) del artículo 5° introduce una limitación de cuestionable razonabilidad, en tanto exige que la información se refiera a políticas, programas y servicios del Gobierno de la Ciudad en estado de ejecución y que se encuentren efectivamente disponibles para los habitantes, *vedando sin mayor fundamento, entre otras, la información relativa a políticas, programas y servicios que se encuentren en etapas previas...*”⁴⁶.
- b) Informar al público sobre sus derechos y obligaciones.
- c) Fomentar o desalentar un comportamiento social específico en interés de la comunidad.
- d) Promover en el país y en el exterior, la inversión de capitales en la actividad económica y turística de la Ciudad de Buenos Aires.
- e) Informar respecto de conductas a adoptar por los habitantes ante situaciones de emergencia.

Otro aspecto trascendente de la Ley 3.391 se relacionaba con el Plan Anual de Publicidad Oficial previsto en el art. 6°. Los Legisladores entendieron que los tres poderes (Poder Ejecutivo, Poder Legislativo y Poder Judicial) debían enviar a la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en forma anual, un plan estratégico de comunicación para el ejercicio presupuestario entrante, en cual debían detallarse: a) Objetivos de las principales campañas. b) Costos estimativos de esas principales campañas y c) Unidad ejecutora solicitante de la campaña. Este artículo también fue vetado.

Fundamentos del veto: “...Que la prescripción del artículo 6° no indica a qué fines o con qué efectos jurídicos debe realizarse la presentación allí requerida, observándose que no surge del texto normativo proyectado si el órgano legislativo debe o puede aprobar o rechazar el plan estratégico; Que dicha norma implica una indebida intromisión del Poder Legislativo en las incumbencias constitucionales de los restantes poderes, afectando el sistema republicano consagrado por el artículo 1° de la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; Que en el caso del Poder Ejecutivo se restringen, sin sustento constitucional alguno, las atribuciones que le confieren los artículos 102 y 104 de la Ley Fundamental local, que ponen a su cargo la administración de la Ciudad, la planificación general de la gestión, la dirección general de la administración pública y la formulación y dirección de las políticas públicas; Que las disposiciones constitucionales vigentes ya contemplan la intervención legislativa previa al inicio del correspondiente ejercicio presupuestario, en la oportunidad y a los fines establecidos por el artículo 80 inciso 12 de la Constitución local;...”⁴⁷

⁴⁶ Decreto N° 122/GCABA/10 del 25/01/2010.

⁴⁷ Ídem Nota al Pie N° 6.

Continuando con las previsiones de la Ley 3.391 contemplamos que su art. 7° prescribía que los tres Poderes debían presentar ante la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, antes del 30 de junio de cada año, un informe de gestión en materia de comunicación referido al período próximo pasado, en el cual debe detallarse:

- a) Medios con los que se contrató Publicidad Oficial especificando el monto, los descuentos obtenidos, espacios y unidades de medida contratados y a qué campaña corresponden.
- b) En caso que la publicidad no se hubiera contratado en forma directa con el medio, nombre y domicilio de la agencia o agente de publicidad por cuyo intermedio se hayan cursado las respectivas órdenes de emisión, publicación o similares, medio en el que fue emitida y demás ítems mencionados en el inciso a).
- c) Razones que hubiesen motivado el apartamiento del Plan Anual de Publicidad Oficial.

Entre sus prohibiciones (art. 8°), establecía que la Publicidad Oficial no puede:

- a) Incluir el nombre, voz, imagen o cualquier elemento identificable con funcionarios del sector público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Este inciso fue vetado.

Fundamentos del veto: "...Que con respecto a las previsiones del artículo 8°, merece reproche la prohibición de incluir el nombre, voz, imagen o cualquier elemento identificable con funcionarios del sector público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (inciso a);

Que es frecuente que en diversas comunicaciones institucionales se muestren imágenes o voces de funcionarios, con la razonable finalidad de que aquellos que cumplen una función pública rindan cuentas de sus actos a la ciudadanía, y se den así a conocer;

Que es esa una forma de dar cumplimiento a uno de los principios básicos del sistema republicano, como lo es el control público de los actos de gobierno, desprovista de todo tipo de connotación partidaria;

Que ese principio comunicacional se verifica también en otras jurisdicciones de nuestro país, así como en otros países, donde los funcionarios públicos que llevan adelante una gestión pública comunican sus actos de gobierno;

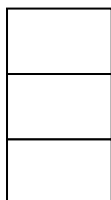
Que desde el aspecto comunicacional, la aparición del funcionario público en especial el electo por la voluntad popular en los mensajes comunicacionales de gobierno, tiene como finalidad la rendición de cuentas permanente al votante acerca de las acciones que realiza en la gestión pública para la cual fue elegido, sobre el cumplimiento del programa de gobierno proyectado;

Que ese tipo de actos comunicacionales acerca la gestión pública a los vecinos y permite que los mismos conozcan el rostro de aquellos que tienen en sus manos la gestión de gobierno, e identifica su accionar público con su persona;"⁴⁸

- b) Incluir frases, símbolos, logos, color y cualquier otro elemento identificable o que induzca a confusión con partidos o agrupaciones políticas. Este inciso fue vetado.

Fundamentos del veto: "...Que asimismo merece observación el inciso b) del artículo 8°, que establece la prohibición de incluir en la publicidad oficial frases, símbolos, colores o elementos que sean identificables o induzcan a confusión con partidos políticos;

⁴⁸ Ídem Nota al Pie N° 6.



Que dicha prescripción avanza sobre competencias originarias del Poder Ejecutivo, de conformidad con los artículos 102 y 104 de la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ya citados;

Que corresponde al Poder Ejecutivo, a través de la Secretaría de Comunicación Social, elaborar y ejecutar el programa de identidad e imagen global de la gestión de gobierno, de carácter hegemónico y transversal, con el propósito de garantizar una clara identificación del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en sus comunicaciones públicas, determinando las pautas para la aplicación de los signos de identidad;

Que resulta improcedente que el Poder Legislativo determine qué elementos o símbolos o signos de comunicación deben prevalecer en los mensajes públicos del Poder Ejecutivo, si aquellos cumplen con la función principal de comunicar a los ciudadanos los mensajes de interés general o servicios a favor de la comunidad;

Que asimismo corresponde destacar que cada administración instituye una impronta de comunicación, y esa imagen, en términos comunicacionales, identifica las acciones de una gestión de gobierno en especial;⁴⁹

- c) Tener como finalidad principal influir en la decisión electoral de la población, ni fomentar la imagen positiva de cualquier funcionario público o del partido o sector gobernante, o la impresión negativa de una persona, sector, organización, agrupación o partido político.
- d) Realizarse en eventos, publicaciones o actividades cuyo objetivo sea la promoción de sustancias psicoactivas, tales como el alcohol, los psicofármacos, las bebidas energizantes y el tabaco.

El art. 9° contenía las limitaciones durante procesos electorales. Establecía que el Gobierno y las restantes dependencias y organismos de la administración pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires no deben emitir publicidad en ningún medio de comunicación durante los treinta (30) días inmediatamente anteriores a la fecha fijada para elecciones de autoridades locales con excepciones relativas a actividad relacionada con la organización y desarrollo de los procesos electorales, actividad publicitaria estrictamente necesaria para el correcto funcionamiento de los servicios públicos, emergencias que pongan en riesgo la salud o la seguridad de la población y eventos culturales, eventos deportivos y promoción de jornadas y congresos de interés público. Este artículo fue vetado.

Fundamentos del veto: "...Que con respecto a las previsiones del artículo 9° del proyecto de Ley bajo análisis, el plazo allí establecido resulta ser excesivo y contrario al estipulado en similares términos por la Ley Nacional N° 26.571, que fija un plazo de quince (15) días de prohibición a la fecha prevista para la realización de las elecciones primarias y la elección general, plazo que aparece como más razonable en relación con la necesidad de comunicar las acciones de gobierno aún en épocas electorales;

Que en este sentido debe destacarse que en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires estas cuestiones se encuentran ya reguladas por la Ley N° 268⁵⁰, que prohíbe durante

⁴⁹ Ídem Nota al Pie N° 6.

⁵⁰ Al respecto, la ley 268 local establece en su art. 3: "*Durante la campaña electoral y hasta finalizado el comicio, el Gobierno de la Ciudad, no podrá realizar propaganda institucional que tienda a inducir el voto. Asimismo no puede promocionarse candidatura alguna con motivo o en ocasión de actividades oficiales.*" El plazo de prohibición entonces, se encuentra regulado en la ley nacional de "Democratización política, la transparencia y la equidad electoral" ley 26571.

el plazo de duración de la campaña electoral la propaganda institucional que tienda a inducir el voto;

Finalmente, también fueron vetados los artículos 15, 16 incisos a) y c), 17 y 18. Los mismos hacían referencia al seguimiento y fiscalización de la Publicidad Oficial, el acceso a la información relacionada con el Plan Anual de Publicidad contemplado en el artículo 6°, el Informe Anual de Ejecución contemplado en el artículo 7° y los registros de Medios de Comunicación y de Agencias de Publicidad, contemplados en los artículos 10° y 11°.

Al respecto en su art. 93 establece: *"Modifícase el artículo 64 quáter del Código Electoral Nacional Ley 19.945, el que queda redactado de la siguiente manera: Artículo 64 quáter: Publicidad de los actos de gobierno. Durante la campaña electoral, la publicidad de los actos de gobierno no podrá contener elementos que promuevan; expresamente la captación del sufragio a favor de ninguno de los candidatos a cargos públicos electivos nacionales. Queda prohibido durante los quince (15) días anteriores a la fecha fijada para la celebración de las primarias, abiertas simultáneas y obligatorias y la elección general, la realización de actos inaugurales de obras públicas, el lanzamiento o promoción de planes, proyectos o programas de alcance colectivo y, en general, la realización de todo acto de gobierno que pueda promover la captación del sufragio a favor de cualquiera de los candidatos a cargos públicos electivos nacionales."* Queda estatuida entonces la prohibición de actos de gobierno en los **15 días anteriores** a la fecha fijada para el acto electoral.

63

-Anexo V-



Buenos Aires Ciudad

Solicitud de Publicidad

Dirección General Planeamiento de Medios
Secretaría de Comunicación Social

Orden de Publicidad N° 07338/15 **Fecha: 04/06/2015**
Actuado N° 18419341/2015
Campaña: Ministerio de Desarrollo Social - Red Social En Todo Estas Vos 2015
Título: Red Social En Todo Estas Vos 2015

Señores:
 [Redacted] CUIT: [Redacted], N° Ente: [Redacted]
 [Redacted] - CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES

PRESENTE
 Solicitamos a Ud. ejecutar la acción publicitaria que se detalla seguidamente:

- Medio:** [Redacted]
- Descripción de la pauta publicitaria:** Ver anexo
- Medida:** Ver anexo
- Precio Bruto:** 2.770.416,00
- Descuentos:** 53,00%
- Importe:** 1.302.095,52
- Condiciones de Pago:** De acuerdo al Decreto N° 440-GCABA/2013 del 29/10/2013.-
- Facturar a:** GCBA-Dirección General de Planeamiento de Medios, CUIT 34-99903208-9, IVA EXENTO
- Domicilio:** Uspallata N°3160 Piso 1°, Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Dejase establecido que la presentación deberá ajustarse exactamente a lo estipulado en la presente Orden de Publicidad. En caso de incumplimiento de lo estipulado en ella, la Administración se reserva el derecho de no aceptar los trabajos realizados.
 La certificación del servicio se documentará mediante la presentación de una Declaración Jurada, la cual será instrumentada de la siguiente forma:

- Producción de material publicitario**
 Se deberá entregar junto con la Declaración Jurada: original y copia del remito oficial firmado (con aclaración o sello) por el personal que recibió los materiales y una muestra del trabajo realizado.
- Publicidad en Vía Pública:**
 Se deberá entregar una Declaración Jurada en la cual conste: período de fijación, campaña y cantidad de afiches.
- Publicidad Gráfica**
 Se deberá entregar junto con la Declaración Jurada: un ejemplar de la publicación correspondiente en el que se encuentre publicado el aviso solicitado en la O. P.
- Publicidad en Cine:**
 Se deberá entregar una Declaración Jurada en la cual conste: campaña, cantidad de avisos, salas y fecha de emisión de los avisos.
- Publicidad en la web:**
 Se deberá entregar junto con la Declaración Jurada: la impresión de la página web en donde figure el banner del G.C.B.A.B.A. correspondiente al período de difusión solicitado.
- Publicidad radial o televisiva:**
 Se deberá entregar una Declaración Jurada en donde conste días y horarios en que fue emitida, cantidad de salidas y la respectiva campaña y adjuntar la certificación de la publicación suscripta por el medio en el cual se emitió la pauta. Cabe señalar que lo que se debe certificar es la emisión de la pauta del G.C.A.B.A. y no la emisión del programa.

Los modelos de Declaraciones Juradas se encuentran disponibles para su descarga en el sitio Web de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (www.buenosaires.gob.ar), en la página de la Dirección General de Planeamiento de Medios. En prueba de conformidad, el proveedor acepta las pautas estipuladas precedentemente y se compromete a efectuar el servicio en los términos establecidos, firmando dos ejemplares de igual tenor.

La certificación de la prestación del servicio deberá ser presentada ante el G.C.A.B.A. dentro de los 20 días hábiles posteriores a su realización. **LA FALTA DE PRESENTACIÓN PROVOCARÁ LA BAJA DEFINITIVA DE LA PRESENTE ORDEN.**

-Anexo VI-

Ranking de los primeros 100 Medios contratados durante el ejercicio 2015 por importe en \$

Rank.	Medio contratado	Tipo de Contratación			Total en \$
		Compulsas	Contrat. Directa	Ley de Medios	
1	VARIOS VÍA PÚBLICA		89.708.167,19		89.708.167,19
2	CANAL 13	56.368.878,50	10.577.820,00		66.946.698,50
3	Dispositivo x m2 - Internacional	46.294.372,94	973.791,00		47.268.163,94
4	PATROCINIOS VARIOS		44.437.400,00		44.437.400,00
5	Dispositivo Digital Internacional	43.883.838,69			43.883.838,69
6	TELEFE	43.461.589,49	112.056,55		43.573.646,04
7	CANAL 9	24.702.517,84	2.659.680,00		27.362.197,84
8	América tv	23.229.822,00	720.461,99		23.950.283,99
9	www.google.com		13.346.885,94		13.346.885,94
10	Dispositivo x m2 - Argentina	9.858.357,60	1.467.209,73		11.325.567,33
11	TN	5.709.885,42	4.414.522,00		10.124.407,42
12	Fox	9.682.741,73			9.682.741,73
13	CLARÍN	9.320.394,60	86.988,96		9.407.383,56
14	www.lanacion.com.ar		8.878.706,54		8.878.706,54
15	CANAL 26	5.511.850,08	2.990.150,00		8.502.000,08
16	www.facebook.com		7.834.930,89		7.834.930,89
17	LA NACIÓN	6.997.117,83	347.039,79		7.344.157,62
18	SPACE	7.326.752,01			7.326.752,01
19	WARNER	7.092.983,06			7.092.983,06
20	AMERICA 24	5.603.635,85	1.475.647,50		7.079.283,35
21	FOX SPORT	3.111.838,45	3.693.179,20		6.805.017,65
22	CLARÍN Zonales		6.614.150,40		6.614.150,40
23	CANAL 4 MISIONES		6.494.064,20		6.494.064,20
24	C5N	5.223.775,71	1.143.629,00		6.367.404,71
25	CRÓNICA TV	6.170.319,02			6.170.319,02
26	Sextuples	6.041.535,95			6.041.535,95
27	www.clarin.com		5.940.484,11		5.940.484,11
28	CN23	5.301.912,12	594.042,30		5.895.954,42
29	TNT	5.481.432,45			5.481.432,45
30	LA RAZÓN	1.810.020,32	3.637.260,00		5.447.280,32
31	ESPN	3.303.646,07	1.687.950,00		4.991.596,07
32	Discovery Channel	4.965.541,57			4.965.541,57
33	ESPN +	4.700.741,11			4.700.741,11
34	E! ENTERTAINMENT	4.516.523,82			4.516.523,82
35	TyC Sports		4.334.541,49		4.334.541,49
36	MITRE	1.663.671,36	2.539.340,75		4.203.012,11
37	www.infobae.com		3.993.000,00		3.993.000,00
38	Nextperience Network		3.952.800,00		3.952.800,00
39	Futbolsites		3.789.895,77		3.789.895,77
40	MILLENIUM	200.049,30	3.374.191,24		3.574.240,54
41	FM 100	2.239.654,94	1.314.381,36		3.554.036,30
42	FX	3.422.647,59			3.422.647,59
43	VARIOS VÍA PÚBLICA		3.207.291,93		3.207.291,93
44	NAT GEO	3.119.965,05			3.119.965,05
45	THC	3.075.150,31			3.075.150,31
46	www.youtube.com		3.065.056,53		3.065.056,53
47	FM Latina 101.1	2.519.328,66	513.566,12		3.032.894,78
48	FM 90.3 Radio Delta	43.560,00	2.829.166,80		2.872.726,80
49	CANAL METRO		2.867.380,00		2.867.380,00
50	www.mercadolibre.com		2.713.923,66		2.713.923,66
51	FM CULTURA	149.834,30	2.503.567,46		2.653.401,76

“2018, Año de los Juegos Olímpicos de la Juventud”

52	Pronto	2.631.778,50			2.631.778,50
53	The Filme Zone	2.592.069,44			2.592.069,44
54	A & E MUNDO	2.543.941,00			2.543.941,00
55	Discovery Home & Health	2.483.037,00	48.985,40		2.532.022,40
56	CRÓNICA MATUTINA	2.506.575,03			2.506.575,03
57	LA RED	1.955.002,32	410.025,88		2.365.028,20
58	PERFIL	2.304.093,40			2.304.093,40
59	RIVADAVIA	694.021,52	1.568.979,32		2.263.000,84
60	ROCK AND POP	2.029.933,03	195.600,00		2.225.533,03
61	Diario de la Salud	2.132.520,23			2.132.520,23
62	ID	2.127.470,85			2.127.470,85
63	AM BELGRANO La 950	630.909,13	1.454.476,95	8.000,00	2.093.386,08
64	CINECANAL	2.028.190,83			2.028.190,83
65	SONY	1.971.578,19			1.971.578,19
66	POPULAR	1.970.989,34			1.970.989,34
67	TLC	1.953.740,97			1.953.740,97
68	CANAL 7	1.931.789,20	21.600,00		1.953.389,20
69	AXN	1.818.655,41			1.818.655,41
70	www.terra.com		1.781.967,61		1.781.967,61
71	LIFE TIME	1.776.824,04			1.776.824,04
72	METRO	1.241.468,72	482.120,00		1.723.588,72
73	www.minutouno.com		1.717.500,00		1.717.500,00
74	DEL PLATA	443.232,68	1.224.395,25		1.667.627,93
75	AMBITO FINANCIERO	1.597.701,44	65.235,94		1.662.937,38
76	Cadena 3- FM 100.5	1.649.881,66			1.649.881,66
77	Los Andes (Mza)		1.613.728,12		1.613.728,12
78	Gente	1.262.368,80	302.500,00		1.564.868,80
79	Fox Life	1.543.424,04			1.543.424,04
80	TBS	1.512.577,06			1.512.577,06
81	CANAL 5 DE ROSARIO	108.416,00	1.386.176,00		1.494.592,00
82	TCM	1.489.514,81			1.489.514,81
83	Tiempo Argentino	1.389.445,24	66.550,00		1.455.995,24
84	america tv	1.446.434,00			1.446.434,00
85	LA PRENSA	1.426.972,92			1.426.972,92
86	I - SAT	1.410.657,93			1.410.657,93
87	EL CRONISTA	1.241.197,92	114.708,00		1.355.905,92
88	CANAL 3 DE ROSARIO		1.343.312,96		1.343.312,96
89	DIARIO OLE	1.146.508,88	167.676,96		1.314.185,84
90	Animal Planet	1.225.486,25			1.225.486,25
91	www.guiaturista.com		1.198.708,01		1.198.708,01
92	www.yahoo.com		1.188.469,20		1.188.469,20
93	RADIO 10	1.179.940,46			1.179.940,46
94	AMÉRICA	737.767,01	432.000,00		1.169.767,01
95	Buenas Ideas	1.161.222,40			1.161.222,40
96	Semanario Noticias Urbanas	1.045.994,70	110.315,64		1.156.310,34
97	El Popular - Olavarria		1.129.423,67		1.129.423,67
98	www.mdzol.com		1.111.500,00		1.111.500,00
99	Diarios Bonaerenses SA		1.090.819,62		1.090.819,62
100	CONTINENTAL	480.890,30	602.379,00		1.083.269,30

-Anexo VII-

Detalle de los expedientes de contrataciones de publicidad examinados

N° Orden	Jurisdicción	N° Expte	Año Expte	N SP	Año SP	Sistema	Contratación
1	20	4502178	2015	2158	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	DIRECTA
2	20	6293625	2015	3182	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	DIRECTA
3	20	16341020	2015	6122	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	DIRECTA
4	20	18375993	2015	6831	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	DIRECTA
5	20	18691178	2015	7737	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	DIRECTA
6	20	18586416	2015	7797	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	DIRECTA
7	20	20614986	2015	8985	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	DIRECTA
8	20	21871216	2015	9567	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	DIRECTA
9	20	22933775	2015	9938	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	DIRECTA
10	20	21711390	2015	10076	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	DIRECTA
11	20	25079862	2015	10770	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	DIRECTA
12	20	25446628	2015	10784	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	DIRECTA
13	68	25882531	2015	10808	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	DIRECTA
14	26	34712679	2015	12654	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	DIRECTA
15	65	36661463	2015	13682	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	DIRECTA
16	20	6579649	2015	4305	2015	GRÁFICOS / REVISTAS	DIRECTA
17	20	1754344	2015	600	2015	PATROCINIO	DIRECTA
18	20	5938222	2015	2525	2015	PATROCINIO	DIRECTA
19	20	5851609	2015	2541	2015	PATROCINIO	DIRECTA
20	20	6375712	2015	3263	2015	PATROCINIO	DIRECTA
21	20	7767148	2015	3961	2015	PATROCINIO	DIRECTA
22	20	7767107	2015	3962	2015	PATROCINIO	DIRECTA
23	20	7799771	2015	3967	2015	PATROCINIO	DIRECTA
24	20	7766995	2015	4133	2015	PATROCINIO	DIRECTA
25	20	13712627	2015	5295	2015	PATROCINIO	DIRECTA
26	20	12532913	2015	5303	2015	PATROCINIO	DIRECTA
27	20	19323307	2015	8042	2015	PATROCINIO	DIRECTA
28	20	20249121	2015	8764	2015	PATROCINIO	DIRECTA
29	55	20687275	2015	8844	2015	PATROCINIO	DIRECTA
30	20	21795202	2015	9421	2015	PATROCINIO	DIRECTA
31	20	21775399	2015	9422	2015	PATROCINIO	DIRECTA
32	68	23830905	2015	10414	2015	PATROCINIO	DIRECTA
33	20	25117954	2015	11049	2015	PATROCINIO	DIRECTA
34	20	23925838	2015	11637	2015	PATROCINIO	DIRECTA
35	26	35583342	2015	13405	2015	PATROCINIO	DIRECTA
36	26	35791054	2015	13414	2015	PATROCINIO	DIRECTA
37	26	35787847	2015	13415	2015	PATROCINIO	DIRECTA
38	26	35791004	2015	13416	2015	PATROCINIO	DIRECTA
39	68	37686695	2015	14254	2015	PATROCINIO	DIRECTA
40	68	37688046	2015	14256	2015	PATROCINIO	DIRECTA
41	20	322267	2015	252	2015	RADIO	DIRECTA
42	68	348084	2015	312	2015	RADIO	DIRECTA
43	68	418952	2015	332	2015	RADIO	DIRECTA
44	20	1761690	2015	614	2015	RADIO	DIRECTA
45	20	1785509	2015	645	2015	RADIO	DIRECTA
46	20	2095067	2015	1020	2015	RADIO	DIRECTA
47	20	2173172	2015	1080	2015	RADIO	DIRECTA
48	65	3940325	2015	1971	2015	RADIO	DIRECTA
49	65	4530211	2015	2194	2015	RADIO	DIRECTA
50	20	6052718	2015	2850	2015	RADIO	DIRECTA
51	20	6081226	2015	2856	2015	RADIO	DIRECTA
52	20	6118363	2015	2911	2015	RADIO	DIRECTA
53	20	6107264	2015	2988	2015	RADIO	DIRECTA
54	20	6348467	2015	3213	2015	RADIO	DIRECTA
55	20	7483681	2015	3963	2015	RADIO	DIRECTA
56	20	7802738	2015	4053	2015	RADIO	DIRECTA

“2018, Año de los Juegos Olímpicos de la Juventud”

57	20	14977175	2015	5687	2015	RADIO	DIRECTA
58	26	16373315	2015	5787	2015	RADIO	DIRECTA
59	20	16316547	2015	5993	2015	RADIO	DIRECTA
60	20	16314034	2015	5995	2015	RADIO	DIRECTA
61	20	17440515	2015	6022	2015	RADIO	DIRECTA
62	20	17877290	2015	7244	2015	RADIO	DIRECTA
N° Orden	Jurisdicción	N° Expte	Año Expte	N SP	Año SP	Sistema	Contratación
63	21	19173164	2015	7474	2015	RADIO	DIRECTA
64	20	18792872	2015	7705	2015	RADIO	DIRECTA
65	20	18910869	2015	7760	2015	RADIO	DIRECTA
66	20	19274447	2015	8128	2015	RADIO	DIRECTA
67	20	19811832	2015	8206	2015	RADIO	DIRECTA
68	20	19928035	2015	8214	2015	RADIO	DIRECTA
69	20	19923425	2015	8254	2015	RADIO	DIRECTA
70	20	21609676	2015	9122	2015	RADIO	DIRECTA
71	20	21611118	2015	9160	2015	RADIO	DIRECTA
72	65	23355706	2015	10168	2015	RADIO	DIRECTA
73	68	32216878	2015	12041	2015	RADIO	DIRECTA
74	68	29720068	2015	12086	2015	RADIO	DIRECTA
75	65	30074679	2015	12137	2015	RADIO	DIRECTA
76	55	32706550	2015	12308	2015	RADIO	DIRECTA
77	20	4089227	2015	2186	2015	TV / ABIERTA	DIRECTA
78	20	10313562	2015	4502	2015	TV / ABIERTA	DIRECTA
79	20	10535981	2015	4580	2015	TV / ABIERTA	DIRECTA
80	26	16385361	2015	5900	2015	TV / ABIERTA	DIRECTA
81	20	17466360	2015	5985	2015	TV / ABIERTA	DIRECTA
82	26	17461252	2015	6091	2015	TV / ABIERTA	DIRECTA
83	26	17448842	2015	6098	2015	TV / ABIERTA	DIRECTA
84	20	17791058	2015	6246	2015	TV / ABIERTA	DIRECTA
85	20	19284347	2015	8089	2015	TV / ABIERTA	DIRECTA
86	20	20151393	2015	8798	2015	TV / ABIERTA	DIRECTA
87	26	21966931	2015	9603	2015	TV / ABIERTA	DIRECTA
88	20	24494061	2015	10461	2015	TV / ABIERTA	DIRECTA
89	68	35593521	2015	13407	2015	TV / ABIERTA	DIRECTA
90	20	1782718	2015	727	2015	TV / CABLE	DIRECTA
91	20	3934239	2015	2061	2015	TV / CABLE	DIRECTA
92	20	3873825	2015	2184	2015	TV / CABLE	DIRECTA
93	20	6052349	2015	2826	2015	TV / CABLE	DIRECTA
94	20	7034188	2015	3671	2015	TV / CABLE	DIRECTA
95	20	7033085	2015	3677	2015	TV / CABLE	DIRECTA
96	20	8268004	2015	4103	2015	TV / CABLE	DIRECTA
97	26	14390553	2015	5454	2015	TV / CABLE	DIRECTA
98	26	17445102	2015	6114	2015	TV / CABLE	DIRECTA
99	20	17864497	2015	6234	2015	TV / CABLE	DIRECTA
100	20	17857291	2015	6471	2015	TV / CABLE	DIRECTA
101	55	18829531	2015	7571	2015	TV / CABLE	DIRECTA
102	20	18790617	2015	7702	2015	TV / CABLE	DIRECTA
103	20	19274843	2015	8114	2015	TV / CABLE	DIRECTA
104	20	19276265	2015	8116	2015	TV / CABLE	DIRECTA
105	68	20616461	2015	8707	2015	TV / CABLE	DIRECTA
106	20	21140469	2015	8890	2015	TV / CABLE	DIRECTA
107	68	21215991	2015	8948	2015	TV / CABLE	DIRECTA
108	68	24347818	2015	10475	2015	TV / CABLE	DIRECTA
109	20	24663957	2015	10541	2015	TV / CABLE	DIRECTA
110	20	25438256	2015	10622	2015	TV / CABLE	DIRECTA
111	21	28802906	2015	11305	2015	TV / CABLE	DIRECTA
112	68	28867968	2015	11798	2015	TV / CABLE	DIRECTA
113	26	28869486	2015	11850	2015	TV / CABLE	DIRECTA
114	68	28871554	2015	11978	2015	TV / CABLE	DIRECTA
115	21	34225966	2015	12541	2015	TV / CABLE	DIRECTA
116	20	38832	2015	162	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
117	20	846088	2015	529	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
118	68	2049181	2015	941	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA

“2018, Año de los Juegos Olímpicos de la Juventud”

119	68	2008581	2015	948	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
120	68	2015887	2015	1001	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
121	68	2048379	2015	1006	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
122	20	2112124	2015	1022	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
123	20	2633842	2015	1130	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
124	20	3122441	2015	1135	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
125	20	3123710	2015	1142	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
126	20	2808375	2015	1186	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
127	20	3056201	2015	1722	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
128	20	3841704	2015	1757	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
N° Orden	Jurisdicción	N° Expte	Año Expte	N SP	Año SP	Sistema	Contratación
129	20	3840679	2015	1761	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
130	20	3856139	2015	1779	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
131	65	3855929	2015	1796	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
132	20	4533585	2015	1847	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
133	20	4525395	2015	1884	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
134	65	5939893	2015	2425	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
135	65	5940134	2015	2428	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
136	65	5939791	2015	2435	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
137	65	5936571	2015	2489	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
138	20	6082399	2015	2827	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
139	20	4634574	2015	2918	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
140	20	5815219	2015	3333	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
141	20	6673960	2015	3709	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
142	20	6749328	2015	3724	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
143	20	7490231	2015	5144	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
144	20	6082625	2015	5171	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
145	20	12489493	2015	5226	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
146	20	12502490	2015	5253	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
147	20	16336028	2015	5539	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
148	20	18215514	2015	6753	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
149	20	19147198	2015	7203	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
150	20	19145828	2015	7210	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
151	20	20689096	2015	8695	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
152	20	20616133	2015	9519	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
153	20	22947200	2015	9999	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
154	20	23355084	2015	10129	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
155	20	22150119	2015	11046	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
156	20	26801827	2015	11048	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
157	26	28789989	2015	11220	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
158	20	28788389	2015	11523	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
159	68	30111413	2015	12033	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
160	20	27611291	2015	12110	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
161	65	34765434	2015	12306	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
162	20	34723580	2015	12622	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
163	20	34723348	2015	12627	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
164	20	35162545	2015	12974	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
165	20	35167574	2015	13104	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
166	20	35165162	2015	13768	2015	VIA PUBLICA	DIRECTA
167	20	417829	2015	363	2015	WEB	DIRECTA
168	20	2012916	2015	933	2015	WEB	DIRECTA
169	20	2010850	2015	946	2015	WEB	DIRECTA
170	21	3944203	2015	1998	2015	WEB	DIRECTA
171	20	5908616	2015	2493	2015	WEB	DIRECTA
172	20	6041948	2015	2785	2015	WEB	DIRECTA
173	20	6118521	2015	2950	2015	WEB	DIRECTA
174	65	6124707	2015	2970	2015	WEB	DIRECTA
175	20	6203876	2015	3283	2015	WEB	DIRECTA
176	20	8258481	2015	3995	2015	WEB	DIRECTA
177	20	8527240	2015	4220	2015	WEB	DIRECTA
178	20	8667163	2015	4264	2015	WEB	DIRECTA
179	20	8666449	2015	4267	2015	WEB	DIRECTA
180	20	8798339	2015	4475	2015	WEB	DIRECTA

"2018, Año de los Juegos Olímpicos de la Juventud"

181	50	12515768	2015	5166	2015	WEB	DIRECTA
182	20	13707457	2015	5365	2015	WEB	DIRECTA
183	26	14680890	2015	5460	2015	WEB	DIRECTA
184	20	14966228	2015	5723	2015	WEB	DIRECTA
185	20	17790964	2015	6221	2015	WEB	DIRECTA
186	20	14382628	2015	6251	2015	WEB	DIRECTA
187	20	17894278	2015	6503	2015	WEB	DIRECTA
188	20	17870979	2015	7388	2015	WEB	DIRECTA
189	20	18621846	2015	7412	2015	WEB	DIRECTA
190	20	18620114	2015	7413	2015	WEB	DIRECTA
191	20	18183586	2015	7415	2015	WEB	DIRECTA
192	40	19238716	2015	7888	2015	WEB	DIRECTA
193	20	19843699	2015	8242	2015	WEB	DIRECTA
194	65	21787848	2015	9330	2015	WEB	DIRECTA
N° Orden	Jurisdicción	N° Expte	Año Expte	N SP	Año SP	Sistema	Contratación
195	40	21797137	2015	9382	2015	WEB	DIRECTA
196	20	22132267	2015	9668	2015	WEB	DIRECTA
197	20	22143359	2015	9683	2015	WEB	DIRECTA
198	20	22245647	2015	9705	2015	WEB	DIRECTA
199	20	22245416	2015	9801	2015	WEB	DIRECTA
200	20	21338493	2015	10382	2015	WEB	DIRECTA
201	20	21339953	2015	10411	2015	WEB	DIRECTA
202	20	23916648	2015	10441	2015	WEB	DIRECTA
203	20	25721576	2015	10481	2015	WEB	DIRECTA
204	20	25106106	2015	10687	2015	WEB	DIRECTA
205	20	26805260	2015	11086	2015	WEB	DIRECTA
206	55	23927478	2015	12212	2015	WEB	DIRECTA
207	55	33468746	2015	12450	2015	WEB	DIRECTA
208	26	34235632	2015	12535	2015	WEB	DIRECTA
209	26	35223129	2015	12826	2015	WEB	DIRECTA
210	21	35249192	2015	12866	2015	WEB	DIRECTA
211	20	36506014	2015	13495	2015	WEB	DIRECTA
212	20	36592091	2015	13655	2015	WEB	DIRECTA
213	20	3839928	2015	3839928	2015	WEB	DIRECTA
214	20	2169454	2015	1125	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	COMPULSA
215	20	3877082	2015	2028	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	COMPULSA
216	65	4579957	2015	2543	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	COMPULSA
217	20	22156036	2015	10573	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	COMPULSA
218	20	6632729	2015	3793	2015	GRÁFICOS / REVISTAS	COMPULSA
219	20	5601900	2015	1167	2015	RADIO	COMPULSA
220	65	6580674	2015	3619	2015	RADIO	COMPULSA
221	20	20167041	2015	8336	2015	RADIO	COMPULSA
222	20	1794999	2015	924	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
223	20	1793573	2015	990	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
224	20	2603688	2015	1175	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
225	20	2603242	2015	1200	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
226	20	3941772	2015	1915	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
227	20	6370313	2015	3521	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
228	65	6575703	2015	3545	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
229	65	6578343	2015	3583	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
230	65	6576284	2015	3592	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
231	20	6580363	2015	3605	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
232	20	6580510	2015	3610	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
233	26	17439816	2015	6053	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
234	20	18419341	2015	7338	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
235	26	18796341	2015	7581	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
236	20	18753149	2015	7713	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
237	26	21969739	2015	9565	2015	TV / ABIERTA	COMPULSA
238	20	3942409	2015	1914	2015	TV / CABLE	COMPULSA
239	20	5818441	2015	2405	2015	TV / CABLE	COMPULSA
240	50	10687257	2015	4713	2015	TV / CABLE	COMPULSA
241	50	10719425	2015	5311	2015	TV / CABLE	COMPULSA
242	20	17498297	2015	6059	2015	TV / CABLE	COMPULSA

"2018, Año de los Juegos Olímpicos de la Juventud"

243	20	17590626	2015	6128	2015	TV / CABLE	COMPULSA
244	20	17855986	2015	6133	2015	TV / CABLE	COMPULSA
245	20	17788154	2015	6143	2015	TV / CABLE	COMPULSA
246	20	18414969	2015	7144	2015	TV / CABLE	COMPULSA
247	20	18973393	2015	7692	2015	TV / CABLE	COMPULSA
248	21	21794302	2015	9482	2015	TV / CABLE	COMPULSA
249	65	26992121	2015	11437	2015	TV / CABLE	COMPULSA
250	55	29477767	2015	12063	2015	TV / CABLE	COMPULSA
251	65	29472469	2015	12446	2015	TV / CABLE	COMPULSA
252	20	2114736	2015	1024	2015	VIA PUBLICA	COMPULSA
253	20	13722089	2015	5196	2015	VIA PUBLICA	COMPULSA
254	50	14679373	2015	5409	2015	VIA PUBLICA	COMPULSA
255	20	16332293	2015	5575	2015	VIA PUBLICA	COMPULSA
256	20	17796712	2015	6297	2015	VIA PUBLICA	COMPULSA
257	20	18692020	2015	7171	2015	VIA PUBLICA	COMPULSA
258	20	22102293	2015	9527	2015	VIA PUBLICA	COMPULSA
259	20	25740764	2015	10940	2015	VIA PUBLICA	COMPULSA
260	65	32206343	2015	12153	2015	VIA PUBLICA	COMPULSA
N° Orden	Jurisdicción	N° Expte	Año Expte	N SP	Año SP	Sistema	Contratación
261	68	34385228	2015	12423	2015	VIA PUBLICA	COMPULSA
262	68	34383090	2015	12474	2015	VIA PUBLICA	COMPULSA
263	65	34725674	2015	12480	2015	VIA PUBLICA	COMPULSA
264	20	1966230	2015	791	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
265	20	1959269	2015	810	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
266	20	1799162	2015	829	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
267	20	1849088	2015	846	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
268	20	1849129	2015	849	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
269	20	1849358	2015	851	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
270	20	3241507	2015	1403	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
271	20	6724444	2015	3368	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
272	20	6750956	2015	3382	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
273	20	6749963	2015	3391	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
274	20	7880643	2015	4889	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
275	20	7853566	2015	4903	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
276	20	7881959	2015	4931	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
277	20	16729217	2015	6418	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
278	20	16731398	2015	6428	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
279	20	16751209	2015	6890	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
280	20	20241536	2015	8371	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
281	20	26753894	2015	11614	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
282	20	26789137	2015	11629	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
283	68	37275927	2015	13889	2015	VECINAL GRAFICA	LEY 2587
284	20	148916	2015	186	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
285	20	1843915	2015	666	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
286	20	3307021	2015	1525	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
287	20	3303906	2015	1532	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
288	20	3299054	2015	1537	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
289	20	3292927	2015	1543	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
290	20	6766532	2015	3455	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
291	20	6751595	2015	3499	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
292	20	7886649	2015	5012	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
293	20	7911661	2015	5020	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
294	20	7912034	2015	5043	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
295	20	12828991	2015	5059	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
296	20	16716245	2015	6671	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
297	20	16715288	2015	6688	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
298	20	16713376	2015	6721	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
299	20	17773254	2015	6921	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
300	20	17767390	2015	6953	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
301	20	17777915	2015	7057	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
302	20	17751654	2015	7071	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
303	20	20352657	2015	8472	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
304	20	20346040	2015	8603	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587

"2018, Año de los Juegos Olímpicos de la Juventud"

305	20	22272251	2015	9858	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
306	20	22225993	2015	9952	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
307	20	26612447	2015	11902	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
308	68	34700428	2015	12128	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
309	68	34698592	2015	12964	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
310	68	34292627	2015	13023	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
311	68	35481342	2015	13065	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
312	68	38722958	2015	13937	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
313	68	38729480	2015	13963	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
314	68	38731901	2015	13978	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
315	68	38733863	2015	13981	2015	VECINAL RADIO	LEY 2587
316	20	95899	2015	64	2015	VECINAL WEB	LEY 2587
317	20	95345	2015	71	2015	VECINAL WEB	LEY 2587
318	20	1805197	2015	869	2015	VECINAL WEB	LEY 2587
319	20	6705706	2015	3156	2015	VECINAL WEB	LEY 2587
320	20	6708675	2015	3181	2015	VECINAL WEB	LEY 2587
321	20	7856195	2015	4866	2015	VECINAL WEB	LEY 2587
322	20	17751499	2015	6873	2015	VECINAL WEB	LEY 2587
323	20	20194282	2015	8385	2015	VECINAL WEB	LEY 2587
324	20	20188952	2015	8406	2015	VECINAL WEB	LEY 2587
325	20	20258723	2015	8585	2015	VECINAL WEB	LEY 2587
326	20	26440565	2015	11731	2015	VECINAL WEB	LEY 2587
N° Orden	Jurisdicción	N° Expte	Año Expte	N SP	Año SP	Sistema	Contratación
327	68	32717890	2015	12772	2015	VECINAL WEB	LEY 2587
328	68	32718671	2015	12783	2015	VECINAL WEB	LEY 2587
329	68	37277287	2015	13835	2015	VECINAL WEB	LEY 2587

Los números de orden que seguidamente se describen hacen referencia a aquellos expedientes que no pudieron ser compulsados por haber sido girados a las actuaciones judiciales descriptas en el acápite 4.6.3.

Nros de Orden: 14-21-22-24-27-30-31-34-35-44-45-51-52-54-59-62-99-140-152-164-165-166-168-219-233-268-

Expedientes seleccionados en reemplazo de los no compulsados.

JUR	N EXP	AÑO EX	N SP	AÑO SP	SISTEMA	IMPORTE	CONTRATACIÓN
20	25734599	2015	10792	2015	GRÁFICOS / DIARIOS	\$ 295.975,68	DIRECTA
20	6577773	2015	3555	2015	PATROCINIO	\$ 200.000,00	DIRECTA
20	6577871	2015	3554	2015	PATROCINIO	\$ 200.000,00	DIRECTA
20	7766935	2015	4124	2015	PATROCINIO	\$ 380.000,00	DIRECTA
20	19323413	2015	8041	2015	PATROCINIO	\$ 300.000,00	DIRECTA
20	21775563	2015	9418	2015	PATROCINIO	\$ 200.000,00	DIRECTA
20	21795045	2015	9427	2015	PATROCINIO	\$ 200.000,00	DIRECTA
20	28867832	2015	11636	2015	PATROCINIO	\$ 450.000,00	DIRECTA
26	35786424	2015	13403	2015	PATROCINIO	\$ 220.000,00	DIRECTA
20	1753896	2015	605	2015	RADIO	\$ 28.939,68	DIRECTA
20	1788993	2014	628	2015	RADIO	\$ 23.302,08	DIRECTA
20	3341576	2015	1649	2015	RADIO	\$ 23.677,92	DIRECTA
20	6083501	2015	2866	2015	RADIO	\$ 28.866,60	DIRECTA
20	8747831	2015	4505	2015	RADIO	\$ 84.234,15	DIRECTA
20	10532195	2015	4714	2015	RADIO	\$ 31.320,00	DIRECTA
20	12182664	2015	4790	2015	RADIO	\$ 25.612,80	DIRECTA
20	19274681	2015	8073	2015	TV / CABLE	\$ 370.477,80	DIRECTA
20	19284802	2015	8074	2015	TV / CABLE	\$ 370.477,80	DIRECTA
20	5938443	2015	2521	2015	VIA PUBLICA	\$ 331.473,00	DIRECTA
20	20615485	2015	9520	2015	VIA PUBLICA	\$ 91.100,00	DIRECTA
20	20140765	2015	12860	2015	VIA PUBLICA	\$ 72.640,00	DIRECTA
20	35165204	2015	13114	2015	VIA PUBLICA	\$ 81.675,00	DIRECTA
20	35167606	2015	13766	2015	VIA PUBLICA	\$ 131.400,00	DIRECTA
20	4026000	2015	1932	2015	WEB	\$ 12.000,00	DIRECTA
26	21969870	2015	9576	2015	TV / ABIERTA	\$ 933.636,00	COMPULSA
20	3198028	2015	1364	2015	VECINAL GRAFICA	\$ 8.792,35	LEY 2587

-Anexo VIII-

Diferencia de días entre la emisión de la orden de publicidad y la confección de la solicitud del gasto.

Tipo de Contratación: EXCLUSIVIDAD				
N°	SP	Fecha SP	Fecha	Cantidad
28	08764/15	22/6/15	27/10/15	127
153	09999/15	31/08/15	22/10/15	52
105	8707/15	31/07/15	24/02/16	208
37	13415/15	28/09/15	12/02/16	137
2	03182/15	20/02/15	24/04/15	63
3	6122/15	10/06/15	17/07/15	37
90	00727/15	26/12/14	24/07/15	210
94	3671/15	31/03/15	01/07/15	92
102	7702/15	30/06/15	05/11/15	128
120	1001/15	30/01/15	12/03/15	41
131	1796/15	27/02/15	28/04/15	60
182	5365/15	01/05/15	20/07/15	80
234	07338/15	04/06/15	10/09/15	98
237	09565/15	12/06/15	16/09/15	96
46	1020/15	02/02/15	13/05/15	100
193	8242/15	09/06/15	26/10/15	139
176	3995/15	30/04/15	20/07/15	81
205	11086/15	11/09/15	28/10/15	47
212	13655/15	29/09/15	04/12/15	66
225	1200/15	30/01/15	07/04/15	67
154	10129/15	31/08/15	23/10/15	53
82	6091/15	25/06/15	14/08/15	50
192	7888/15	01/06/15	09/03/16	282
107	8948/15	31/07/15	23/02/16	207
58	5787/15	29/05/15	10/09/15	104
135	2428/15	31/03/15	21/05/15	51
119	948/15	30/01/15	12/03/15	41
25	5295/15	14/05/15	10/06/15	27
167	363/15	31/12/14	14/04/15	104
174	2970/15	31/03/15	19/05/15	49
98	6114/15	12/06/15	21/08/15	70
111	11305/15	s/d	11/02/16	S/D
159	12033/15	30/09/15	09/03/16	161
96	4103/15	30/04/15	03/07/15	64
108	10475/15	21/08/15	11/02/16	174
177	4220/15	30/04/15	23/09/15	146
187	6503/15	17/05/15	14/07/15	58
169	946/15	31/01/15	21/04/15	80
124	1135/15	15/01/15	20/03/15	64
95	3677/15	31/03/15	01/07/15	92
181	5166/15	15/05/15	29/06/15	45
89	13407/15	30/10/15	09/03/16	131
126	1186/15	30/01/15	06/04/15	66
213	1831/15	01/02/15	17/11/15	289
179	4267/15	30/04/15	29/09/15	152
65	7760/15	30/06/15	05/11/15	128
155	11046/15	15/07/15	06/10/15	83
206	12212/15	16/09/15	18/02/16	155
133	1884/15	13/02/15	26/05/15	102
157	11220/15	30/09/15	11/02/16	134
148	6753/15	02/06/15	01/07/15	29
211	13495/15	07/04/15	04/12/15	241
128	1757/15	27/02/15	14/04/15	46
19	2541/15	20/03/15	15/05/15	56

209	12826/15	10/10/15	18/02/16	131
194	9330/15	31/07/15	25/02/16	209
55	3963/15	06/05/15	23/09/15	140
116	162/15	31/12/14	10/02/15	41
64	7705/15	30/06/15	05/11/15	128
136	2435/15	31/03/15	14/05/15	44
18	2525/15	25/03/15	08/05/15	44
23	3967/15	08/05/15	02/06/15	25
149	7203/15	30/06/15	20/08/15	51
184	5723/15	31/05/15	20/07/15	50
186	6251/15	08/01/15	14/07/15	187
26	5303/15	30/06/15	10/09/15	72
1	2158/15	17/03/15	27/05/15	71
156	11048/15	31/07/15	06/10/15	67
132	1847/15	13/02/15	26/05/15	102
146	5253/15	29/05/15	09/10/15	133
178	4264/15	30/04/15	19/10/15	172
13	10808/15	18/09/15	08/03/16	172
127	1722/15	16/02/15	10/03/15	22
139	2918/15	31/03/15	11/09/15	164
150	7210/15	30/06/15	27/10/15	119
158	11523/15	30/09/15	12/11/15	43
43	3325/15	31/12/14	21/04/15	111
49	2194/15	19/03/15	21/05/15	63
48	1971/15	27/02/15	19/05/15	81
17	600/15	27/02/15	28/04/15	60
118	941/15	30/01/15	13/03/15	42
142	3724/15	31/03/15	16/06/15	77
160	12110/15	13/08/15	30/10/15	78
210	12866/15	10/10/15	18/02/16	131
202	10441/15	08/07/15	21/09/15	75
125	1142/15	15/01/15	20/03/15	64
121	1006/15	30/01/15	20/03/15	49
122	1022/15	31/12/14	08/04/15	98
129	1761/15	27/02/15	17/04/15	49
143	5144/15	30/04/15	07/07/15	68
170	1998/15	10/01/15	24/06/15	165
8	9567/15	19/08/15	13/10/15	55
183	5460/15	31/05/15	03/09/15	95
141	3709/15	31/03/15	08/06/15	69
144	5171/15	23/03/15	02/06/15	71
40	14256/15	s/d	s/d	S/D
76	12308/15	18/09/15	17/02/16	152
110	10622/15	31/08/15	18/11/15	79
115	12541/15	30/09/15	12/02/16	135
199	9801/15	11/08/15	12/11/15	93
123	1130/15	30/12/14	20/03/15	80
162	12622/15	02/09/15	12/11/15	71
63	7474/15	30/06/15	17/02/16	232
207	12450/15	30/10/15	24/02/16	117
203	10481/15	31/08/15	19/01/16	141
161	12306/15	30/10/15	16/02/16	109
163	12627/15	15/09/15	12/11/15	58
208	12535/15	01/11/15	17/02/16	108
47	1080/15	22/01/15	01/07/15	160
145	5226/15	29/05/15	10/07/15	42

"2018, Año de los Juegos Olímpicos de la Juventud"

29	8844/15	08/07/15	25/02/16	232
97	5454/15	29/05/15	27/08/15	90
130	1779/15	27/02/15	01/07/15	124
101	7571/15	30/06/15	22/02/15	237
41	252/15	30/12/14	27/07/15	209
137	2489/15	31/03/15	15/05/15	45
138	2827/15	s/d	13/04/15	S/D
147	5539/15	30/04/15	10/07/15	71
32	10414/15	01/09/15	24/02/15	176
36	13414/15	11/09/15	11/02/15	153
39	14254/15	15/12/15	15/02/16	62
72	10168/15	31/08/15	09/03/16	191
83	6098/15	11/06/15	14/08/15	64
87	9603/15	14/08/15	11/02/16	181
117	529/15	31/12/14	09/02/15	40
16	4305/15	14/05/15	01/07/15	48
20	3263/15	15/04/15	08/05/15	23
33	11049/15	24/09/15	12/01/16	110
134	2425/15	31/03/15	21/05/15	51
175	3283/15	19/03/15	01/06/15	74
195	9382/15	31/07/15	17/02/16	201
200	10382/15	02/06/15	16/09/15	106
201	10411/15	08/07/15	23/09/15	77

38	13416/15	08/07/15	11/02/15	218
42	312/15	01/01/15	21/04/15	110
80	5900/15	29/05/15	21/08/15	84
B	4124/15	21/04/15	18/05/15	27
C	8041/15	08/05/15	07/09/15	122
D	9427/15	16/07/15	12/11/15	119
E	9520/15	31/07/15	16/09/15	47
J	3555/15	10/04/15	13/05/15	33
K	4505/15	05/03/15	03/07/15	120
L	11636/15	09/10/15	12/11/15	34
N	605/15	s/d	17/06/15	S/D
Ñ	1649/15	s/d	18/06/15	S/D
O	1866/15	s/d	13/07/15	S/D
P	4714/15	s/d	23/06/15	S/D
Q	4790/15	s/d	03/09/15	S/D
R	2521/15	s/d	09/04/15	S/D
S	12860/15	s/d	16/11/15	S/D
T	13114/15	24/09/15	24/09/15	0
U	13766/15	s/d	09/12/15	S/D
V	3554/15	s/d	13/05/15	S/D

3 Cotizaciones				
Nº Orden	SP	Fecha SP	Fecha Solicitud Gasto	Cantidad de Días
112	11798/15	10/09/15	07/03/16	179
86	8798/201	06/07/15	09/10/15	95
109	10541/20	21/08/15	23/11/15	94
113	11850/20	11/09/15	04/03/16	175
189	07412/20	21/08/15	21/08/15	0
77	02186/20	21/01/15	14/05/15	113
173	02950/20	31/01/15	01/06/15	121
172	02785/20	01/02/15	15/06/15	134
190	7413/201	01/05/15	21/08/15	112
196	9668/201	30/06/15	07/10/15	99
60	5995/15	08/04/15	31/07/15	114
79	4580/15	17/04/15	05/08/15	110
191	7415/15	01/05/15	21/08/15	112
106	8890/15	06/07/15	26/10/15	112
5	7737/15	30/04/15	24/08/15	116
88	10461/15	27/08/15	27/08/15	0
4	6831/15	01/04/15	27/07/15	117
53	2988/15	30/01/15	15/06/15	136
6	7797/15	04/05/15	24/08/15	112
61	8206/15	18/06/15	09/09/15	83
85	8089/15	15/06/15	21/09/15	98
104	8116/15	19/06/15	10/09/15	83
12	10784/15	31/07/15	23/11/15	115
50	2850/15	30/01/15	10/06/15	131
75	12137/15	31/08/15	07/03/16	189
103	8114/15	12/06/15	09/09/15	89
70	9122/15	02/07/15	28/09/15	88
78	4502/15	23/04/15	05/08/15	104
197	9683/15	30/06/15	08/10/15	100

81	5985/15	15/05/15	09/09/15	117
185	6221/15	30/03/15	27/07/15	119
92	2184/15	15/01/15	07/05/15	112
198	9705/15	30/06/15	06/10/15	98
93	2826/15	10/02/15	16/06/15	126
171	2493/15	01/01/15	28/04/15	117
71	9160/15	02/07/15	28/09/15	88
100	6471/15	19/05/15	24/08/15	97
114	11978/15	10/09/15	08/03/16	180
56	4053/15	16/03/15	07/07/15	113
84	6246/15	15/05/15	10/09/15	118
91	2061/15	20/01/15	08/05/15	108
69	8254/15	18/06/15	15/09/15	89
73	12041/15	31/08/15	08/03/16	190
67	8206/15	18/06/15	09/09/15	83
74	12086/15	31/08/15	07/03/15	189
7	8985/15	15/06/15	07/09/15	84
188	7388/15	30/04/15	24/08/15	116
68	8214/15	19/06/15	09/09/15	82
9	9938/15	03/07/15	01/10/15	90
10	10076/15	03/07/15	30/09/15	89
11	10770/15	31/07/15	10/11/15	102
15	13682/15	31/08/15	26/02/16	179
57	5687/15	17/04/15	04/08/15	109
66	8128/201	18/06/15	09/09/15	83
180	4475/15	28/02/15	17/06/15	109
204	10687/15	31/07/15	10/11/15	102
F	10792/15	17/08/15	16/11/15	91
G	8074/15	15/06/15	09/09/15	86
LL	8073/15	30/06/15	S/D	S/D

“2018, Año de los Juegos Olímpicos de la Juventud”

Compulsa				
N° Orden	SP	Fecha SP	Fecha Solicitud Gasto	Cantidad de Días
215	02028/15	10/02/15	06/05/15	85
236	7713/15	19/06/15	23/07/15	34
253	5196/15	30/04/15	10/07/15	71
227	03521/15	24/03/15	01/07/15	99
238	1914/15	27/02/15	20/04/15	52
258	9527/15	15/07/15	23/09/15	70
218	03793/15	28/04/15	05/06/15	38
229	3583/15	31/03/15	21/05/15	51
220	03619/15	31/03/15	20/05/15	50
250	12063/15	07/10/15	29/02/16	145
236	7713/15	19/06/15	23/07/15	34
245	6143/15	15/05/15	14/07/15	60
151	8695/15	31/07/15	21/09/15	52
257	7171/15	29/05/15	23/07/15	55
240	4713/15	30/04/15	30/06/15	61
248	9482/15	10/08/15	12/02/16	186
247	7692/15	05/06/15	23/07/15	48
235	7581/15	18/06/15	19/08/15	62
223	990/15	21/01/15	06/04/15	75
262	12474/15	15/10/15	16/02/16	124
259	10940/15	14/08/15	12/11/15	90
230	3592/15	30/03/15	21/05/15	52
252	1024/15	09/01/15	14/04/15	95
256	6297/15	15/05/15	17/07/15	63

261	12423/15	15/10/15	16/02/16	124
263	12480/15	15/10/15	19/02/16	127
260	12153/15	19/09/15	22/02/16	156
254	5409/15	30/04/15	22/06/15	53
222	924/15	21/01/15	15/04/15	84
231	3605/15	31/03/15	01/06/15	62
232	3610/15	07/04/15	03/07/15	87
241	6311/15	04/06/15	30/06/15	26
255	5575/15	30/04/15	10/07/15	71
239	2405/15	07/04/15	16/10/15	192
228	3545/15	17/03/15	21/05/15	65
216	2543/15	18/03/15	04/05/15	47
244	6133/15	15/05/15	28/07/15	74
249	11437/15	30/09/15	28/02/15	151
242	6059/15	15/05/15	14/07/15	60
224	1175/15	30/01/15	12/03/15	41
246	7144/15	02/06/15	04/12/15	185
243	6128/15	15/05/15	14/07/15	60
217	10573/15	10/09/15	27/10/15	47
221	8336/15	20/07/15	14/08/15	25
214	1125/15	05/01/15	14/04/15	99
251	12446/15	14/10/15	28/02/16	137
226	1915/15	27/02/15	16/06/15	109
M	9576/15	08/06/15	16/09/15	100

Medios Vecinales				
N° Orden	SP	Fecha SP	Fecha Solicitud Gasto	Cantidad de Días
315	13901/2015	11/12/15	07/03/16	87
288	1537/2015	01/03/15	04/05/15	64
284	186/2015	01/01/15	10/02/15	40
279	6890/2015	01/06/15	13/10/15	134
275	4903/2015	01/05/15	30/09/15	152
281	11614/2015	01/09/15	30/12/15	120
293	5020/2015	01/05/15	27/10/15	179
282	11629/2015	01/09/15	30/12/15	120
294	05043/2015	01/05/15	29/09/15	151
277	06418/2015	25/06/15	28/09/15	95
269	00851/15	01/02/15	13/04/15	71
292	05012/15	01/05/15	29/09/15	151
298	6721/15	01/06/15	02/10/15	123
323	08385/15	31/07/15	27/10/15	88
305	09858/15	03/09/15	30/12/15	118
287	1532/15	01/03/15	04/05/15	64
289	1543/15	01/03/15	06/05/15	66
313	13963/15	11/12/15	10/03/16	90
328	12783/15	01/10/15	07/03/16	158
283	13889/15	11/12/15	11/03/16	91
308	13128/15	01/10/15	04/04/16	186
316	00064/15	01/01/15	04/02/15	34
302	7071/15	30/06/15	13/10/15	105
296	6671/15	01/06/15	01/06/15	0
301	7057/15	30/06/15	09/10/15	101
286	1525/15	01/03/15	07/05/15	67
299	6921/15	30/06/15	13/10/15	105

306	9952/15	01/08/15	30/11/15	121
329	13835/15	11/12/15	11/03/16	91
265	810/15	01/02/15	13/04/15	71
280	8371/15	01/07/15	10/11/15	132
304	8603/15	01/07/15	02/11/15	124
312	13937/15	11/12/15	09/03/16	89
285	0666/15	30/01/15	13/04/15	73
273	3391/15	01/04/15	14/05/15	43
271	3368/15	01/04/15	22/05/15	51
290	3455/15	21/04/15	21/05/15	30
303	8472/15	01/07/15	10/11/15	132
311	13065/15	01/10/15	09/03/16	160
314	13978/15	11/12/15	21/03/16	101
327	12772/15	01/10/15	04/03/16	155
264	791/15	01/02/15	09/04/15	67
266	829/15	01/02/15	13/04/15	71
267	846/15	01/02/15	13/04/15	71
270	1403/15	26/02/15	20/05/15	83
272	3382/15	01/04/15	14/05/15	43
274	4889/15	01/05/15	08/06/15	38
276	4931/15	28/05/15	16/06/15	19
278	6428/15	25/06/15	01/10/15	98
291	3499/15	01/04/15	22/05/15	51
295	5059/15	01/05/15	04/06/15	34
297	6688/15	01/06/15	02/10/15	123
300	6953/15	30/06/15	13/10/15	105
307	11902/15	01/09/15	30/12/15	120
309	12964/15	01/10/15	07/03/16	158
317	71/15	01/01/15	04/02/15	34
318	869/15	01/02/15	09/04/15	67
319	3156/15	01/04/15	22/05/15	51

"2018, Año de los Juegos Olímpicos de la Juventud"

320	3181/15	01/04/15	04/06/15	64
321	4866/15	01/05/15	01/10/15	153
322	6873/15	01/06/15	02/10/15	123
324	8406/15	31/07/15	10/11/15	102
325	8585/15	03/08/15	27/10/15	85

326	11731/15	01/09/15	13/01/16	134
310	13023/15	01/10/15	07/03/16	158
I	1364/15	26/02/15	24/04/15	57

-Anexo IX-

Exclusividad						
Proveedor Contratada	N° de orden muestra	N° de Expediente	Objeto del Contrato	Campaña	Importe \$	Observación
ACBA S.A.	139	4634574/15	Cartelería Autódromo.	Secretaría de Comunicación Social Campañas Varias - Institucional	55.200,00	- La Orden de Publicidad no está suscripta por el Proveedor. - La DDJJ de exclusividad no tiene fecha. - La DDJJ de certificación está firmada y en blanco. - Las fotografías adjuntadas con la DDJJ de certificación son las mismas que las presentadas en la propuesta comercial. - La solicitud del gasto se realiza 164 días después de la emisión de la orden de publicidad.
	121	2048378/15	Cartelería Autódromo.	Ministerio de Modernización - BA Evoluciona - Innovación	55.200,00	- La Orden de Publicidad no está suscripta por el Proveedor. - La DDJJ de exclusividad no tiene fecha. - La DDJJ de certificación está firmada y en blanco. - Las fotografías adjuntadas con la DDJJ de certificación son las mismas que las presentadas en la propuesta comercial. - La solicitud del gasto se realiza 49 días después de la emisión de la orden de publicidad. La pauta certificada (BA En todo estás vos) difiere de la contratada (Campaña BA Evolucion - Innovación).
Latin American Communication S.A.	147	16336028/15	Exhibición en 55 dispositivos de 1,19 x 1,74 mts mobiliario urbano ciudad de Veracruz, México durante mayo 2015.	Ministerio de Cultura y Turismo JJOO de la Juventud Internacional	432.000,00	- No obra presentación de la propuesta comercial. - No obra presentación DDJJ de exclusividad. - La DDJJ de certificación no tiene fecha, ni precisa la cantidad de exhibidores contratados. Solo se certifica 17 dispositivos cuando lo contratado eran 55.
Alberdi María Alejandra	127	3056201/15	1 kit de remeras ojotas lona y bolsa playera	Jefatura de Gabinete de Ministros Bs. As. Playa 2015	407.800,25	- La propuesta comercial es por 1.200 kits completos. La orden de publicidad es por un kit. - La DDJJ de exclusividad es concomitante a la fecha de emisión de la orden de publicidad. - La documentación acompañada con la DDJJ de certificación no exhibe el kit contratado. No obra constancia del remito oficial firmado que acredite la recepción del material publicitario realizado. - La campaña es Bs. As. Playa 2015. La fecha de entrega es del 1 de marzo de 2015. - La solicitud del gasto se realiza 22 días después de la emisión de la orden de publicidad.
Arte Radiotelevivo Argentino S.A.	83	17448842/15	Canal 13 - El Diario de Mariana - barrida de hasta 15' y mención artística x programa 12,16,18,22 y 26 Junio 15	Ministerio de Justicia y Seguridad Boleta Única Electrónica	235.950,00	- La orden de publicidad no está suscripta por el proveedor. - La DDJJ de exclusividad es presentada sin fechar. - La DDJJ de certificación es presentada sin fechar. - La certificación del medio donde se emite la pauta contratada está incompleta y suscripta por el apoderado del proveedor sin acompañar print de emisión como en general dicho medio certifica. - La solicitud del gasto se realiza 64 días después de la emisión de la orden de publicidad.

	87	21966931/15	Almorzando con Mirta Legrand 16 y 23 Agosto 2015	Ministerio de Cultura - Festivales BA - Tango '15	135.520,00	• La orden de publicidad no está suscripta por el proveedor. • La DDJJ de exclusividad es presentada sin fechar. • La DDJJ de certificación es presentada sin fechar. • La certificación del medio donde se emite la pauta contratada está incompleta y suscripta por el apoderado del proveedor sin acompañar print de emisión como en general dicho medio certifica. • La solicitud del gasto se realiza 181 días después de la emisión de la orden de publicidad.
Compañía General de Producciones S.A.	174	6124707/15	www.diarioveloz.com.ar	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquiler se puede	60.000,00	• La DDJJ de exclusividad está fechada al inicio de la emisión de la pauta contratada. • La solicitud del gasto se realiza 49 días después de la emisión de la orden de publicidad. • No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada por cuanto la fotocopia adjuntada con la DDJJ de certificación no permite identificar el sitio web ni fecha de publicación.
	203	25721576/15	www.diarioveloz.com.ar	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde - Separación de Residuos	60.000,00	• La descripción de la pauta publicitaria contratada en la orden de publicidad difiere de la propuesta comercial presentada por el proveedor. Según la OP se contrata la difusión de actividades del GCABA en auspicios durante el mes de septiembre de 2015 con un spot de apertura y cierre por programa. No describe qué spot ni su duración. La propuesta comercial presentada por el proveedor es por un banner de 300x250 en el home principal de www.diarioveloz.com. • La solicitud del gasto se realiza 141 días después de la emisión de la orden de publicidad. • No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada por cuanto la fotocopia adjuntada con la DDJJ de certificación no permite identificar el sitio web y carece de fecha.
Comunidad Virtual S.A.	115	34225966/15	CN 23	Ministerio de Desarrollo Social - Red Social En Todo estás Vos 2015 ETEV Destino	556.042,30	• La orden de publicidad no está suscripta por el proveedor. • La solicitud del gasto se realiza 135 días después de la emisión de la orden de publicidad. • No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada. La certificación del medio donde se emitió la pauta no se encuentra firmada por responsable alguno del mismo.
DAX Grupo Creativo SRL	208	34235632/15	www.haceinstantes.net	Ministerio de Desarrollo Social - Red Social En Todo estás Vos 2015	51.600,00	• La DDJJ de exclusividad es presentada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada, sin indicar orden de publicidad y suscripta por persona diferente de la consignada en la misma. • La documentación presentada con la DDJJ de certificación certifica una campaña diferente a la contratada. En lugar de la campaña “Red Social En Todo Estas Vos”, acompaña un banner de “Ciudad Verde”. • La solicitud del gasto se realiza 108 días después de la emisión de la orden de publicidad. • La campaña emitida en el sitio web no se corresponde con la contratada en la orden de publicidad.
Estatic S.A.	119	2008581/15	Por la exhibición de material publicitario del GCBA en 40 dispositivos transluminados en el interior de vagones de subte durante el 1 al 28 de febrero de 2015.	Ministerio de Modernización - BA Evoluciona - Innovación	157.300,00	• La orden de publicidad no está suscripta por el proveedor. • La DDJJ de exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta publicitaria. • Ni la propuesta comercial ni la orden de publicidad especifican qué líneas de las que integran la red subterráneos de la CABA.

						• La solicitud del gasto se realiza 41 días después de la emisión de la orden de publicidad. • No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada. No se acompaña certificación de Subterráneos de Buenos Aires SE y la documentación (fotografías) que adjunta no permite asegurar el cumplimiento cabal del contrato.
	118	2049181/15	86 carteles transiluminados en la red subterránea 1 al 28 febrero 2015	Ministerio de Modernización - BA Evoluciona - Innovación	268.891,04	• La orden de publicidad no está suscripta por el proveedor. • La DDJJ de exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta publicitaria. • Ni la propuesta comercial ni la orden de publicidad especifican qué líneas de las que integran la red subterráneos de la CABA. • La solicitud del gasto se realiza 42 días después de la emisión de la orden de publicidad. • La documentación adjuntada con la DDJJ de certificación solo acredita 12 de los 86 carteles.
F2F Global S.A.	96	8268004/15	FOX Sport - Live Road Auspicios spot apertura y cierre por programa Mayo 2015	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquiler se puede.	10.625,00	• La orden de publicidad no está suscripta por el proveedor. • La DDJJ de certificación es presentada sin fechar. No especifica la orden de publicidad, ni los días, horarios, cantidad salidas y campaña contratada. • La solicitud del gasto se realiza 64 días después de la emisión de la orden de publicidad. • La certificación del medio acompañada con la DDJJ de certificación no especifica la campaña contratada (Alquilar se puede).
Fachaleo SRL	25	13712627/15	Por la difusión de actividades realizadas por el GCABA en el Evento Utopians - Teatro Vorterix. Incluye difusión de logo institucional en afiches de vía pública y en programa de mano. Incluye exhibición de banners de pie en el hall de entrada.	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde	200.000,00	• La orden de publicidad no está suscripta por el proveedor. • La DDJJ de exclusividad es presentada sin fechar. • La propuesta comercial no describe la cantidad de programas de mano y de afiches y banners. • La orden de publicidad no refleja con exactitud la propuesta comercial al no mencionar estaciones de subterráneo. • La solicitud del gasto se realiza 27 días después de la emisión de la orden de publicidad.
FEG Entretenimientos SA	18	5938222/15	Difusión de la imagen institucional del GCABA en Show La Era del Hielo en la Rural 26 y 27 marzo y 1 de abril de 2015. Presencia mediante cartelería, emisión de spot en pantallas. Se distribuirá folletería entre los presentes.	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde	360.000,00	• La orden de publicidad no está suscripta por el proveedor. • La DDJJ de exclusividad es presentada sin consignar el número de orden de publicidad. • La descripción de la pauta publicitaria en la orden de publicidad es genérica y no establece cuantos carteles, cantidad de spots y de pantallas, no detalla cantidad ni tipo de folletería. • La solicitud del gasto se realiza 44 días después de la emisión de la orden de publicidad.
	39	37686695/15	Recital de Cultura Profética. Luna Park 16/12/15	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde - Separación de Residuos	400.000,00	• La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. • La DDJJ de exclusividad está suscripta con fecha posterior a la realización del patrocinio contratado y no detalla a qué orden de publicidad hace referencia. • La propuesta comercial está firmada sin aclaración e incompleta al no identificar el número de orden de publicidad. • La DDJJ de certificación es incompleta. No identifica la orden de publicidad que certifica. • La solicitud del gasto se realiza 62 días después de la emisión de la orden de publicidad.

	L	28867832/15	Club Media Fest en la Rural el 11/10/15	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde - Ciudad Verde - Separemos los reciclables	450.000,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de exclusividad está suscripta con fecha posterior a la realización del patrocinio contratado. - La propuesta comercial no tiene fecha y no especifica cantidad de spots en pantalla ni cantidad de folletería a distribuir. - La DDJJ de certificación es incompleta ya que no identifica la orden de publicidad que certifica. - La solicitud del gasto se realiza 34 días después de la emisión de la orden de publicidad.
Ferias y Exposiciones Argentinas S.A. S.A. La Nación UTE	125	3123710/15	Dispositivo de 3,51 x 2,98 en Aeroparque desde 16 enero al 15 febrero 2015	Ministerio de Cultura - Turismo - BA Más Linda	67.913,95	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de certificación certifica una campaña diferente a la pauta ("JOO de la Juventud Nacional" en lugar de "BA Más linda"). - La solicitud del gasto se realiza 64 días después de la emisión de la orden de publicidad. - La documentación adjunta con la DDJJ de certificación exhibe una fotografía diferente a la campaña contratada.
	29	20687275/15	Feria Caminos y Sabores 9 a 12 de julio Predio La Rural	Vice jefatura de Gobierno - Dirección General Desarrollo Saludable - Estaciones saludables	425.000,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de exclusividad tiene fecha posterior a la emisión de la orden de publicidad. - La solicitud del gasto se realiza 51 días después de la emisión de la orden de publicidad. - La certificación de la emisión de la pauta tiene fecha incompleta y en la documentación agregada no se aprecia el logo del GCBA pautado. Tampoco se acredita documentación relativa a la exhibición de material relativo a la campaña "Estaciones Saludables".
Forwork SRL	117	846088/15	Por la fijación de material publicitario del GCBA relativa a CGP's en 100 carteleras especiales red de Subte 1 a 31 de enero 2015	Jefatura de Gabinete de Ministros Bs. As. Playa 2015	47.000,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de exclusividad es presentada con posterioridad a la emisión de la orden de publicidad. No describe la orden de publicidad a que refiere la exclusividad. - La solicitud del gasto se realiza 40 días después de la emisión de la orden de publicidad. - La documentación adjunta con la DDJJ de certificación exhibe fotografías de 12 carteles en lugar de los 100 contratados resultando imposible determinar si se ha dado cumplimiento total con lo contratado.
Global Mind SA	181	12515768/15	Por la difusión de actividades del GCABA en dominios net: www.yahoo.com; formatos 300x250 y 728x90 por un total de 16.658 clics estimados durante el 15 al 21 de mayo de 2015.	Ministerio de Cultura y Turismo JOO de la Juventud Internacional	300.000,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de exclusividad está suscripta con fecha posterior a la realización del patrocinio contratado. - La propuesta comercial presupuesta en los sitios yahoo.com México, Perú, Chile, Brasil y Colombia. La orden de publicidad no los especifica. - La DDJJ de certificación es incompleta ya que no identifica la orden de publicidad que certifica. - La solicitud del gasto se realiza 45 días después de la emisión de la orden de publicidad. - La documentación acompañada con la DDJJ de Certificación no acredita el cumplimiento del contrato por cuanto acompaña impresiones de pantalla certificando una pauta diferente a la contratada (La ciudad de todos los argentinos) cuando debió ser JOO de la Juventud Internacional. La propuesta comercial era México, Perú, Chile, Brasil, Colombia. Acompaña México, Brasil y Venezuela que no estaba incluida. La SP contratada 300x2250 y 728x90. Solo se certifican dos de 728x90 y uno de 160x600.

GRAB MEDIA SRL	137	5936571/15	Por la difusión y distribución de piezas gráficas del GCBA en exhibidores ubicados en circuito cerrado de universidades privadas en la ciudad durante abril 2015	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquiler se puede	81.481,40	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La propuesta comercial (difusión y distribución de piezas gráficas) en circuito cerrado de universidades) no especifica ni la cantidad de exhibidores y de piezas a difundir y/o distribuir. Asimismo, no detalla en qué universidades privadas de la Ciudad. - La documentación adjuntada con la DDJJ de certificación exhibe material gráfico correspondiente a otra pauta publicitaria (Agenda Cultural) diferente de la contratada (Alquiler se puede).
Grupo Obras Servicios y Desarrollos S.A.	123	2633842/15	Pantalla led Cabildo y Juramento 768px X 256px para spot de 15' a 20' 300 repeticiones x día.	Ministerio de Cultura - Verano en la Ciudad 2015	110.000,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de exclusividad está suscripta en fecha que comienza la pauta publicitaria contratada. - La solicitud del gasto se realiza 80 días después de la emisión de la orden de publicidad. - La DDJJ de certificación certifica una pauta diferente a la contratada ("Innovación", en lugar de "Verano en la Ciudad 2015"). No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada por cuanto la documentación adjunta con la DDJJ de certificación exhibe fotografías de la pantalla con una pauta diferente a la contratada.
	126	2808375/15	Por la difusión de actividades del GCBA en pantalla led, ubicada en Av. Santa Fe y Armenia, CABA tamaño 1024px por 578px. Spot de 15' a 20' 300 repeticiones por día durante Febrero 2015.	Ministerio de Cultura - Turismo BA Más Linda	90.000,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de certificación certifica una campaña diferente a la pauta ("Verano en la ciudad" en lugar de "BA Más linda"). - La solicitud del gasto se realiza 66 días después de la emisión de la orden de publicidad. - La documentación adjunta con la DDJJ de certificación exhibe dos fotografías resultando imposible determinar la campaña publicitada.
	141	6673960/15	2 pantallas led de 600px x 450px en Perón 8290 e Illán 1690 de Rosario abril/15 1 spot de 15' a 20' con 300 repeticiones diarias	Ministerio de Cultura - Turismo Concurso Nacional de Música 2015	91.100,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de exclusividad está suscripta en fecha que comienza la pauta publicitaria contratada. - La propuesta comercial es por 2 pantallas led de 480px por 576px. Difiere con la orden de publicidad que dice 600px por 450px. También difiere la ubicación. - La solicitud del gasto se realiza 69 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada por cuanto de la documentación adjunta con la DDJJ de certificación no es posible identificar dirección ni tamaño de pantalla.
	E	20615485/15	2 pantallas led de 600px x 450px en Perón 8290 e Illán 1690 de Rosario agosto/15 1 spot de 15' a 20' con 300 repeticiones diarias	Ministerio de Cultura - Turismo - La Ciudad de todos los argentinos	91.100,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de exclusividad está fechada con posterioridad a la fecha de la orden de publicidad. - Las DDJJ de certificación certifica 1 afiche en lugar de la emisión de 1 sport en las pantallas led contratadas. - La documentación adjunta exhibe la foto de solo una pantalla sin poder individualizar la dirección o ubicación de la misma. - La solicitud del gasto se realiza 47 días después de la emisión de la orden de publicidad.
	K	87447831/15	MDZ FM 105.5 32 avisos de 35' durante marzo 2015.	Ministerio de Cultura Turismo - Concurso	84.234,15	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La fecha de la orden de publicidad es posterior a la fecha de la acción publicitaria contratada.

				Nacional de Música 2015		La solicitud del gasto se realiza 120 días después de la emisión de la orden de publicidad.
Gustavo Quiroga EPM S.A.	26	12532913/15	Emisión de un spot de 56' por vuelo en 18 pantallas de 9.5 pulgadas por avión de la empresa LAN en trayectos Bs.As.-Córdoba-Mendoza-San Juan-Neuquén-Tucumán. Por un total de 1350 vuelos mensuales desde el 1 al 31 de julio de 2015.	Ministerio de Cultura y Turismo JJOO de la Juventud Internacional	459.800,00	- La DDJJ de exclusividad es presentada sin fechar. - La DDJJ de certificación está mal confeccionada al no describir quien la suscribe. Es presentada sin fecha. - La documentación adjunta con la DDJJ de certificación solo incluye tres fotografías de monitores de avión. - La solicitud del gasto se realiza 72 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada por cuanto tanto la DDJJ como la documentación adjunta son insuficientes.
	17	1754344/15	Emisión de un spot de 56' por vuelo en 18 pantallas de 9.5 pulgadas por avión de la empresa LAN en trayectos Bs.As.-Córdoba-Mendoza-San Juan-Neuquén-Tucumán. Por un total de 1350 vuelos mensuales desde el 1 al 31 de marzo de 2015.	Ministerio de Cultura y Turismo JJOO de la Juventud Internacional	459.800,00	- La DDJJ de exclusividad es presentada sin fechar. - La DDJJ de certificación está mal confeccionada al no describir quien la suscribe. Es presentada sin fecha. Certifica una campaña diferente a la contratada. - La documentación adjunta con la DDJJ de certificación solo incluye cuatro fotografías de monitores de avión. - La solicitud del gasto se realiza 60 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada por cuanto tanto la DDJJ como la documentación adjunta son insuficientes.
JXA SRL	176	8258481/15	Por la difusión de las distintas actividades del GCBA en www.generacióna.com.ar con un banner en la Home Principal tamaño 233x289px durante mayo 2015.	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquiler se puede	20.000,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de exclusividad es presentada con la misma fecha que la DDJJ de certificación. En el primer caso, posterior al inicio de la pauta contratada. En el segundo, antes de vencer el período de la pauta contratada. - La solicitud del gasto se realiza 81 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada por cuanto de la documentación adjunta con la DDJJ de certificación no incluye print de pantalla donde se pueda observar el banner contratado.
La Usina Digital SRL	187	17894278/15	Por la difusión de actividades del GCBA en el dominio www.facebook.com formato Marketplace Ad por un total de 228.856 views, 34930 clics y 2.143.660 impresiones estimadas desde 17 al 23 de mayo de 2015.	Ministerio de Cultura y Turismo JJOO de la Juventud Internacional	123.000,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de exclusividad y de certificación tienen la misma fecha. - La DDJJ de exclusividad está fechada con posterioridad al vencimiento de la emisión de la pauta contratada. - La solicitud del gasto se realiza 58 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada por cuanto de la documentación adjunta con la DDJJ de certificación incluye print de pantalla donde no se pueda observar la fecha.
	186	14382628/15	www.facebook.com Marketplace Ads. 223.464 clics estimados. Durante 8 de enero a 8 de febrero de 2015.	Ministerio de Cultura - Verano en la Ciudad 2015	89.514,31	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La documentación adjunta solo exhibe una impresión de pantalla sin poder individualizar fecha alguna. No obra constancia, informe, recibo ni documentación de Facebook que acredite clics estimados. - La solicitud del gasto se realiza 187 días después de la emisión de la orden de publicidad.

210	35249192/15	www.futbolsite.com Uruguay. Formatos 300x250, 728x90 y 120x600. 417.746 impresiones estimadas y 1270 clics. Durante el 10 al 16 octubre 2015	Ministerio de Cultura y Turismo JJOO de la Juventud Internacional	127.648,30	• La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. • La DDJJ de exclusividad es presentada sin fechar. • Las DDJJ de certificación es presentada sin fechar. • La documentación adjunta solo exhibe una foto impresión de pantalla sin poder individualizar fecha alguna. No obra constancia, informe, recibo ni documentación de futbolsite.com que acredite formato, impresiones y clics estimados. • La solicitud del gasto se realiza 131 días después de la emisión de la orden de publicidad.
202	23916648/15	www.google.com <u>Formato Display.</u> <u>19.968 clics estimados y 2.153.723 impresiones estimadas.</u> <u>Durante 8 al 31 de julio de 2015.</u>	Ministerio de Cultura - Turismo - Vacaciones de Invierno en la Ciudad	35.575,64	• La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. • La DDJJ de exclusividad es presentada sin fechar. • Las DDJJ de certificación es presentada sin fechar. • La documentación adjunta solo exhibe una foto impresión de pantalla sin poder individualizar fecha alguna. No obra constancia, informe, recibo ni documentación de google.com que acredite formato, impresiones y clics estimados. • La solicitud del gasto se realiza 75 días después de la emisión de la orden de publicidad.
200	21338493/15	<u>www.facebook.com</u>	Ministerio de Desarrollo Social - Red Social En Todo estás Vos 2015	75.571,93	• La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. • La DDJJ de exclusividad es presentada sin fechar. • La propuesta comercial tiene fecha posterior al período para el cual ofrece la propuesta. Fechada el 15 de junio de 2015 y el período para el cual presupuesta es 2 al 19 de junio de 2015. • Las DDJJ de certificación es presentada sin fechar. Está completada con tres tipos de tinta y letra diferentes. certifica 1 afiche en lugar de la emisión de 1 sport en las pantallas led contratadas. • La documentación adjunta solo exhibe una foto impresión de pantalla sin poder individualizar fecha alguna. No obra constancia, informe, recibo ni documentación de Facebook y/o de Marketplace. • La solicitud del gasto se realiza 106 días después de la emisión de la orden de publicidad.
201	21339953/15	<u>www.facebook.com</u>	Ministerio de Justicia y Seguridad Boleta Única Electrónica	157.627,19	• La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. • Las DDJJ de certificación es presentada sin fechar. • La documentación adjunta solo exhibe una foto impresión de pantalla sin poder individualizar fecha alguna. No obra constancia, informe, recibo ni documentación de Facebook y/o de Marketplace. • La solicitud del gasto se realiza 77 días después de la emisión de la orden de publicidad.
209	35223129/15	www.terra.com Formatos 300x250 y 728x90 y 160x600 por un total de 110.000 impresiones estimadas y 200 clics. Durante 10 a 16 de octubre 2015.	Ministerio de Cultura y Turismo JJOO de la Juventud Internacional	33.241,70	• La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. • La DDJJ de exclusividad es presentada sin fechar. • Las DDJJ de certificación es presentada sin fechar. • La documentación adjunta solo exhibe una impresión de pantalla sin poder individualizar fecha alguna. No obra constancia, informe, recibo ni documentación de terra.com Perú que acredite impresiones estimadas y clics. • La solicitud del gasto se realiza 131 días después de la emisión de la orden de publicidad.

	211	36506014/15	www.facebook.com Marketplace Ads. 7.271.152 impresiones estimadas 99.933 clics estimados. Durante 7 al 30 de abril 2015.	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquiler se puede	143.153,55	• La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. • La DDJJ de exclusividad es presentada sin fechar. • Las DDJJ de certificación es presentada sin fechar. • La documentación adjunta solo exhibe una impresión de pantalla sin poder individualizar fecha alguna. No obra constancia, informe, recibo ni documentación de Facebook que acredite impresiones estimadas y clics. • La solicitud del gasto se realiza 241 días después de la emisión de la orden de publicidad.
Media Servicios S.A.	154	23355084/15	Por la difusión de actividades del GCBA en circuito de TV digital con spots de 20' en monitores de la Terminal Buquebus en Bs. As. Y en barcos. Total 110 monitores con 2 repeticiones por hora. En pantallas leds de 3,07x3,07 mts en hall central con spots de 30' y 114 repeticiones diarias y backlight en pasillos de terminal Bs. As y Montevideo durante septiembre 2015.	Ministerio de Cultura y Turismo La Ciudad de Todos los Argentinos 2015	156.000,00	• La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. • La documentación adjunta solo certifica parcialmente la pauta contratada. No se certifica lo relativo a la emisión de spots en barcos. • La solicitud del gasto se realiza 53 días después de la emisión de la orden de publicidad.
	142	6749328/15	Por la difusión en Circuito de TV barco ecológico Francisco I emisión de 4 spots de 20 segundos por viaje en 4 viajes diarios todo el mes de abril 2015.	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde - Separación de Residuos	181.500,00	• La DDJJ de exclusividad está fechada con posterioridad a la fecha de la orden de publicidad. • La documentación adjunta con la DDJJ de certificación consiste solo en dos fotografías de pantallas de tv sin poder individualizar si pertenecen al barco Francisco I. • El certificado de emisión lo emite y suscribe el propio proveedor. No obra constancia, informe, recibo ni documentación de la empresa Buquebus que acredite dicha emisión. • La solicitud del gasto se realiza 77 días después de la emisión de la orden de publicidad. • No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada.
	122	2112124/15	Circuito de TV Buque Francisco 1 spot de 20 segundos por viaje en 4 viajes diarios todo el mes de enero 2015	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde - Separación de Residuos	181.500,00	• La DDJJ de exclusividad está presentada sin fechar. • La información contenida en la propuesta comercial (idéntica a la anterior) difiere en la cantidad de monitores que conforman el circuito de tv digital del buque. En este caso mencionan 44 tv plasmas. En la anterior 110 monitores de tv. • La documentación adjunta con la DDJJ de certificación consiste solo en dos fotografías de pantallas de tv sin poder individualizar si pertenecen al barco Francisco I. Son idénticas a las presentadas con en la DDJJ de la anterior certificación. • El certificado de emisión lo emite y suscribe el propio proveedor. No obra constancia, informe, recibo ni documentación de la empresa Buquebus que acredite dicha emisión. • La solicitud del gasto se realiza 77 días después de la emisión de la orden de publicidad. • No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada.
Promovías S.A.	129	3840679/15	Disp. en estacionamientos y playas subterráneas CABA	Jefatura de Gabinete de Ministros - Subsecretaría de Transporte - EcoBici	491.728,87	• La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. • La DDJJ de exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta. • La solicitud del gasto se realiza 49 días después de la emisión de la orden de publicidad. • La documentación acompañada con la DDJJ de certificación no se corresponde con la campaña contratada. Las imágenes de los dispositivos contienen afiches de otra campaña (Ciudad Verde Separemos los reciclables) cuando debió ser Eco-Bici. Estas imágenes son idénticas a otras adjuntadas en las certificaciones de otras contrataciones celebradas por el mismo proveedor.

	149	19147198/15	Exhibición en dispositivos en Estacionamientos de Playas Subterráneas: Recoleta, C. Pellegrini y Sta. Fe, Teatro Coliseo, Congreso, Obelisco Norte, Florida y Córdoba y Correo Central. Playas: Arribeños, Alicia M Justo y Machaca Güemes, Azucena Villaflor...	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde - Separación de Residuos	491.728,87	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de exclusividad certifica una campaña diferente a la contratada. El sello del apoderado corresponde a otra empresa proveedora. Es corregido. - La solicitud del gasto se realiza 51 días después de la emisión de la orden de publicidad. - La documentación adjuntada con la DDJJ de certificación no certifica la totalidad de los dispositivos contratados.
R 2 S.A.	144	6082625/15	Arcos banderas banners carteles Maratón Roller Farmacity Puerto Madero del 29/03/15	Jefatura de Gabinete de Ministros - Farmacity Roller Puerto Madero	230.000,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - No obra constancia de presentación de la propuesta comercial ni de la DDJJ de exclusividad. - La DDJJ de certificación es presentada en un formulario incorrecto, utilizando aquel para certificar pauta publicitaria en radio y televisión. La misma es presentada sin fechar y tanto la aclaración de la firma como el carácter son ilegibles. - La documentación adjunta solo exhibe una foto impresión de pantalla sin poder individualizar fecha alguna. No obra constancia, informe, recibo ni documentación de google.com que acredite formato, impresiones y clics estimados. - La solicitud del gasto se realiza 71 días después de la emisión de la orden de publicidad.
	162	34723580/15	Arcos Banderas Banners Carteles Maratón 21K AXION Palermo 06/09/15	Jefatura de Gabinete de Ministros - Maratón 21K Axion	215.000,00	- La DDJJ de certificación es presentada en un formulario incorrecto, utilizando aquel para certificar producción de material publicitario en lugar de publicidad en vía pública. - Tanto la propuesta comercial como la orden de publicidad no especifican la cantidad de banners, arcos, banderas, banners y carteles. - La solicitud del gasto se realiza 71 días después de la emisión de la orden de publicidad.
	138	6082399/15	Arcos Banderas Banners Carteles ATP Bs. As. Lawn Tennis 01/03/15		240.000,00	- El expediente fue reconstruido. No obra constancia de la orden de publicidad ni de las DDJJ de exclusividad ni certificación de la pauta contratada. - Con la documentación obrante en las actuaciones administrativas no es posible asegurar el cumplimiento de la pauta contratada.
Radio Mitre Sociedad Anónima	206	23927478/15	www.cienradios.com.ar	Ministerio de Desarrollo Social Red Social En todo estás vos 2015	30.000,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de exclusividad se presenta sin especificar a qué orden de publicidad se refiere. No es suscripta por el apoderado y/o representante legal del proveedor. - La DDJJ de certificación no es presentada por el apoderado y/o representante legal del proveedor. No acompaña certificación del medio donde se publicara la pauta contratada. - La solicitud del gasto se realiza 155 días después de la emisión de la orden de publicidad.
	49	4530211/15	FM 100 (FM 99.9) 28 salidas de PNT's del 20 al 31/03/15	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquiler se puede	594.809,60	- Las DDJJ de exclusividad y de certificación son presentadas sin fechar y no están suscriptas por el apoderado y/o representante legal del proveedor contratado. - No obra constancia del Anexo a la orden de publicidad donde se detallarían las 28 salidas de PNT's. - La documentación acompañada con la DDJJ de Certificación no es legible. - La solicitud del gasto se realiza 63 días después de la emisión de la orden de publicidad.
Sinergya SRL	B	7766935/15	Evento Pimpinela 24.04.2015	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde - Ciudad Verde	380.000,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - Tanto la propuesta comercial como la orden de publicidad no detallan con precisión la cantidad de banners, cantidad de afiches en la vía pública y cantidad de programas de mano. - Las DDJJ de exclusividad y de certificación son presentadas sin fechar.

	C	19323413/15	Bebop Jazz Club Buenos Aires 9, 22, 23 y 27 mayo 2015.	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde - Ciudad Verde	300.000,00	- En la documentación adjuntada difiere la campaña publicitaria certificada de la contratada (BA En todo estás vos en lugar de Ciudad Verde). - La solicitud del gasto se realiza 27 días después de la emisión de la orden de publicidad.
	D	21795045/15	Masacre 17 julio 2015 Teatro Vortexix	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde - Ciudad Verde	200.000,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - Tanto la propuesta comercial como la orden de publicidad no detallan con precisión la cantidad de banners, cantidad de afiches en la vía pública y cantidad de programas de mano. - Las DDJJ de exclusividad y de certificación son presentadas sin fechar. - En la documentación adjuntada difiere la campaña publicitaria certificada de la contratada (BA En todo estás vos en lugar de Ciudad Verde). - La solicitud del gasto se realiza 122 días después de la emisión de la orden de publicidad.
	J	6577773/15	El otro yo 11/04/15 en el teatro Vortexix	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde - Ciudad Verde	200.000,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - Tanto la propuesta comercial como la orden de publicidad no detallan con precisión la cantidad de banners ni la cantidad de afiches en la vía pública ni cantidad de flyers. - Las DDJJ de exclusividad y de certificación son presentadas sin fechar. - La solicitud del gasto se realiza 119 días después de la emisión de la orden de publicidad.
						- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - Tanto la propuesta comercial como la orden de publicidad no detallan con precisión la cantidad de banners ni la cantidad de afiches ni en qué estaciones de subte se fijarán. - Las DDJJ de exclusividad y de certificación son presentadas sin fechar. - La solicitud del gasto se realiza 33 días después de la emisión de la orden de publicidad.
Transmedios S.A.	131	3855929/15	Por la exhibición de material publicitario del GCBA en 90 carteles backlight de 1,47 x 1,04 estación trenes de la CABA ramal Sarmiento y Mitre desde 1 a 31/03/15	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquiler se puede	156.816,00	- Las DDJJ de exclusividad es presentada sin fechar y no referencia la orden de publicidad a la cual corresponde. - La DDJJ de certificación no hace referencia a qué orden de publicidad corresponde (en blanco). Asimismo, no detalla la campaña que está certificando. - La solicitud del gasto se realiza 60 días después de la emisión de la orden de publicidad. No se tiene por acreditado el cumplimiento del contrato por cuanto ni la DDJJ de certificación ni la documentación que adjunta dan cuenta de ello.
	135	5940134/15	Exhibición de material publicitario del GCBA en 200 lunetas Backfulls de 2x1 metros en colectivos de líneas 36, 61, 62, 104, 114, 124, 133, 140, 141 y 143 durante el período del 1 al 30 de abril de 2015.	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquiler se puede	116.160,00	- La DDJJ de exclusividad es presentada con posterioridad a la fecha de emisión de la pauta. - La propuesta comercial al igual que la orden de publicidad no identifican las 200 unidades de los colectivos donde será colocada la pauta contratada. - La DDJJ de certificación ha dejado “en blanco” la descripción del número de orden de publicidad a que hace referencia y la campaña contratada. - La solicitud del gasto se realiza 51 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada por cuanto el proveedor solo acompaña con la DDJJ de certificación fotocopia de una sola luneta en la que no se puede identificar ni línea de colectivo ni interno. Certifica 200 lunetas contratadas con la fotocopia de una sola luneta.
	146	12502490/15	Exhibición de material publicitario del GCBA en 200 Backlights de 2x1 mts en colectivos de Líneas 36, 61, 62, 104, 114, 124, 133, 140, 141 y 143 durante el 1 a 30 de junio de 2015.	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquiler se puede	116.160,00	- La DDJJ de exclusividad es presentada con posterioridad a la emisión de la pauta publicitaria contratada. - La DDJJ de certificación no especifica el número de la orden de publicidad ni la campaña que estaría certificando.

						- La solicitud del gasto se realiza 133 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada por cuanto el proveedor solo acompaña con la DDJJ de certificación fotocopia de una sola luneta en la que no se puede identificar ni línea de colectivo ni interno. Certifica 200 lunetas contratadas con la fotocopia de una sola luneta.
	150	19145828/15	Grupo Plaza - Lunetas Líneas 36, 61, 62, 104, 114, 124, 133, 140, 141 y 143	200 Lunetas Backfulls de 2x1 mts del 1 al 31 julio 2015	116.160,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de exclusividad es presentada con posterioridad a la emisión de la pauta publicitaria contratada. - La DDJJ de certificación no especifica el número de la orden de publicidad ni la campaña que estaría certificando. - La solicitud del gasto se realiza 119 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada por cuanto el proveedor solo acompaña con la DDJJ de certificación fotocopia de una sola luneta en la que no se puede identificar ni línea de colectivo ni interno. Certifica 200 lunetas contratadas con la fotocopia de una sola luneta.
	134	5939893/15	90 carteles back light en estaciones de trenes en Bs. As. ramal Sarmiento y Mitre durante Abril 2015	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquilar se puede	156.816,00	- La DDJJ de exclusividad tiene fecha posterior a la emisión de la orden de publicidad. - La DDJJ de certificación es incompleta ya que no describe la campaña ni el número de orden de publicidad que certifica. - La solicitud del gasto se realiza 51 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada por cuanto la documentación adjuntada para acreditar la realización correcta e indubitable de la publicidad contratada solo muestra dos afiches de otra campaña publicitaria.
UMBRA S.A.	130	3856139/15	Por la exhibición de material publicitario del GCBA en 30 Lunetas Laterales Líneas Premium 15, 67, 93, 100, 115. En 15 lunetas Large en línea standard 86. En 25 lunetas líneas Premium 12, 26, 100, 132, 152. En 15 lunetas en líneas standard 86, 134. Y en un módulo de 50 carapantallas móviles en líneas 15, 67, 86, 93, 100, 115 y 134 durante marzo 2015.	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquilar se puede	334.865,65	- La DDJJ de exclusividad tiene fecha posterior a la emisión de la orden de publicidad. - La solicitud del gasto se realiza 124 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada puesto que la documentación adjuntada para acreditar la realización correcta e indubitable de la publicidad contratada solo muestra fotografías de 3 colectivos en lugar de 85.
	158	28788389/15	Por la exhibición de material publicitario del GCBA en: 53 Laterales Large en Líneas Premium: 15, 67, 86 y 93. 100 Lunetas en Líneas Premium: 2, 12, 26, 80, 86, 92, 100, 115, 124, 132, 134, 152. Entre 1 y 31 de octubre de 2015.	Ministerio de Desarrollo Social Red Social En todo estás vos 2015 - ETEV Creer Crecer	334.467,00	- La DDJJ de exclusividad tiene fecha posterior a la emisión de la orden de publicidad. - La DDJJ de certificación es presentada sin fechar. - La solicitud del gasto se realiza 43 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la acción publicitaria contratada puesto que la documentación adjuntada para acreditar la realización correcta e indubitable de la publicidad contratada solo muestra la fotografía de dos colectivos.

Vía Shopping SA	157	28789989/15	Difusión de actividades desarrolladas por el GCBA en dispositivos en Estacionamientos de Centros Comerciales DOT Baires Shopping, BAdesign Paseo Alcorta, Abasto Shopping, Alto Palermo Shopping y Distrito Arcos del 01 al 31 de octubre de 2015.	Ministerio de Espacio Público Ciudad Verde Separación de Residuos	259.100,00	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de exclusividad tiene fecha posterior a la emisión de la orden de publicidad. - La propuesta comercial es por 37 dispositivos estáticos (mupis). La orden de publicidad no especifica la cantidad de dispositivos. - La solicitud del gasto se realiza 51 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado en su totalidad el cumplimiento de la acción publicitaria contratada por cuanto la documentación acompañada con la DDJJ de certificación es insuficiente ya que acompaña fotografías de 7 mupis en lugar de 37.
-----------------	-----	-------------	--	---	------------	---

3 Cotizaciones						
Proveedor Contratado	N° de orden muestra	N° de Expediente	Objeto del Contrato	Campaña	Importe \$	Observación
Praxis SRL	G	19284802/15	Canal 4 Misiones. Spot 56' 15 repeticiones por día del 16 al 30 de Junio de 2015.	Ministerio de Cultura - Turismo - BA Más linda	370.477,80	- La DDJJ de certificación no se encuentra fechada. La certificación del medio en la cual se emitió la pauta carece de valor por cuanto no se encuentra firmada por el responsable del mismo. - La solicitud del gasto se realiza 86 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la pauta contratada.
	LL	19274681/15	Canal 4 Misiones Canal 4 Misiones. Spot 56' 15 repeticiones por día del 1 al 15 de Junio de 2015.	Ministerio de Cultura - Turismo - BA Más linda	370.477,80	- La DDJJ de certificación no se encuentra fechada. La certificación del medio en la cual se emitió la pauta carece de valor por cuanto no se encuentra firmada por el responsable del mismo. - La solicitud del gasto se realiza 86 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la pauta contratada.
	93	6052349/15	Litoral TV. 8 Spot de 56' por día durante los días 11,12 y 13 de febrero de 2015.	Ministerio de Cultura - Turismo - BA Más linda	38.054,02	- La DDJJ de certificación no se encuentra fechada. La certificación del medio en la cual se emitió la pauta carece de valor por cuanto se refiere a otra campaña y fecha de emisión. - La solicitud del gasto se realiza 126 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la pauta contratada.
	100	17857291/15	Canal 3 de 25 de Mayo. Emisión de 12 rotativos de spot de 42' durante los días 20, 21, 22, 26 y 27 de mayo de 2015.	Ministerio de Desarrollo Económico IVC - Alquiler se puede	10.977,12	- La DDJJ de certificación no se encuentra fechada. La certificación del medio en la cual se emitió la pauta carece de valor por cuanto carece de firma del responsable del medio certificante, omite detalle de días y horarios de emisión. - La solicitud del gasto se realiza 97 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la pauta contratada
	114	28871554/15	Sentido Común Morón. 1 Spot de 30' durante los días 11, 14, 15, 16 y 17 de septiembre de 2015.	Ministerio de Cultura - Turismo - La Ciudad de todos los argentinos	27.361,13	- La DDJJ de certificación no se encuentra fechada. - La certificación del medio no identifica la pauta contratada ni los días y horarios de emisión. - La solicitud del gasto se realiza 180 días después de la emisión de la orden de publicidad. El compromiso definitivo, la resolución aprobatoria y el PRD se tramitan durante el ejercicio 2016 y el gasto se imputa a otra jurisdicción.

	79	10535981/15	Canal 2 Catamarca	Ministerio de Desarrollo Económico IVC - Alquiler se puede	11.434,50	- La DDJJ de certificación no se encuentra fechada. La certificación del medio en la cual se emitió la pauta carece de valor por cuanto no se encuentra firmada por el responsable del mismo. Tampoco describe la pauta emitida. - La solicitud del gasto se realiza 110 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la pauta contratada.
Kon-Tacto Publicidad S.A.	F	25734599/15	Diario Los Andes Mendoza 3x7 Dom color 1/4 pág 23 y 30 agosto 2015	Ministerio de Cultura - Turismo - La Ciudad de todos los argentinos	295.975,68	- La pauta emitida incluye publicidad de la empresa LAN Grupo Latam Airlines aspecto que no figura en las cotizaciones requeridas ni en la descripción de la orden de publicidad. - La solicitud del gasto se realiza 91 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la pauta contratada.
Reale Dalla Torre S.A.	84	17791058/15	Canal 8 de Tucumán. Spot de 42' rotativos (3) los días 19, 20, 21 y 22 de mayo de 2015.	Ministerio de Desarrollo Económico IVC - Alquiler se puede	36.590,40	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de certificación no se encuentra fechada. - Los días de emisión certificados en la DDJJ no concuerdan con los establecidos en la orden de publicidad como así tampoco la cantidad de salidas. - La certificación del medio acompañada con la DDJJ de certificación carece de valor por cuanto no posee firma alguna del medio certificante. - La solicitud del gasto se realiza 118 días después de la emisión de la orden de publicidad.
	69	19923425/15	FM Farenheit Rosario. Spot de 31' en 50 rotativos durante los días 19, 22, 23, 24, 25, 26, 29 y 30 de Junio de 2015.	Ministerio de Cultura - Turismo - Vacaciones de Invierno en la Ciudad	131.519,51	- La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. - La DDJJ de certificación no se encuentra fechada. - La certificación del medio acompañada con la DDJJ de certificación carece de valor por cuanto no posee firma alguna del medio certificante. Tampoco establece días y horarios en que fue emitida. - La solicitud del gasto se realiza 89 días después de la emisión de la orden de publicidad.
	71	21611118/15	Radio 12 FM Gobernador Galvez. 12 rotativos de spot de 31' durante los días 3, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14 y 15 de julio de 2015	Ministerio de Cultura - Turismo - Vacaciones de Invierno en la Ciudad	17.408,39	- La DDJJ de certificación no se encuentra fechada. La certificación del medio en la cual se emitió la pauta carece de valor por cuanto no especifica los días ni horarios de emisión. La certificación del medio carece de cualquier identificación del medio certificante. - La solicitud del gasto se realiza 88 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la pauta contratada.
	70	21609676/15	FM 91.5 Radio Sol Santa Fe	Ministerio de Cultura - Turismo - Vacaciones de Invierno en la Ciudad	16.080,77	- La DDJJ de certificación no se encuentra fechada. La certificación del medio en la cual se emitió la pauta carece de valor por cuanto no se encuentra firmada por el responsable del mismo. - La solicitud del gasto se realiza 88 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la pauta contratada.

Compulsa						
Proveedor Contratado	N° de orden muestra	N° de Expediente	Objeto del Contrato	Campaña	Importe \$	Observación
Gustavo Quiroga EPM S.A.	250	29477767/15	Cartoon Network	Ministerio de Cultura y Turismo JJOO de la Juventud Internacional	574.992,00	- La DDJJ de certificación no certifica días ni horario de emisión como tampoco cantidad de salidas. Asimismo, no se encuentra fechada. - La certificación del medio acompañada con la DDJJ de certificación carece de valor por cuanto certifica una pauta distinta de la contratada. - La solicitud del gasto se realiza 145 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento de la pauta contratada.
	231	6580363/15	Telefe	Ministerio de Desarrollo Económico. Alquilar se puede.	1.369.429,60	- La DDJJ de certificación no certifica días ni horario de emisión como tampoco cantidad de salidas. Asimismo, no se encuentra fechada y se encuentra “en blanco” el campo nombre y apellido del representante legal o apoderado. - La solicitud del gasto se realiza 62 días después de la emisión de la orden de publicidad.
	232	6580510/15	Telefe. 1 spot de 40’ en el programa Especial 25 años el 08-04-15; 1 spot de 62’ en el programa Viudas e hijos del rock and roll el 8-04-15	Ministerio de Desarrollo Económico. Alquilar se puede.	1.235.785,10	- La DDJJ de certificación no certifica días ni horario de emisión como tampoco cantidad de salidas. Asimismo, no se encuentra fechada y se encuentra “en blanco” el campo nombre y apellido del representante legal o apoderado. - La certificación del medio adjuntada es la misma que la presentada en la orden de publicidad 3605/15. No certifica la emisión del aviso de 40’ del miércoles 8 de abril en el programa Especial 25 años. - La solicitud del gasto se realiza 87 días después de la emisión de la orden de publicidad. No estaría acreditado el cumplimiento total de la pauta contratada.
	241	10719425/15	Space	Ministerio de Cultura y Turismo JJOO de la Juventud Internacional	360.169,11	- La DDJJ de certificación no certifica días ni horario de emisión como tampoco cantidad de salidas. Asimismo, no se encuentra fechada. - La solicitud del gasto se realiza 26 días después de la emisión de la orden de publicidad.
	244	17855986/15	TCM	Ministerio de Cultura - Turismo - JJOO de la Juventud	307.900,57	- La DDJJ de certificación no certifica días ni horario de emisión como tampoco cantidad de salidas. Asimismo, no se encuentra fechada. - La orden de publicidad solo describe al medio contratado como TCM sin mayores precisiones. El anexo de la mima no describe con claridad el programa donde se emitirá la pauta. La certificación del medio no especifica el nombre de la pauta contratada ni se encuentra suscripta por el emisor certificante. - La solicitud del gasto se realiza 74 días después de la emisión de la orden de publicidad.
	249	26992121/15	ID	Ministerio de Cultura - Turismo - JJOO de la Juventud	397.033,06	- La DDJJ de certificación no certifica días ni horario de emisión como tampoco cantidad de salidas. Asimismo, no se encuentra fechada. - La certificación del medio acompañada es ilegible. - La solicitud del gasto se realiza 151 días después de la emisión de la orden de publicidad. No se encontraría debidamente certificada la emisión de la pauta contratada.

	243	17590626/15	TBS	Ministerio de Cultura - Turismo - JJOO de la Juventud	355.268,22	• La DDJJ de certificación no certifica días ni horario de emisión como tampoco cantidad de salidas. Asimismo, no se encuentra fechada. • La documentación acompañada para certificar la emisión de la pauta no tiene fecha ni firma alguna del medio emisor. Certifica 90 emisiones cuando lo contratado eran 39. • La solicitud del gasto se realiza 60 días después de la emisión de la orden de publicidad. • No se encontraría debidamente certificada la emisión de la pauta contratada.
La Usina Produccion es SRL	239	5818441/15	Fox Sport	Ministerio de Desarrollo Económico. Alquilar se puede.	106.480,00	• La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. • La DDJJ de certificación no certifica días ni horario de emisión como tampoco cantidad de salidas. Asimismo, no se encuentra fechada. • La certificación del medio acompañada es ilegible. • La solicitud del gasto se realiza 192 días después de la emisión de la orden de publicidad. • No se encontraría debidamente certificada la emisión de la pauta contratada.
Latin American Communication S.A.	257	18692020/15	Latin American Communication S.A. Por la difusión de las actividades del GCBA en la exhibición de 4 pantallas digitales 726x 3525 px en circuito de la Ciudad de México DF durante el período 01-06-15 al 15-06-15.	Ministerio de Cultura y Turismo JJOO de la Juventud Internacional	451.609,86	• La orden de publicidad no se encuentra firmada por el proveedor. • La DDJJ de certificación no certifica cantidad de afiches. Asimismo, no se encuentra fechada. • La certificación del medio acompañada con la DDJJ de certificación solo certifica un dispositivo en lugar de los cuatro contratados. • La solicitud del gasto se realiza 55 días después de la emisión de la orden de publicidad. • No estaría acreditado el cumplimiento de la pauta contratada.
Pinta Baires S.R.L.	252	2114736/15	Pinta Baires S.R.L. Por la fijación de 50 séxtuples del 12-01-15 al 25-01-15	Jefatura de Gabinete de Ministros Bs. As. Playa 2015	53.848,20	• La documentación acompañada con la DDJJ de certificación solo certifica 10 de los 50 séxtuples contratados. • La solicitud del gasto se realiza 95 días después de la emisión de la orden de publicidad. • No estaría acreditado el cumplimiento total de la pauta contratada.
Praxis S.R.L.	236	18753149/15	Canal 13. 2 spots de 40' en Las mil y una noche el 24 de junio de 2015; en Showmatch el 29 de junio de 2015 y 1 spot de 30' en Las mil y una noche el 22 de junio de 2014.	Boleta Única Electrónica	1.536.700,00	• La DDJJ de certificación no se encuentra fechada. • La certificación del medio acompañada no certifica la emisión de la pauta contratada. • La solicitud del gasto se realiza 34 días después de la emisión de la orden de publicidad. • No estaría acreditado el cumplimiento de la pauta contratada.
	247	18973393/15	TN. 40 spots de diversos formatos (entre 30' y 6' de duración) durante el 1, 9, 10, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 27, 28, 29 y 30 de junio de 2015.	Ministerio de Justicia y Seguridad - Boleta Única Electrónica	873.523,93	• La DDJJ de certificación no se encuentra fechada. • La certificación del medio acompañada no certifica la emisión de la pauta contratada. • La solicitud del gasto se realiza 34 días después de la emisión de la orden de publicidad. • No estaría acreditado el cumplimiento de la pauta contratada.
Reale Dalla Torre Consultores S.A.	228	6575703/15	América TV. 1 spot de 40' en Ponele la firma el 29-03-15; 1 spot de 40' en América 2da Edición el 25-03-15; 1 spot de 62' en América 2da Edición el 24-03-15; 1 spot de 62' en Ponele la firma el 22-03-15.	Ministerio de Desarrollo Económico. Alquilar se puede.	950.334,00	• La DDJJ de certificación no se encuentra fechada. • La certificación del medio acompañada no certifica la emisión de la pauta contratada. • La solicitud del gasto se realiza 34 días después de la emisión de la orden de publicidad. • No estaría acreditado el cumplimiento de la pauta contratada.

-Anexo X-

N° Expte.	Medio	Proveedor	Objeto	Importe \$	Observación
1782718/15	TyC Sports	Pro Entertainment SA	Red Social En todo estás vos 2014	23.047,67	La fecha de la DDJJ de Exclusividad es igual a la de la DDJJ de Certificación.
7034188/15	Canal Metro. Octavo Mandamiento Lunes 20:30	Vocación SRL	Ministerio Desarrollo Económico. Alquilar se puede. Abril 2015	8.400,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
8258481/15	www.generacióna.com.ar	JXA SRL	Ministerio Desarrollo Económico IVC Alquilar se puede	20.000,00	La fecha de la DDJJ de Exclusividad es igual a la de la DDJJ de Certificación.
26805260/15	www.clarin.com.ar	Sentidos SA	Ministerio Educación Día del Maestro	100.915,21	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
2603242/15	América TV	Reale Dalla Torre Consultores SA	Jefatura de Gabinete de Ministros Bs. As. Playa 2015	1.378.795,00	No obra Declaración Jurada de Exclusividad y Propuesta Comercial.
19238716/15	metro951.com	Radiodifusora Metro SA	Ministerio de Cultura - Ciudad Emergente - Cerati	42.490,77	La fecha de la DDJJ de Exclusividad es del 21/01/2016 y la pauta se contrató en junio de 2015.
16373315/15	AM Continental La Mirada Despierta	Dorénavant SA	Ministerio de Justicia y Seguridad Boleta Única Electrónica	48.875,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
2010850/15	ultimavuelta.com	MD Wheels SA	Jefatura de Gabinete de Ministros Bs. As. Playa 2015	20.000,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
7033085/15	Canal 26 - 50 Minutos	Vocación S.R.L.	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquilar se puede	9.400,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
866449/15	www.amia.org.ar	Asociación Mutual Israelita Argentina AMIA	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquilar se puede	12.000,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
18910869/15	FM Palermo 93.9 BS. As. Mañana	Lucio José Mattezzi	Ministerio de Justicia y Seguridad Boleta Única Electrónica	5.500,00	La DDJJ de Exclusividad no está fechada.
28789989/15	Dispositivo en Estacionamientos Centros Comerciales DOT BADesign Paseo Alcorta Alto Palermo Arcos	Vía Shopping SA	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde - Separación de Residuos	259.100,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
36506014/15	www.facebook.com	La Usina Digital SRL	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquilar se puede	143.153,55	La DDJJ de Exclusividad no está fechada.

3841704/15	Circuito Digital led/lcd en shopping	Vía Shopping SA	Jefatura de Gabinete de Ministros - Subsecretaría de Transporte - EcoBici	349.244,62	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
5851609/15	Expo Nuestros Perros en la Rural	La Rural S.A.	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde	400.000,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
35223129/15	www.terra.com.ar	La Usina Digital SRL	Ministerio de Cultura y Turismo JJOO de la Juventud Internacional	33.241,70	La DDJJ de Exclusividad no está fechada.
38832/15	Norcenter, Soleil, Tortugas Open Mall, Paseo Pilar, Paseo Champagnat, Alto Avellaneda	Vía Shopping SA	Jefatura de Gabinete de Ministros Bs. As. Playa 2015	299.074,11	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
18792872/15	AM Belgrano la 950 - Puro Futbol	Safarian Walter Cayetano	Ministerio de Justicia y Seguridad Boleta Única Electrónica	8.000,00	Las fechas de las DDJJ de Exclusividad y de Certificación es la misma.
5939791/15	86 carteles transiluminados en la red subterránea 1 al 30 abril 2015	Estatic S.A.	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquilar se puede	344.180,33	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada. El Apoderado que suscribe la DDJJ de Exclusividad es diferente de quien presenta la DDJJ de Certificación.
5938222/15	Show La Era del Hielo en la Rural 26 y 27 marzo y 1 de abril de 2015	FEG Entretenimientos SA	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde	360.000,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
7799771/15	El Show de Camila, Luna Park, 9/05/15	FEG Entretenimientos SA	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde - Separación de Residuos	450.000,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
19147198/15	Estacionamientos de Playas Subterráneas CABA	Promovías SA	Ministerio de Espacio Público - Ciudad Verde - Separación de Residuos	491.728,87	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
4533585/15	Aeropuerto Ezeiza	Grupo Obras Servicios y Desarrollos S.A.	Disp. X mt2	43.306,42	No presenta DDJJ de Exclusividad.
25882531/15	La Razón Suplemento Agenda Cultural página color	Arte Gráfico Editorial Argentino S.A.	Ministerio de Cultura - Agenda Cultural	108.900,00	La DDJJ de Exclusividad no está fechada. Al igual que la DDJJ de Certificación.
4634574/15	Cartelería Autódromo	ACBA S.A.	Secretaría de Comunicación Social Campañas Varias - Institucional	55.200,00	La DDJJ de Exclusividad no está fechada. Las Fotografías adjuntadas en la DDJJ de Certificación son las mismas que las presentadas en la propuesta comercial. La DDJJ de Certificación está firmada y en blanco. La certificación también tiene en blanco los datos de la orden de publicidad.

28788389/15	53 Laterales Large líneas Premium: 15, 67, 86, 93 y 100 Lunetas en líneas Premium: 2, 12, 26, 80, 92, 100, 115, 124, 132, 134, 152.	UMBRA S.A.	Ministerio de Desarrollo Social Red Social En todo estás vos 2015 - ETEV Creer Crecer	334.467,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada y es incompleta.
4530211/2015	FM 100 (FM 99.9) 20 salidas de PNT's del 20 al 31/03/15	Radio Mitre Sociedad Anónima	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquiler se puede	594.809,60	La DDJJ de Exclusividad no está fechada.
3940325/15	FM 90.3 Radio Delta La Máquina	DAX Grupo Creativo SRL	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquiler se puede	30.000,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
35249192/15	www.futbolsite.com Uruguay del 10 al 16 octubre 2015	La Usina Digital SRL	Ministerio de Cultura y Turismo JJOO de la Juventud Internacional	127.648,30	La DDJJ de Exclusividad no está fechada.
2048378/15	Cartelería Autódromo	ACBA S.A.	Ministerio de Modernización - BA Evolucionaria - Innovación	55.200,00	La DDJJ de Exclusividad no está fechada. Las Fotografías adjuntadas en la certificación de la emisión son las mismas que las presentadas en la propuesta comercial. La DDJJ de certificación está firmada y en blanco. La certificación también tiene en blanco los datos de la SP. La pauta certificada difiere de la contratada.
3944203/15	www.facebook.com	Mediabit SA	Jefatura de Gabinete de Ministros - Construcción Ciudadana y Cambio Cultural - Calor + Atención	10.000,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
21871216/15	Clarín zonales (10)	Sentidos S.A.	Ministerio de Desarrollo Social Red Social En todo estás vos 2015 - ETEV Creer Crecer	302.016,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
6082625/15	Arcos banderas banners carteles Maratón Roler Farmacity Pto Madero del 29/03/15	R 2 S.A.	Jefatura de Gabinete de Ministros - Farmacity Roller Puerto Madero	230.000,00	No presenta DDJJ de Exclusividad ni propuesta comercial.
2173172/15	FM 98.1 La 100 Miramar	Radio Mitre Sociedad Anónima	Ministerio de Cultura - Turismo - Globo Verano 2015	62.640,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
12489493/15	Spot de 55" full hd en pantallas led/LCD en shopping Bs. As. Design, Abasto, Dot, Paseo Alcorta, Patio Bullrich, Paseo La Plaza, Estación Bulnes y Carlos Gardel del Subte	Vía Shopping SA	Ministerio de Desarrollo Social - Red Social En Todo estás Vos 2015	395.708,62	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
20687275/15	Feria Caminos y Sabores 9 a 12 de julio Predio La Rural	Ferias y Exposiciones Argentinas S.A. S.A. La Nación UTE	Vicejefatura de Gobierno - Dirección General Desarrollo Saludable - Estaciones saludables	425.000,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.

3856139/15	30 Lunetas Laterales Líneas Premium 15 67 93 100 115. en 15 lunetas large líneas standard 86, 25 lunetas líneas Premium 12 26 100 132 152...	UMBRA S.A.	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquiler se puede	34.865,65	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
322267/15	AM Belgrano la 950 - Superclásico	BETUEL S.R.L.	Jefatura de Gabinete de Ministros Bs. As. Playa 2015	15.000,00	La DDJJ de Exclusividad no está fechada.
6082399/15	Arcos Banderas Banners Carteles ATP Bs. As. Lawn Tennis 01/03/15	R 2 S.A.		240.000,00	No obra constancia de la orden de publicidad, de la DDJJ de Exclusividad ni de la DDJJ de Certificación.
17448842/15	Canal 13 - El Diario de Mariana - barrida de hasta 15' y mención artística x programa 12,16,18,22 y 26 Junio 15	Arte Radiotelevisivo Argentino S.A.	Ministerio de Justicia y Seguridad Boleta Única Electrónica	235.950,00	La DDJJ de Exclusividad no está fechada. Al igual que la DDJJ de Certificación.
21966931/15	Almorzando con Mirta Legrand 16 y 23 Agosto 2015	Arte Radiotelevisivo Argentino S.A.	Ministerio de Cultura - Festivales BA - Tango '15	135.520,00	La DDJJ de Exclusividad no está fechada. Al igual que la DDJJ de Certificación.
846088/15	100 carteleras especiales red de Subte 1 a 31 de enero 2015	Forwork SRL	Jefatura de Gabinete de Ministros Bs. As. Playa 2015	47.000,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
5939893/15	90 carteles backlight en estaciones de trenes en Bs. As. ramal Sarmiento y Mitre durante Abril 2015	Transmedios S.A.	Ministerio de Desarrollo Económico IVC Alquiler se puede	56.816,00	La DDJJ de Exclusividad está fechada con posterioridad a la emisión de la pauta contratada.
21338493/15	www.facebook.com	La Usina Digital SRL	Ministerio de Desarrollo Social - Red Social En Todo estás Vos 2015	75.571,93	La DDJJ de Exclusividad no está fechada. La propuesta comercial está fechada con posterioridad a la fecha para la que se propone la pauta. La Orden de Publicidad se emite con fecha posterior a que la pauta contratada se emitiera. La DDJJ de certificación no tiene fecha.