

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN

ESCUELA DE POLÍTICA Y GOBIERNO

Especialización en Auditoría Gubernamental

Título del Trabajo Integrador Final:

“Plan Anual de Auditoría con Proyección de un ciclo Plurianual – Ministerio de
Comunicación Pública - PBA”

Aspirante N° 30

INDICE

I.- OBJETIVOS DE LA AUDITORÍA DE LA CUENTA	1
II.- OBJETO DE LA AUDITORÍA DE LA CUENTA	1
III.- ALCANCE	2
IV.- TAREAS PRELIMINARES PARA LA CONFECCIÓN DE LA PLANIFICACION ANUAL DE LA AUDITORIA DE LA CUENTA DEL EJERCICIO 2024	3
IV.A.- CARACTERISTICAS DEL ENTE AUDITADO	3
IV.B.- RELEVAMIENTO DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO	14
IV.C.- MATRIZ DE RIESGO	22
V.- PROGRAMA DE AUDITORIA	29
V.A.- PROYECTOS DE AUDITORIA Y SU ABORDAJE.....	29
V.B.- RECURSOS HUMANOS.....	39
V.C.- CRONOGRAMA DE ASIGNACIÓN DE TIEMPOS A PROYECTOS Y TAREAS	42
VI.- CICLO PLURIANUAL DE AUDITORIA	44
VII.- ANEXOS	45
VII.A.- PAPEL DE TRABAJO N° 1: CARACTERISTICAS DEL ENTE AUDITADO	45
VII.B.- PAPEL DE TRABAJO N° 2: RELEVAMIENTO DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO	64
VII.C.- PAPEL DE TRABAJO N° 3: MATRIZ DE RIESGOS	90

LISTADO DE CUADROS Y TABLAS

IV.A.- CARACTERISTICAS DEL ENTE AUDITADO

Cuadro 1: Composición y Evolución del Gasto Autorizado por Presupuesto	8
Cuadro 2: Composición del Gasto devengado 2023 por Programas	9
Cuadro 3: Composición analítica del Presupuesto Sancionado, Vigente y Devengado 2023.....	10
Cuadro 4: Composición Presupuestaria de las actividades de cada Programa por Inciso	11

IV.B.- RELEVAMIENTO DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO

Tabla 1: Actividades sustantivas del MCP.....	15
---	----

IV.C.- MATRIZ DE RIESGO

Tabla 2: Factores de riesgo.....	23
Tabla 3: Candidatos de auditoría y niveles de riesgo	26

V.A.- PROYECTOS DE AUDITORIA Y SU ABORDAJE

Tabla 4: Proyecto de auditoría financiera 1	29
Tabla 5: Proyecto de auditoría financiera 2	31
Tabla 6: Proyecto de auditoría de gestión 1	32
Tabla 7: Proyecto de auditoría de gestión 2	33
Tabla 8: Proyecto de auditoría de gestión 3	34
Tabla 9: Proyecto de auditoría de gestión 4	35
Tabla 10: Proyecto de auditoría financiera 3 y legalidad	36
Tabla 11: Proyecto de auditoría de sistemas	37

V.B.- RECURSOS HUMANOS

Tabla 12: Equipo de auditores.....	39
Tabla 13: Perfil del auditor - Contador Público	39
Tabla 14: Perfil del auditor - Lic. en Administración	40
Tabla 15: Perfil del auditor - Abogado	40
Tabla 16: Perfil del auditor – Ingeniero en Sistemas	41

V.C.- CRONOGRAMA DE ASIGNACIÓN DE TIEMPOS A PROYECTOS Y TAREAS

Tabla 17: Horas efectivas anuales por persona y total equipo auditor	42
Tabla 18: Estratificación de los Proyectos y Asignación de % de Horas a los mismos .	43
Tabla 19: Asignación de Horas de Tareas de Campo a Proyectos de Auditoría	43
Tabla 20: Programación de la ejecución de los proyectos de auditoría	44

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 1 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Señora relatora jefa:

De conformidad con lo previsto por el Reglamento Interno de la Ley N° 10.869 y sus modificatorias, se procede a elevar el proyecto de la Planificación General de Auditoría correspondiente al Ministerio de Comunicación Pública - Ejercicio 2024, sobre el que se efectuará el Estudio de la Cuenta.

I.- OBJETIVOS DE LA AUDITORÍA DE LA CUENTA

En la elaboración de este Informe de Planificación de la Auditoría de la Cuenta se ha considerado el objetivo de estudio en base a las pautas fijadas por el H. Tribunal de Cuentas, en su calidad de órgano jurisdiccional de control externo, pautas establecidas en la Ley Orgánica que lo rige y su correspondiente reglamentación.

En tal sentido, dicho objetivo incluye evaluar los aspectos financieros, presupuestarios y patrimoniales de la gestión, en el marco de una auditoría de cumplimiento asociada a una auditoría de estados financieros y de gestión, cuyos resultados constituirán el insumo principal del Juicio de Cuentas, que permitirá emitir la resolución decisoria sobre la aprobación o desaprobación de la Cuenta por parte del H. Tribunal de Cuentas (Artículo 159 de la Constitución Provincial y 42 de la Ley N° 10869 y sus modificatorias).

II.- OBJETO DE LA AUDITORÍA DE LA CUENTA

En razón del mandato legal del H. Tribunal de Cuentas otorgado por la Constitución Provincial (Artículo 159) y su Ley Orgánica N° 10.869 (y sus modificatorias), este organismo debe llevar a cabo la verificación de la regularidad financiera, patrimonial y presupuestaria de la rendición, desarrollando las actividades que a continuación se señalan y con las siguientes finalidades:

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 2 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

1. Examinar las cuentas de percepción e inversión de las rentas públicas a fin de que el H. Cuerpo decida su aprobación o desaprobación.

2. Inspeccionar las oficinas provinciales que administren fondos públicos con el propósito de prevenir irregularidades.

Para cumplir con dicho mandato, el H. Tribunal de Cuentas definió, a través del MACOEX (Capítulo 4.122) el objeto general de auditoría, que focaliza en los estados financieros, operaciones, programas actividades y/o información u otros asuntos de la entidad auditada, correspondientes a un ejercicio fiscal determinado, con sus registros y documentación de respaldo.

Sobre la base de dicho universo, y en función de las evaluaciones previas efectuadas (Capítulos IV.A, IV.B y IV.C), se definen los proyectos de auditoría que se exponen en el Capítulo V expuesto infra, a considerarse en el Estudio de la Cuenta del Ministerio de Comunicación Pública - Ejercicio 2024.

III.- ALCANCE

Se aplicarán los procedimientos consignados en el MACOEX, en concordancia con las Normas Internacionales de las Entidades Fiscalizadoras Superiores (ISSAIs) emitidas por la Organización Internacional de Entidades Fiscalizadoras Superiores (INTOSAI). También, se tendrán en cuenta las premisas y lineamientos establecidos por el sistema de gestión de calidad – ISO 9001:2015.

Las tareas de auditoría se desarrollarán a partir de la fecha de aprobación de la presente planificación hasta las fechas límites previstas para la emisión del Informe Art. 26 de conformidad con plazos fijados en el Reglamento Interno de la Ley N° 10.869 y modificatorias.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 3 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

IV.- TAREAS PRELIMINARES PARA LA CONFECCIÓN DE LA PLANIFICACION ANUAL DE LA AUDITORIA DE LA CUENTA DEL EJERCICIO 2024

Con la finalidad de establecer la estrategia de la Auditoría de la Cuenta, se procedió a reunir información objetiva que permita definir y categorizar los Proyectos de Auditoría y así determinar la naturaleza, alcance y oportunidad de los procedimientos a aplicar en cada uno de dichos proyectos, realizando un estudio preliminar para la obtención del conocimiento del ente sujeto a control.

El mentado análisis se llevó a cabo a través de una serie de tareas por etapas, que se describen seguidamente:

IV.A.- CARACTERISTICAS DEL ENTE AUDITADO

El relevamiento del "Perfil del Auditado" resulta fundamental para poder evaluar los riesgos de auditoría, y programar la naturaleza, alcance y oportunidad de los procedimientos a realizar. Se procura la obtención de un conocimiento adecuado del ente, de sus operaciones, sistemas y métodos de procesamiento de información, comprender su estructura básica: la actividad que realiza, su normativa, su conformación, sus procesos sustantivos, identificando la legislación y reglamentación que le son aplicables.

Para lograr el conocimiento apropiado del organismo a auditar fue necesario recurrir al análisis de información y documentación provista por distintas fuentes: legajo permanente, sitios web institucionales, documentación obrante en el ente, etc.

El detalle y análisis de todos los datos recabados, se encuentra expuesto de manera pormenorizada en el documento *PT 1 – Características del ente auditado*, el cual sirve de sustento a la presente planificación, y se halla incorporado en el Legajo de

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 4 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Papeles de Trabajo del organismo bajo estudio. A continuación, se presenta una síntesis de las cuestiones más relevantes:

- **Aspectos generales**

El Ministerio de Comunicación Pública de la Provincia de Buenos Aires fue creado mediante la Ley N° 15.164 del año 2019, con el objetivo fundamental de gestionar la comunicación del Plan Estratégico Integral del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. Entre sus funciones se incluyen:

- La comunicación de los contenidos estratégicos del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires.
- La vocería del Poder Ejecutivo.
- La coordinación del contenido institucional de las páginas Web y canales oficiales de comunicación digital.
- La vinculación con las diferentes áreas de gobierno y municipios de la Provincia de Buenos Aires en lo referido a la comunicación pública y al vínculo ciudadano.
- La difusión y publicidad de los actos de gobierno.
- La contratación de la pauta publicitaria.
- La vinculación con los medios de comunicación.
- La dirección de Radio Provincia y otros medios en los que la Provincia tuviere participación.
- La coordinación de estrategias destinadas a fortalecer la imagen e identidad provincial como red de identidades locales y regionales.

El Ministerio se organiza en cinco Subsecretarías y una Unidad para el fortalecimiento de la identidad bonaerense.

- 1) Subsecretaría de Planificación de Comunicación Gubernamental, que incluye tres Direcciones Provinciales:

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 5 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

- **Dirección Provincial de comunicación estratégica** (Comprende Dirección de Políticas Públicas de Comunicación, Dirección de Planificación de Campañas, Dirección de Análisis y Comunicación de Datos e Información Gubernamental, y Dirección de Gestión en Comunicación de Crisis)

- **Dirección Provincial de Planificación y Gestión de Actos de Gobierno** (Comprende Dirección de Gestión de Actos de Gobierno)

- **Dirección Provincial de radio provincia** (Comprende Dirección de Programación y Producción Radial y Dirección de Administración y Gestión Comercial)

2) Subsecretaría de Producción y Contenidos. Comprende seis Direcciones Provinciales:

- **Dirección provincial de Seguimiento de Medios** (Comprende a la Dirección de Monitoreo de Medios de Comunicación)

- **Dirección provincial de Prensa y Difusión** (Comprende a la Dirección de Difusión en Medios Nacionales y la Dirección de Difusión en Medios Bonaerenses)

- **Dirección Provincial de Fotografía, Imagen y Diseño** (Comprende a la Dirección de Fotografía y la Dirección de Imagen y Diseño)

- **Dirección Provincial de Producción Audiovisual** (Comprende a la Dirección de Pre-Producción Audiovisual, la Dirección de Realización Audiovisual y la Dirección de Edición y Post-Producción Audiovisual)

- **Dirección Provincial de Contenidos** (Incluye a la Dirección de Redacción)

- **Dirección Provincial de Comunicación Digital** (Incluye a la Dirección de Redacción de Contenido y Monitoreo de Plataformas, y la Dirección de Realización y Producción de Contenido Digital)

3) Subsecretaría de Coordinación de Medios, con dos Direcciones Provinciales a cargo:

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 6 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

- **Dirección provincial de Estrategia Publicitaria.** Comprende la Dirección de Estrategia Publicitaria en Medios de Comunicación, Dirección de Estrategia Publicitaria en vía pública y la Dirección de Estrategia Publicitaria en plataformas digitales.

- **Dirección Provincial de Administración de Publicidad Oficial.** Comprende a la Dirección de Certificación de Publicidad Oficial, la Dirección de enlace institucional para la publicidad oficial y Dirección del Registro Oficial de Medios Publicitarios.

4) Subsecretaría de Control de Gestión y Comunicación Institucional. Comprende a la Dirección Provincial de Comunicación Institucional (incluye a la Dirección de Formación y Vínculo con los Municipios) y una Unidad de Control de Gestión y Modernización. Esta subsecretaría es una adición reciente que surge como parte de la nueva estructura aprobada a partir del 1° de mayo de 2024, según lo establecido en el Decreto 470/2024.

5) Subsecretaría Técnica Administrativa y Legal. Contiene a las siguientes dos Direcciones Provinciales:

- **Dirección General de Administración** que incluye la Dirección de Compras y Contrataciones, la Dirección de Contabilidad y Presupuesto, la Dirección de Servicios Técnico-Administrativos, la Dirección Delegada de la Dirección Provincial de Personal y la Dirección de Informática.

- **Dirección Provincial de Logística y Servicios Auxiliares.** Comprende a la Dirección de Logística y Automotores y la Dirección de Servicios Auxiliares.

- **Normativa específica**

- Ley de Ministerios N° 15.164

- Decreto N° 30/2020. Estructura Orgánico Funcional del Ministerio de Comunicación Pública. Absorbe unidades orgánico funcionales del Ministerio de Asuntos Públicos y de la Secretaría de Medios.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 7 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

- Decreto N° 1092/2021. Desagregación de la Estructura Orgánico-Funcional.
- Decreto N° 470/2024. Modifica la estructura a partir del 1° de mayo de 2024.
- Decreto Ley N° 7764/71. Ley de Contabilidad.
- Ley N° 10.430. Estatuto y escalafón para el personal de la administración pública.
- Ley N° 13.767. Administración Financiera y sistema de control de la administración general del estado provincial.
- Ley N° 13.981. Subsistema de contrataciones del estado.
- Ley N° 15.394. Presupuesto General de la Administración Provincial para el Ejercicio 2023.
- Decreto Reglamentario N° 59/19. Reglamentación de la Ley de Contrataciones N° 13.981.
- Decreto N° 2147/2016 (Reglamentación de la **Contratación de la Publicidad Oficial** (Art. 18 Inciso k) de la Ley de Contrataciones N° 13.981)).

Artículos importantes:

- **ARTÍCULO 1° CONTRATACIÓN DE LA PUBLICIDAD OFICIAL.** “La atribución de autorizar y aprobar la contratación directa de la Publicidad Oficial, será ejercida por la Autoridad de Aplicación.” (MCP) “...A tales efectos los distintos Ministerios, Organismos de la Constitución y Reparticiones Autárquicas, harán llegar a la Autoridad de Aplicación, los pedidos de publicidad correspondientes, quien tendrá la atribución de programar la publicidad oficial y los medios en que se ha de pautar.”
- **ARTÍCULO 4°: REGISTRO. INICIO DEL SERVICIO. APROBACIÓN.** “La Autoridad de Aplicación llevará un **Registro Único de Órdenes de Publicidad Oficial** (RUOPO) por número correlativo donde se registrarán todas las que se emitan, que deberán contener la totalidad de los datos de una “Orden de Compra”. Asimismo, el referido Registro se confeccionará de forma tal que

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 8 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

permita determinar la publicidad efectuada por cada Jurisdicción y/o Repartición solicitante.

La **orden de publicidad** suscripta por el funcionario competente será **suficiente y único acto administrativo de autorización y aprobación de la contratación**”.

- Resolución N° 40/2017 de la Secretaria de Medios. Establece que podrán ser destinatarios de la pauta oficial, solamente aquellos medios y/o productoras de contenidos y/o comercializadoras de espacios publicitarios, que se encuentren inscriptos en el Registro Oficial de Medios Publicitarios.

- Resolución 140/2018 de la Secretaria de Medios. Aprueba la reglamentación del Registro Oficial de Medios Publicitarios. Define los requisitos para la inscripción en dicho registro.

- Perfil institucional y financiero del auditado

Es importante destacar que el presupuesto del ejercicio 2024 de Ministerio de Comunicación Pública es una prórroga de la Ley de Presupuesto del 2023 N° 15.396, por lo que es probable que experimente modificaciones debido al contexto inflacionario y otras circunstancias que podrían afectar el presente periodo fiscal. Finalmente, se transcriben las conclusiones derivadas del mencionado documento.

Cuadro 1: Composición y Evolución del Gasto Autorizado por Presupuesto

	Inciso 1	Inciso 2	Inciso 3	Inciso 4	Total
2021	446.000.000,00	15.998.000,00	914.170.000,00	8.679.000,00	1.384.847.000,00
2022	947.227.000,00	36.892.000,00	1.422.441.000,00	38.679.000,00	2.445.239.000,00
2023	2.254.299.000,00	81.103.000,00	3.014.419.000,00	100.000.000,00	5.449.821.000,00
2024	2.254.299.000,00	81.103.000,00	3.014.419.000,00	100.000.000,00	5.449.821.000,00

Fuente 1: Ley de Presupuesto N° 15.165 (2021) - Ley de Presupuesto N° 15.310 (2022) - Ley de Presupuesto N° 15.394 (2023).

 Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 9 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

La distribución relativa de los Incisos en el presupuesto de cada año ha mantenido una estabilidad general. En relación al Inciso 3, a pesar de mantener la mayor participación relativa, ha experimentado una disminución de su participación del 66.03% en 2021 al 55.23% en 2023. Por otro lado, el Inciso 1 ha mostrado un crecimiento constante en su participación, pasando de representar el 32.19% en 2021 al 41.35% en 2023.

Cuadro 2: Composición del Gasto devengado 2023 por Programas

Nº	Nombre del Programa	Inciso 1	Inciso 2	Inciso 3	Inciso 4	TOTAL	TOTAL DEV PRG/TOTAL DEV
Prog. 1	Actividades Centrales del Ministerio de Comunicación Pública	1.822.262.618,00	94.508.101,87	464.486.410,20	89.688.203,20	2.470.945.333,27	11,40%
Prog. 2	Radio Pública y Publicidad Oficial	1.459.464.824,51	3.686.284,55	17.704.836.282,70	30.283.580,31	19.198.270.972,07	88,60%
TOTAL		3.281.727.442,51	98.194.386,42	18.169.322.692,90	119.971.783,51	21.669.216.305,34	100,00%
TOTAL INC./TOTAL DEVENGADO		15,14%	0,45%	83,85%	0,55%	100,00%	

Fuente 2: Listado parametrizado de crédito al 31/12/2023 (SIGAF)

El Presupuesto se divide en dos Programas Presupuestarios. En esta ocasión, he optado por analizar el gasto devengado por programas y por incisos en el ejercicio 2023, dado que el presupuesto del 2024, al ser una prórroga del 2023 contiene información desactualizada.

Del análisis realizado, se destaca una distribución significativa de recursos, evidenciando una clara priorización en el programa de Radio Pública y Publicidad Oficial, el cual representa el 88.60% del total devengado. Asimismo, al observar la distribución del gasto devengado por inciso, se resalta la participación del Inciso 3 en dicho programa, el cual absorbe la mayor parte de los recursos, representando el 83.85% del total devengado.



Cuadro 3: Composición analítica del Presupuesto Sancionado, Vigente y Devengado 2023

Incisos Pdas Principales	Descripción Partida Principal conforme Manual de Clasificadores Presupuestarios	Importe Presupuesto Cred Sanción 2023	INCIDENCIA SOBRE TOTAL DEL INCISO	Importe Presupuesto Cred Vigente 2023	INCIDENCIA SOBRE TOTAL DEL INCISO	Devengado al 31/12/2023	INCIDENCIA SOBRE TOTAL DEL INCISO
1	Total inciso 1	2.254.299.000,00	41%	2.254.299.000,00	10,48%	3.281.727.442,54	15,14%
1	Personal permanente	1.249.318.946,00	55,42%	1.249.318.946,00	55,42%	2.509.689.225,62	76,47%
2	Personal temporario	984.664.054,00	43,68%	984.664.054,00	43,68%	711.507.863,40	21,68%
3	Asignaciones familiares	1.200.000,00	0,05%	1.200.000,00	0,05%	1.896.735,00	0,06%
4	Servicios extraordinarios	17.866.000,00	0,79%	17.866.000,00	0,79%	52.034.285,49	1,59%
5	Asistencia social al personal	400.000,00	0,02%	400.000,00	0,02%	2.561.354,12	0,08%
6	Beneficios y compensaciones	850.000,00	0,04%	850.000,00	0,04%	4.037.978,91	0,12%
2	Total inciso 2	81.103.000,00	1%	103.103.000,00	0,48%	98.194.386,42	0,45%
1	Productos alimenticios, agropecuarios y forestales	1.300.000,00	1,60%	1.300.000,00	1,26%	2.784.194,39	2,84%
2	Textiles y Vestuarios	1.550.000,00	1,91%	1.550.000,00	1,50%	1.453.914,00	1,48%
3	Productos de papel, cartón e impresos	16.419.000,00	20,24%	20.019.000,00	19,42%	11.540.251,50	11,75%
4	Productos de cuero y caucho	9.500.000,00	11,71%	16.500.000,00	16,00%	13.966.685,00	14,22%
5	Productos químicos y medicinales	3.700.000,00	4,56%	3.700.000,00	3,59%	4.003.976,14	4,08%
6	Productos metálicos	600.000,00	0,74%	600.000,00	0,58%	211.152,06	0,22%
7	Productos de la minería, petróleo y sus derivados	31.300.000,00	38,59%	42.000.000,00	40,74%	49.124.363,55	50,03%
9	Otros bienes de consumo	16.734.000,00	20,63%	17.434.000,00	16,91%	15.109.849,78	15,39%
	Total inciso 3	3.014.419.000,00	55%	18.956.519.000,00	88,11%	18.169.322.692,90	83,85%
1	Servicios básicos	16.926.000,00	0,56%	32.484.000,00	0,17%	32.465.018,56	0,18%
2	Alquileres y Derechos	13.000.000,00	0,43%	57.340.000,00	0,30%	57.407.870,00	0,32%
3	Mantenimiento, reparación y limpieza	62.250.000,00	2,07%	71.250.000,00	0,38%	73.226.201,04	0,40%
4	Servicios técnicos y profesionales	113.098.835,00	3,75%	120.308.835,00	0,63%	113.711.396,87	0,63%
5	Servicios comerciales y financieros	100.637.763,00	3,34%	115.429.763,00	0,61%	101.401.191,85	0,56%
6	Publicidad y propaganda	2.500.000.000,00	82,93%	18.300.000.000,00	96,54%	17.561.878.955,44	96,66%
7	Pasajes viáticos y compensaciones	20.836.000,00	0,69%	86.382.639,00	0,46%	72.918.221,08	0,40%
8	Impuestos, derechos y tasas	2.000.000,00	0,07%	2.000.000,00	0,01%	5.308.136,49	0,03%
9	Otros Servicios	185.670.402,00	6,16%	171.323.763,00	0,90%	151.005.701,57	0,83%
4	Total inciso 4	100.000.000,00	1,83%	200.000.000,00	0,93%	119.971.783,51	0,55%
3	Maquinaria equipo y soft	100.000.000,00	100,00%	200.000.000,00	100,00%	119.354.883,51	99,49%
4	Equipo de seguridad	0,00	0,00%	0,00	0,00%	616.900,00	0,51%
		5.449.821.000,00		21.513.921.000,00		21.669.216.305,37	

Fuente 3: Presupuesto Sanción Ley 15.394, Vigente y Devengado al 31/12/2023 según Informe Parametrizado del Crédito SIGAF- Ministerio de Comunicación Pública - Ejercicio 2023.

Al examinar detalladamente la composición del gasto devengado por incisos y partidas presupuestarias durante el ejercicio fiscal 2023, se destaca la partida principal "Publicidad y propaganda" en el inciso 3 (Servicios No Personales). Esta partida muestra una predominancia notable, representando el 82.93% del presupuesto sancionado y el 96.66% del gasto devengado en dicho inciso.



Asimismo, se evidencia una variación extraordinaria entre el presupuesto sancionado y el devengado para dicha partida, lo que sugiere una ejecución que difiere significativamente de lo inicialmente planeado. Se pueden identificar posibles factores contribuyentes, como campañas inesperadas, emergencias o cambios en las estrategias de comunicación, especialmente en un año electoral. Este análisis pone de relieve ciertos riesgos a tener en cuenta durante el proceso de auditoría.

Continuando con el análisis del gasto distribuido en las diferentes partidas presupuestarias, es importante destacar la participación preponderante de los sueldos y las cargas sociales del personal permanente (76.47%) en el gasto devengado del inciso 1) y del personal temporario (21.68%). Se observa una marcada diferencia en su participación relativa entre el presupuesto planificado y la realidad reflejada en el gasto devengado, aspecto que se encuentra influenciado por los factores previamente explicados.

Cuadro 4: Composición Presupuestaria de las actividades de cada Programa por Inciso

Programas - Actividades		Importe Presupuesto Cred. Sanción 2023	INCIDENCI A S/ TOTAL	Importe Presupuesto Cred. Vigente 2023	INCIDENCI A S/ TOTAL	Devengado al 31/12/2023	INCIDENCI A S/ TOTAL
Prog 1	Actividades Centrales del MCP	1.802.981.278,00	33%	2.030.681.278,00	9%	2.470.945.333,30	11%
Act 1	Producción y Planificación de la comunicación	1.336.584.471,00	25%	1.494.784.471,00	7%	1.823.216.309,62	8%
1	Personal	845.942.671,00	16%	845.942.671,00	4%	1.239.718.532,61	6%
2	Bienes de consumo	61.903.000,00	1%	76.903.000,00	0%	76.842.159,28	0%
3	Servicios no Personales	375.920.000,00	7%	493.270.000,00	2%	441.313.171,82	2%
4	Bienes de uso	52.818.800,00	1%	78.668.800,00	0%	65.342.445,91	0%
Act 2	Administración del Ministerio	466.396.807,00	9%	535.896.807,00	2%	647.729.023,68	3%
1	Personal	425.215.607,00	8%	425.215.607,00	2%	582.544.085,42	3%
2	Bienes de consumo	14.950.000,00	0%	21.950.000,00	0%	17.665.942,59	0%
3	Servicios no Personales	14.550.000,00	0%	18.050.000,00	0%	23.173.238,38	0%
4	Bienes de uso	11.681.200,00	0%	70.681.200,00	0%	24.345.757,29	0%
Prog 2	Radio Pública y Publicidad Oficial	3.646.839.722,00	67%	19.483.239.722,00	91%	19.198.270.972,07	89%
Act 1	Estrategia y Administración Publicitaria	2.778.471.053,00	51%	18.578.471.053,00	86%	17.932.426.257,72	83%
1	Personal	273.921.053,00	5%	273.921.053,00	1%	366.046.720,10	2%
3	Servicios no Personales	2.504.550.000,00	46%	18.304.550.000,00	85%	17.566.379.537,62	81%
4	Bienes de uso	-	0%	-	0%	-	0%
Act 2	Radio Provincia	868.368.669,00	16%	904.768.669,00	4%	1.265.844.714,35	6%
1	Personal	709.219.669,00	13%	709.219.669,00	3%	1.093.418.104,41	5%
2	Bienes de consumo	4.250.000,00	0%	4.250.000,00	0%	3.686.284,55	0%
3	Servicios no Personales	119.399.000,00	2%	140.649.000,00	1%	138.456.745,08	1%
4	Bienes de uso	35.500.000,00	1%	50.650.000,00	0%	30.283.580,31	0%
total General		5.449.821.000,00	100%	21.513.921.000,00	100%	21.669.216.305,37	100%

Fuente 4: Presupuesto Sanción Ley 15.394, Vigente y Devengado al 31/12/2023 según Informe Parametrizado del Crédito SIGAF- Ministerio de Comunicación Pública - Ejercicio 2023

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 12 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

El 83 % del gasto devengado corresponde a la actividad 1 (Estrategia y Administración Publicitaria) del programa 2. Nuevamente, incorpora el gasto de publicidad oficial.

Conclusiones del Perfil del Auditado:

El resultado de dicho análisis ha sido identificar las áreas críticas en las cuales focalizar la labor de auditoría, siendo ellas las siguientes:

- a) Publicidad y Propaganda: la incidencia del Inciso 3 - Servicios no Personales – sobre el total del Crédito Vigente representa el 88% del mismo, y dentro del inciso, tiene mayor significatividad la partida principal 3.6 - Publicidad y Propaganda, que representa el 85% del presupuesto vigente de la Jurisdicción y el 81% del devengado total. Asimismo, es destacable la evidencia de un incremento del 632% entre el Presupuesto sancionado y el vigente al 31/12/2023 en dicha partida. Este notable aumento puede atribuirse en parte al año electoral, donde las campañas y estrategias de comunicación tienden a intensificarse, lo que añade aún más riesgo a esta partida.

- b) Planta de Personal: la incidencia presupuestaria del Inciso 1 - Gastos en personal - sobre el gasto devengado en 2023 organismo implica un 15,14% respecto del total de gastos devengados. Representa la mayor asignación presupuestaria después del gasto aprobado en el Inciso 3, lo que lo convierte en un área crítica. Además, se evidencia una rotación del personal profesional y técnico. Esta rotación puede tener implicaciones en la continuidad operativa y la eficiencia del organismo, ya que la pérdida de conocimiento y experiencia puede afectar el desempeño y la productividad. También podría generar costos adicionales asociados con la formación y capacitación de nuevos empleados, así como posibles interrupciones en la prestación de servicios. Por lo tanto, dada la importancia del gasto en el Inciso 1 y

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 13 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

los riesgos asociados con la rotación del personal, se considera que esta área constituye un candidato de auditoría.

- c) Bienes de Consumo: La asignación presupuestaria más significativa dentro del Inciso 2, corresponde a la partida 2.7. “Productos de la minería, petróleo y sus derivados”, cuya incidencia es del 50.03% respecto del gasto total devengado en el Inciso. y finalmente la partida 2.3 “Productos de Papel” en un 19.5 %. 50,03% de la partida. “Productos de la minería, petróleo y sus derivados” respecto del total devengado en el inciso, además de presentar un incremento porcentual en comparación con lo previsto en el presupuesto. Y continua en orden de significancia dentro del inciso la partida 9 “Otros bienes de consumo” con el 15,39% de participación sobre el total devengado del inciso.
- d) Bienes de Uso: Los resultados de Auditorías de ejercicios anteriores han revelado debilidades en el control interno asociadas a los expedientes que gestionan las compras y pagos de bienes de uso. Esta situación plantea riesgos en el proceso, los cuales deben ser considerados en futuras auditorías.
- e) Proceso de selección de los prestadores de publicidad oficial: El proceso de selección de prestadores de publicidad oficial se identifica como un área crítica debido a la presencia de importantes elementos discrecionales en la selección, así como a la falta de consulta pública del Registro de Proveedores y la ausencia de digitalización de las actuaciones. Estos hallazgos revelan riesgos de opacidad en la gestión de la publicidad oficial y deficiencias en los controles internos, como se ha señalado en recomendaciones previas para mejorar la transparencia y eficiencia en la administración de los recursos públicos.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 14 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

IV.B.- RELEVAMIENTO DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO:

De conformidad con lo preceptuado por las Normas de Auditoría citadas en el Alcance, la elaboración del Programa de Auditoría debe sustentarse, entre otras evidencias, en el Relevamiento del Sistema de Control Interno (SCI).

La evaluación del Sistema de Control Interno implica analizar, en términos generales, si el esquema organizacional del ente a auditar resulta confiable a fin de: cumplir con los objetivos institucionales, salvaguardar sus activos, verificar la confiabilidad y exactitud de la información contable, asegurar el cumplimiento de la normativa aplicable y promover la eficiencia operativa.

Para la realización de la Evaluación del Sistema de Control Interno se consideraron los cinco componentes que lo integran, de acuerdo a los lineamientos planteados por la metodología COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Tradeway Commision, USA, septiembre 1992).

La actividad desarrollada por el equipo auditor en este sentido, se encuentra documentada en el Legajo de Papeles de Trabajo e identificada como PT 2 - *Análisis del sistema de control interno*. Seguidamente se sintetizan las conclusiones arribadas:

1. **Entorno de Control:**

Las actividades sustantivas del Ministerio comprenden:

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 15 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Tabla 1: Actividades sustantivas del MCP

	Actividad Sustantiva	Subsecretaría	Direcciones Provinciales
1	Desarrollo y Ejecución de Estrategias de Comunicación Integrada.	Subsecretaría de Planificación de Comunicación Gubernamental	DP Comunicación Estratégica DP Planificación y Gestión de Actos de Gobierno. DP Radio Provincia
2	Gestión Integral de Medios y Producción de Contenidos	Subsecretaría de Producción y Contenidos	DP Seguimiento de Medios DP Prensa y Difusión DP Producción Audiovisual DP Fotografía, Imagen y Diseño DP Comunicación Digital
3	Coordinación de Estrategias Publicitarias y Gestión integral de la Publicidad Oficial	Subsecretaría de Coordinación de Medios	DP Estrategia Publicitaria DP Administración de Publicidad Oficial

Fuente 5: Elaboración propia en base a objetivos, misiones y funciones.

A partir de la información relevada, se destacan las siguientes fortalezas y debilidades del entorno de control:

En relación al principio de **Supervisión independiente de la junta directiva** se destaca que la Unidad de Control de Gestión y Modernización, bajo la supervisión de la Subsecretaría de Control de Gestión y Comunicación Institucional, desempeña funciones que guardan similitud con una auditoría interna y es independiente de las restantes áreas de la entidad. Sin embargo, es importante resaltar que tanto la Subsecretaría como esta Unidad son de reciente creación, en virtud de las modificaciones estructurales introducidas por el Decreto 470/2024, vigente desde el 1° de mayo de 2024. Aunque la Unidad carece de experiencia, su incorporación constituye un paso valioso en el fortalecimiento de la gestión institucional, aunque se deben considerar los posibles riesgos asociados a su proceso de formación.

La entidad cuenta con una ley de creación que contempla una estructura orgánica actualizada e integral, proporcionando una base sólida para su funcionamiento. Las misiones y funciones de cada área están definidas.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 16 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

En relación al principio de **Atraer, retener y mantener personal competente**, se resalta la rotación del personal, especialmente en áreas específicas como fotografía, donde los perfiles requeridos son muy valorados y difíciles de encontrar. La alta demanda de disponibilidad para viajar a distintos puntos de la provincia hace que a menudo se contraten jóvenes que permanecen en el organismo por un tiempo limitado.

2. Evaluación de Riesgos:

a) Identificación de riesgos inherentes

La Gestión Integral de la Publicidad Oficial es una actividad central y altamente significativa para el Ministerio de Comunicación Pública, ya que representa el 85% del presupuesto devengado en 2023, según el análisis del Papel de Trabajo N° 1 del ente auditado. Se define como toda comunicación escrita o verbal que emana de una autoridad pública, cuyo objetivo es transmitir información de interés público a través de distintos medios, en el marco de un sistema republicano y democrático. Esta actividad está intrínsecamente ligada al principio republicano y constitucional de la publicidad de los actos de gobierno, garantizando así el acceso al derecho a la información.

La publicidad oficial permite a los ciudadanos conocer la administración y destino de los fondos públicos, fomentando la transparencia y creando oportunidades de participación y control sobre las actuaciones de los órganos estatales, ya sea del poder ejecutivo, legislativo o judicial. Debido a su naturaleza, tiene una notable importancia y sensibilidad, lo que se traduce en un riesgo inherente de esta actividad.

Asimismo, se identifica un riesgo vinculado a la utilización de la Publicidad Oficial con fines partidistas y falta de transparencia en los procesos de contratación. Existe un riesgo significativo de que la publicidad oficial sea utilizada para favorecer a determinados partidos políticos o figuras públicas, en lugar de proporcionar información imparcial y de interés público. La falta de criterios normativamente impuestos para la

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 17 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

asignación y distribución de la publicidad oficial aumenta este riesgo, ya que no existen regulaciones claras y específicas en sintonía con los estándares internacionales.

La normativa establece la contratación directa como regla, lo que atenta contra los principios de concurrencia, libre competencia e igualdad en la contratación. Además, la falta de transparencia en los procesos de selección de medios aumenta la discrecionalidad, lo que puede conducir a la violación del derecho a la libertad de pensamiento y de expresión.

Otro riesgo inherente a las actividades del Ministerio de Comunicación Pública está asociado a los cambios estructurales que pueden afectar la continuidad operativa y requerir una adaptación por parte del personal. Se trata de un organismo de reciente creación, que recién en 2019 adopta la jerarquía ministerial, mediante la fusión de la Secretaría de Medios y la Secretaría de Asuntos Públicos. El Decreto 470/2024, con vigencia a partir del 1° de mayo de 2024, introdujo nuevamente modificaciones adicionales en la estructura. Estos cambios incluyeron la supresión de ciertas áreas y la incorporación de otras, como la Subsecretaría de Control de Gestión y Comunicación Institucional, que abarca la Dirección Provincial de Comunicación Institucional y una Unidad de Control de Gestión y Modernización.

b) Identificación de Riesgos de control

No se evidencia un documento formalmente aprobado por una autoridad competente que defina la estrategia anual de comunicación del Estado Provincial. Esta ausencia dificulta la evaluación de la razonabilidad en la toma de decisiones sobre la admisión o rechazo de propuestas de publicidad oficial presentadas por los organismos. La estrategia comunicacional debería ser fundamental para la adecuación e integración del Plan Anual de Publicidad Oficial, documento que tampoco implementa la organización.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 18 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Se destaca asimismo la falta de manuales de procedimiento, como la implementación de procesos sustantivos para analizar riesgos que puedan afectar el cumplimiento de los objetivos en las diversas áreas del Ministerio. No obstante, se observa un avance en estas cuestiones con la reciente creación de la Subsecretaría de Control de Gestión y Comunicación Institucional.

En relación a los expedientes que tramitan la contratación y el pago de la publicidad oficial, según emerge del resultado obtenido en auditorías anteriores, permanecen en formato papel, ya que, debido a ciertas particularidades de excepción, estos procesos se encuentran legalmente amparados, gozando durante seguidos ejercicios de prórrogas que suspenden los efectos del artículo 12 de la RESFC-2019-7-GDEBA-SLYT que establece la obligatoriedad de uso del Módulo de “Expediente Electrónico” para el total de procedimientos administrativos, en sintonía con los lineamientos de la Ley N° 14.828 de Modernización de la Administración Pública de la Provincia de Buenos Aires.

La situación descrita anteriormente conlleva diversos riesgos. Aunque la organización está en proceso de digitalización de documentos y ha implementado una mesa digital para el pago de servicios de publicidad, aún no se ha extendido esta digitalización a las etapas previas de contratación. Se anticipa que estas medidas se implementarán gradualmente en un futuro próximo.

En el mismo sentido, se resalta la ausencia de un registro público de fácil acceso para consultar las contrataciones relacionadas con la publicidad oficial. El Decreto 2147/2016 prevé la creación de un Registro Único de Órdenes de Publicidad Oficial (RUOPO) en el cual tendrían lugar todas las órdenes de contratación de publicidad oficial, las cuales deberán estar detalladas con los datos que contiene una Orden de compra. Sin embargo, no existe información pública respecto de este registro.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 19 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Finalmente se destaca la falta de controles sobre la emisión de la Pauta Publicitaria. Según la información proporcionada por el auditado, no se llevan a cabo controles sobre la prestación real del servicio, sino que se enfocan en verificar el cumplimiento de los requisitos formales de la documentación para procesar los pagos.

3. Actividades de Control:

El control interno que se ejerce para garantizar la eficacia de los procedimientos es preventivo, concomitante y posterior, el órgano que lo ejerce a través de sus reparticiones específicas es la Subsecretaría Técnica, Administrativa y Legal. En este sentido el control de legalidad lo efectúa la Dirección de Servicios Técnico – Administrativos, que interviene en la etapa posterior a la conformación de las actuaciones evaluando factibilidad, encuadre legal, documental respaldatoria, intervenciones, publicidad y en forma previa al dictado del acto administrativo definitivo después de sustanciadas las intervenciones de ley.

En relación a las actividades de control sobre los diferentes procesos, se destaca un aspecto débil identificado que tiene que ver con la ausencia de un manual de funciones que describa los procedimientos adoptados por la institución para llevar a cabo las diferentes actividades, delimitando las funciones, actividades y responsabilidades para cada puesto de trabajo existente en la institución.

Finalmente, respecto a las actividades de control de Tecnología de Información se resalta que el Ministerio utiliza el sistema contable SIGAF (Sistema Integrado de Gestión y Administración Financiera para la Provincia de Buenos Aires) para el registro de sus operaciones, siguiendo las normativas de la Contaduría General de la Provincia.

En cuanto al proceso de contratación y pago de la pauta oficial, se está desarrollando actualmente una herramienta informática específica. Hasta el momento se ha utilizado el sistema SDOP para gestionar las órdenes de publicidad. A partir de 2022, se inició el desarrollo de APUBA (Administración de Publicidad Buenos Aires) como

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 20 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

reemplazo de SDOP. Sin embargo, debido a cambios y mejoras en la base de datos, no fue posible migrar los datos antiguos de SDOP a APUBA. Para abordar esta transición, se creó un tablero de comandos que integra información de ambos sistemas, permitiendo un acceso unificado. Cabe señalar que APUBA fue desarrollado internamente por el Ministerio de Comunicación Pública de la Provincia de Buenos Aires y no forma parte del SIGAF.

Desde septiembre de 2022, se trabaja con la Dirección Provincial de Mejora Administrativa (DPMA) para integrar APUBA con GDEBA. Se ha firmado un acta de constitución del proyecto, y se está diseñando la integración para automatizar tareas, evitar duplicaciones y simplificar el proceso de caratulación de expedientes en GDEBA.

En cuanto a las actividades de control sobre estos sistemas, se observa una estructura parcialmente adecuada. La organización cuenta con una única unidad de TI, lo cual facilita la homogeneidad de criterios y objetivos en materia de TI. Sin embargo, esta unidad depende de la Subsecretaría Legal y Técnica, lo que no asegura su independencia de las áreas usuarias, limitando su capacidad para implementar criterios homogéneos en toda la organización y garantizar una atención imparcial y efectiva a todos los sectores.

No existe un manual de Roles y Funciones que documente formalmente la descripción y aprobación de los puestos de trabajo tanto de la Unidad de TI.

4. **Información y Comunicación:**

Se identifica como debilidad significativa en este principio la ausencia de un sistema de información integrado lo que dificulta la gestión y el acceso centralizado a la información. Esto en relación a la gestión de la pauta publicitaria, cuyos sistemas de información se encuentran en un proceso de cambios.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 21 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Respecto al principio de Información de control interno comunicada externamente, aunque el Ministerio dispone de diversas herramientas para la comunicación con usuarios externos, como el correo oficial, oficios, GDEBA, SIAPE, PBAC, SINDMA y Boletín Oficial, persisten debilidades en la transparencia de la contratación de pauta oficial. El Decreto 2147/2016 prevé la creación de un Registro Único de Órdenes de Publicidad Oficial (RUOPO), donde se detallarían todas las órdenes de contratación de publicidad oficial con la información completa de cada orden de compra. Sin embargo, actualmente no existe información pública accesible respecto a este registro, lo que afecta negativamente la transparencia en este aspecto.

5. **Actividades de Supervisión:**

Se destaca la revisión periódica de los procesos clave por parte de los responsables de cada área, lo que promueve la identificación de mejoras y ajustes necesarios. Sin embargo, aunque se realizan evaluaciones continuas y/o puntuales para determinar el funcionamiento de los controles internos, aún hay aspectos por mejorar en la consideración de riesgos y en la formalización de la metodología de evaluación.

Por otro lado, se evidencia la comparación habitual del desempeño con lo presupuestado y la evaluación de desvíos, lo que indica un enfoque en la gestión eficiente de recursos. No obstante, la implementación de un plan de mejoras basado en la autoevaluación del sistema de control interno no se ha concretado, lo que sugiere una oportunidad para fortalecer la eficacia de los controles.

En este punto es importante resaltar nuevamente la creación de la Subsecretaría de Modernización, que puede desempeñar un papel crucial en la mejora de las actividades de supervisión y en la implementación de prácticas de control interno más efectivas en el Ministerio.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 22 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Conclusiones de la evaluación del Sistema de Control Interno:

Grado de confiabilidad de los Componentes Ambiente de control - Evaluación de riesgos - Actividades de control - Supervisión y monitoreo: **MEDIO.**

Grado de confiabilidad del Componente Información y comunicación: Grado de confiabilidad **ALTO.**

Opinión general sobre el SCI a nivel jurisdiccional: Grado de confiabilidad MEDIO o “EN DESARROLLO”.

IV.C.- MATRIZ DE RIESGO

En lo relativo a toda Auditoría de la Cuenta, un riesgo puede ser definido como un conjunto de errores o irregularidades que probablemente puedan ocurrir en los procedimientos administrativo financieros (formulación y ejecución presupuestaria, gestión de pagos y contabilidad), de control legal, de gestión patrimonial, de gestión de recursos humanos y de compras y contrataciones, de recaudación propia, como consecuencia de distintos factores o causas (debilidad del control interno, por ejemplo) y que pueden afectar significativamente los objetivos del ente auditado, la regularidad legal y contable y el desempeño de las políticas y programas de gobierno.

La determinación de la estrategia del plan de auditoría depende de la identificación y tipificación de los potenciales riesgos (inherentes, de control, de detección, de auditoría y de fraude), y de la evaluación de cómo afectan a los candidatos de auditoría predefinidos; ello permite tomar las decisiones de selección y priorización de dichos candidatos los que pasarán a categoría de Proyectos de Auditoría en función del coeficiente de riesgo obtenido luego de aplicar el procedimiento desarrollado para dicha definición que se expone con grado de detalle en el *PT 3 - Matriz de riesgos*. Dicho documento se agrega al Legajo de Papeles de Trabajo y sustenta la presente planificación.

Los factores de riesgos seleccionados para realizar la identificación y evaluación de los riesgos relevantes son los siguientes:

Tabla 2: Factores de riesgo

4	Transparencia Institucional	<p>Aborda los riesgos relacionados con la adecuada gestión transparente de los recursos públicos, la integridad en los procesos de contratación, la equidad en las decisiones administrativas y la percepción pública de la institución. Incluye la vulnerabilidad frente a prácticas opacas, favoritismos y potenciales conflictos de interés que podrían comprometer la credibilidad y la misión del Ministerio. Le asignamos una importancia relativa alta dado que la transparencia institucional es fundamental para mantener la confianza pública y la legitimidad del Ministerio. Dada la naturaleza de la publicidad oficial y la gestión de recursos públicos, cualquier percepción de favoritismo, prácticas opacas o conflictos de interés puede tener graves consecuencias para la credibilidad y la efectividad de las campañas de comunicación.</p>
3	Alcance y Cobertura de la Publicidad Oficial	<p>Evalúa el impacto y la extensión de las campañas de publicidad oficial, considerando la diversidad de medios de comunicación y audiencias alcanzadas. La capacidad para llegar a una amplia y diversa audiencia es crucial para la efectividad de la comunicación gubernamental. Un alcance y cobertura adecuados aseguran que la información llegue a todos los segmentos de la población. Dado que el impacto y la extensión de las campañas de publicidad oficial son críticos para la efectividad de la comunicación gubernamental, le asignamos una ponderación media alta.</p>



2	Tecnología y Gestión de la Información	<p>Evalúa la eficiencia, seguridad y confiabilidad de los sistemas de información y tecnología utilizados en todos los procesos del Ministerio. Considera los riesgos asociados con la implementación, mantenimiento y actualización de los sistemas tecnológicos que respaldan la gestión de recursos humanos, bienes de uso, bienes de consumo, selección de prestadores de publicidad oficial, gestión integral de medios, producción de contenidos, estrategias de comunicación, compras y contrataciones, etc. Incluye la transición de procesos tradicionales a soluciones digitales y su impacto en la eficiencia operativa y la seguridad de la información. Dada la dependencia de estos sistemas para la ejecución de sus funciones y el riesgo asociado con fallos en la implementación o mantenimiento de tecnología, este factor si bien es muy importante, le asignamos una ponderación media baja en relación a los restantes factores.</p>
---	--	--

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 25 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

1	Adaptabilidad Organizacional	<p>Analiza la capacidad de la organización para ajustarse y responder eficazmente a cambios en su entorno operativo y estratégico, como cambios políticos, reestructuraciones internas, y rotación de personal. Incluye reestructuraciones, modificaciones en las funciones de los departamentos y cambios en la asignación de responsabilidades y recursos, los cuales pueden tener un impacto significativo en la eficiencia y eficacia del Ministerio. Estos cambios pueden generar riesgos inherentes como la descoordinación entre departamentos, la falta de claridad en las nuevas responsabilidades, y la posible pérdida de conocimiento institucional. Además, pueden impactar en la continuidad de proyectos y programas en curso, aumentando el riesgo de errores y disminuyendo la calidad de los servicios. Aunque importante, este factor tiene la menor prioridad relativa en comparación con los otros tres factores, ya que la adaptabilidad es un proceso interno continuo y puede ser gestionado con estrategias adecuadas de cambio y formación. Por lo tanto, la ponderación asignada es baja.</p>
----------	-------------------------------------	--

Fuente 6: Elaboración propia teniendo en cuenta características del ente y su sistema de control interno.

 Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 26 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

El resultado final de la evaluación de riesgos plasmada en la matriz, determinó los siguientes niveles de riesgo para cada proyecto de auditoría

Tabla 3: Candidatos de auditoría y niveles de riesgo

Candidatos de auditoría		RIESGO
1	Auditoría de Recursos Humanos	MEDIO
2	Auditoría de Gastos en Publicidad Oficial	ALTO
3	Auditoría del proceso de planificación y coordinación de la Publicidad Oficial	MEDIO
4	Auditoría del proceso de certificación y seguimiento de ejecución de Órdenes de Publicidad	ALTO
5	Auditoría del Proceso de selección de los prestadores de publicidad oficial	MEDIO
6	Auditoría del proceso de producción de contenidos fotográficos, y gráficos	BAJO
7	Auditoría del proceso de producción de contenidos audiovisuales	BAJO
8	Auditoría del proceso de Planificación y Ejecución de Campañas	MEDIO
9	Auditoría de Compras y Contrataciones	MEDIO
10	Auditoría de Estados Contables y registros	BAJO
11	Auditoría de Desarrollo de Sistema APUBA (Administración de Publicidad Buenos Aires)	MEDIO
12	Auditoría de Seguridad de la información	MEDIO

Fuente 7: Elaboración propia en base a matriz de riesgo.

Identificación y fundamentación de candidatos de auditoría del Plan Anual:

1) Auditoría de Recursos Humanos. la incidencia presupuestaria del Inciso 1 - Gastos en personal - sobre el gasto devengado en 2023 del organismo implica un 15,14% respecto del total de gastos devengados. Representa la mayor asignación presupuestaria después del gasto aprobado en el Inciso 3, lo que lo convierte en un área crítica. Además, se evidencia una rotación del personal profesional y técnico, lo que puede tener implicaciones en la continuidad operativa y la eficiencia del organismo, ya que la pérdida de conocimiento y experiencia puede afectar el desempeño y la productividad. Por lo tanto, dada la importancia del gasto en el Inciso 1 y los riesgos asociados con la rotación del personal, se considera que esta área constituye un candidato de auditoría.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 27 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

2) Auditoría de Gastos en Publicidad Oficial. Se trata de un área crítica debido a la alta materialidad y el riesgo inherente asociado a este gasto. La publicidad oficial representa el 85% del presupuesto devengado en 2023, lo que refleja su importancia financiera para el organismo. Además, se destaca un incremento del 632% entre el presupuesto sancionado y el vigente al 31/12/2023, atribuible en parte al año electoral. Este aumento significativo puede indicar riesgos de inadecuada gestión, uso ineficiente de los recursos y posibles desvíos con fines partidistas. La falta de transparencia y criterios claros en la asignación y distribución de la publicidad oficial aumenta la posibilidad de discrecionalidad y favoritismo, comprometiendo los principios de transparencia y equidad en el uso de fondos públicos.

3) Auditoría del proceso de planificación y coordinación de la Publicidad Oficial. Forma parte de los procesos sustantivos del Ministerio. La ausencia de un documento formalmente aprobado que defina la estrategia anual de comunicación dificulta la evaluación de la razonabilidad en la toma de decisiones y aumenta el riesgo de falta de coherencia y efectividad en las campañas publicitarias. La falta de un Plan Anual de Publicidad Oficial y manuales de procedimiento también representa un riesgo de desorganización y decisiones discrecionales.

4) Auditoría del proceso de certificación y seguimiento de ejecución de Órdenes de Publicidad. Dicho proceso es crítico para asegurar que los servicios contratados de publicidad se presten de manera adecuada y conforme a lo pactado. La falta de controles sobre la prestación real del servicio, enfocándose únicamente en la verificación de la documentación formal para procesar los pagos, incrementa el riesgo de pagos indebidos o por servicios no realizados. Esta falta de supervisión efectiva puede resultar en un uso ineficiente de los recursos públicos y comprometer la transparencia y rendición de cuentas en el manejo de la publicidad oficial.

5) Auditoría del Proceso de selección de los prestadores de publicidad oficial. Se identifica como un área crítica debido a la presencia de importantes elementos

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 28 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

discrecionales en la selección, así como a la falta de consulta pública del Registro de Proveedores y la ausencia de digitalización de las actuaciones. Estos hallazgos revelan riesgos de opacidad en la gestión de la publicidad oficial y deficiencias en los controles internos, como se ha señalado en recomendaciones previas para mejorar la transparencia y eficiencia en la administración de los recursos públicos.

6) Auditoría del proceso de producción de contenidos fotográficos, y gráficos. Se trata de una acción sustantiva del Ministerio, importante en relación a la efectividad de las campañas de comunicación gubernamental. La calidad y coherencia de estos contenidos son esenciales para transmitir mensajes institucionales de manera efectiva. Además, la falta de lineamientos claros para la aprobación de propuestas puede comprometer la eficacia de las campañas, incrementando el riesgo de mensajes inadecuados o incoherentes que afectan la percepción pública.

7) Auditoría de compras y contrataciones. Los resultados de Auditorías de ejercicios anteriores han revelado debilidades en el control interno asociadas a los expedientes que gestionan las compras y pagos de bienes de uso. Esta situación plantea riesgos en el proceso por lo que amerita incluirlo como candidato.

8) Auditoría de Desarrollo de Sistema APUBA (Administración de Publicidad Buenos Aires). El sistema APUBA es una herramienta nueva y crucial para el Ministerio dado que gestiona de manera integral el proceso de publicidad oficial. Su implementación es fundamental para mejorar la eficiencia, transparencia y control en la planificación, contratación, ejecución y seguimiento de las campañas publicitarias. Dada su reciente creación, existen riesgos asociados con su adaptación y operación efectiva. La falta de experiencia y familiaridad con el sistema puede llevar a errores y deficiencias en su uso. Además, la transición desde los procesos manuales a los digitales implica riesgos de continuidad operativa y de seguridad de la información, lo que hace necesario un control riguroso para asegurar su éxito y mitigación de riesgos asociados.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 29 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

V.- PROGRAMA DE AUDITORIA

Definidos los proyectos de auditoría que se someterán a análisis en el estudio de la cuenta del ejercicio 2024, en este capítulo se hará referencia a los objetivos perseguidos en cada proyecto, determinando el alcance de los mismos, así como a otros aspectos operativos de índole general a tener en cuenta en esta planificación.

V.A.- PROYECTOS DE AUDITORÍA Y SU ABORDAJE

Tabla 4: Proyecto de auditoría financiera 1

1. PROYECTO: AUDITORÍA DE RECURSOS HUMANOS	
Tipo de auditoría	Financiera
Objeto	Liquidaciones y pagos de haberes.
Objetivo	Verificar la integridad y exactitud de la documentación vinculada al pago de los gastos en personal, analizando a su vez la correcta imputación contable de los gastos vinculados al inciso 1 como su correspondiente registro y exposición en los libros mayores, y anexos correspondientes.
Alcance	Población: Rendiciones de cuentas elevadas por el Organismo a través del sistema GDEBA y SIGAF en cuanto a los pagos, y liquidaciones de haberes remitidas por la repartición, del ejercicio 2024.
	Método de análisis: Muestreo de acuerdo al universo de liquidaciones de sueldos.
Procedimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Comprobación y cálculo de los conceptos liquidados a los agentes de planta del organismo. - Análisis de cobros posteriores al cese de personal. - Análisis de altas y bajas de personal.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 30 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

	<ul style="list-style-type: none"> - Verificación del cumplimiento de las obligaciones del organismo con el Instituto de Previsión social. - Relevamiento y análisis del Anexo C y las liquidaciones de haberes informadas. - Revisión de imputación y exposición contable de los devengamientos y pagos de haberes. <p>Los procedimientos enunciados serán modificados o ampliados de acuerdo a las circunstancias especiales que puedan presentarse en el estudio.</p>
Perfil del equipo	Contador Público – Ingeniero en sistemas
Horas destinadas	329 horas
Normas del ente	<ul style="list-style-type: none"> - Ley N° 10.430 - Decreto Reglamentario Ley 10.430 N° 4161/96 - Instructivos política salarial 2024. - Ley de Presupuesto.
Normas de auditoría	<ul style="list-style-type: none"> - Ley N° 13.767 de Administración Financiera. - Resoluciones de la Contaduría General de la Provincia N° 595/18, N° 227/21 y N° 3/22. - Normas contables profesionales. - Acordadas H. Tribunal de Cuentas N° 19/21.

Fuente 8: Elaboración propia en base a lineamientos del MACOEX.

Tabla 5: Proyecto de auditoría financiera 2

2. PROYECTO: AUDITORÍA DE GASTOS EN PUBLICIDAD OFICIAL	
Tipo de auditoría	Financiera
Objeto	Órdenes de publicidad oficial
Objetivo	Analizar los registros contables relacionados con el gasto en



	publicidad oficial, su consistencia y concordancia, y su exposición, para establecer la confiabilidad y razonabilidad de la información presupuestaria, financiera y patrimonial.
Alcance	Población: Órdenes de Publicidad que dieron origen a expedientes de contrataciones – Ejercicio 2024.
	Método de análisis: Muestreo estadístico.
Procedimientos	<ul style="list-style-type: none">- Verificación de la integridad de las rendiciones de órdenes de publicidad.- Verificación de la imputación contable de los gastos.- Verificación de la exposición de la deuda al cierre.- Comparación de gastos reales en publicidad oficial con los presupuestos aprobados.- Investigación de variaciones presupuestarias.- Confirmaciones externas de saldos (proveedores de publicidad).- Revisión de flujo de fondos.- Cruces de registros, anexos y documentos para verificar consistencia e integridad.
Perfil del equipo	Contador Público – Abogado - Ingeniero en Sistemas
Horas destinadas	658 horas
Normas del ente	<ul style="list-style-type: none">- Ley N° 13.981 y Decreto Reglamentario N° 59/2019.- Decreto N° 2147/2016 (Aprueba la reglamentación del Art. 18 Inciso k) de la Ley N° 13.981 – Contratación de Publicidad Oficial).- Ley de presupuesto.
Normas de auditoría	<ul style="list-style-type: none">- Ley N° 13.767 de Administración Financiera.- Resoluciones de la Contaduría General de la Provincia N° 595/18, N° 227/21 y N° 3/22.- Normas contables profesionales. - Acordadas H. Tribunal de Cuentas N° 19/21.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 32 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Fuente 9: Elaboración propia en base a lineamientos del MACOEX

Tabla 6: Proyecto de auditoria de gestión 1

3. PROYECTO: AUDITORÍA DEL PROCESO DE PLANIFICACIÓN Y COORDINACIÓN DE LA PUBLICIDAD OFICIAL	
Tipo de auditoría	Gestión
Objeto	Proceso de planificación y coordinación de la Publicidad Oficial.
Objetivo	Evaluar la eficiencia y eficacia del proceso de planificación y coordinación de la publicidad oficial, asegurando su alineación con los objetivos estratégicos y la normativa vigente.
Alcance	Población: Documentos, registros, procesos y actividades relacionados con la planificación y coordinación de la publicidad oficial durante el periodo 2024.
	Método de análisis: Exhaustivo
Procedimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión documental - Entrevistas con los responsables de la planificación y coordinación de la publicidad. - Verificación de la implementación de los procedimientos y la efectividad del control interno. - Evaluación del cumplimiento de las políticas y procedimientos internos. - Análisis de los resultados de las campañas publicitarias en comparación con los objetivos establecidos.
Perfil del equipo	Lic. Administración - Ingeniero en Sistemas
Horas destinadas	329 horas
Normas del ente	<ul style="list-style-type: none"> - Ley N° 13.981 y Decreto Reglamentario N° 59/2019. - Decreto N° 2147/2016 (Aprueba la reglamentación del Art. 18 Inciso k) de la Ley N° 13.981 – Contratación de Publicidad Oficial).

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 33 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

	- Ley de presupuesto.
Normas de auditoría	- Puntos de referencia internacionales de buen desempeño: “Principios básicos para la regulación de la publicidad oficial” (Corte Interamericana de Derechos Humanos). “Principios sobre regulación de la publicidad oficial y libertad de expresión” (Comisión Interamericana De Derechos Humanos)

Fuente 10: Elaboración propia en base a lineamientos del MACOEX

Tabla 7: Proyecto de auditoría de gestión 2

4. PROYECTO: AUDITORÍA DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO DE EJECUCIÓN DE ÓRDENES DE PUBLICIDAD	
Tipo de auditoría	Gestión
Objeto	Proceso de certificación y seguimiento de ejecución de Órdenes de Publicidad.
Objetivo	Evaluar la eficiencia y efectividad del proceso de certificación y seguimiento de la ejecución de órdenes de publicidad, identificando posibles fallas y áreas de mejora.
Alcance	Población: Documentos, registros, procesos y actividades relacionados con la certificación y el seguimiento de la ejecución de órdenes de publicidad.
	Método de análisis: Muestreo estadístico.
Procedimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de Políticas y Procedimientos - Revisión de las ordenes de publicidad emitidas. - Revisión de indicadores de desempeño. - Revisión del uso de recursos humanos, financieros y tecnológicos en el proceso de certificación y seguimiento de órdenes de publicidad. - Examen de informes de ejecución y certificación.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 34 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

	- Análisis de los registros de ejecución en comparación con las órdenes de publicidad emitidas.
Perfil del equipo	Contador Público - Lic. Administración - Abogado
Horas destinadas	658 horas
Normas del ente	- Ley N° 13.981 y Decreto Reglamentario N° 59/2019. - Decreto N° 2147/2016 (Aprueba la reglamentación del Art. 18 Inciso k) de la Ley N° 13.981 – Contratación de Publicidad Oficial). - Ley de presupuesto.
Normas de auditoría	- ISSAI 3000.

Fuente 11: Elaboración propia

Tabla 8: Proyecto de auditoría de gestión 3

5. PROYECTO: AUDITORIA DEL PROCESO DE SELECCIÓN DE LOS PRESTADORES DE PUBLICIDAD OFICIAL	
Tipo de auditoría	Gestión
Objeto	Proceso de selección de los prestadores de publicidad oficial.
Objetivo	Evaluar la transparencia, equidad y eficiencia del proceso de selección de prestadores de publicidad oficial, asegurando el cumplimiento de los criterios establecidos y la normativa aplicable.
Alcance	Población: Documentos, registros, procesos y actividades relacionadas con el proceso de selección de los prestadores de publicidad oficial.
	Método de análisis: Muestreo estadístico.
Procedimientos	- Examen de contratos y acuerdos de adjudicación. - Análisis las propuestas recibidas y documentación de evaluación.
Perfil del equipo	Lic. Administración - Abogado

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 35 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Horas destinadas	329 horas
Normas del ente	- Ley N° 13.981 y Decreto Reglamentario N° 59/2019. - Decreto N° 2147/2016 (Aprueba la reglamentación del Art. 18 Inciso k) de la Ley N° 13.981 – Contratación de Publicidad Oficial).
Normas de auditoría	- Normas internacionales: ISSAI 3000. - Puntos de referencia internacionales de buen desempeño: “Principios básicos para la regulación de la publicidad oficial” (Corte Interamericana de Derechos Humanos). “Principios sobre regulación de la publicidad oficial y libertad de expresión” (Comisión Interamericana De Derechos Humanos).

Fuente 12: Elaboración propia en base a lineamientos del MACOEX

Tabla 9: Proyecto de auditoría de gestión 4

6. PROYECTO: AUDITORÍA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS FOTOGRÁFICOS, Y GRÁFICOS	
Tipo de auditoría	Gestión
Objeto	Proceso de producción de contenidos fotográficos y gráficos.
Objetivo	Evaluar la calidad, eficiencia y conformidad del proceso de producción de contenidos fotográficos y gráficos, asegurando su alineación con los estándares requeridos y los objetivos de comunicación institucional.
Alcance	Población: Procesos relacionados con la producción de contenidos fotográficos y gráficos.
	Método de análisis: exhaustivo
Procedimientos	- Revisión de documentos- Análisis de los tiempos de entrega, cumplimiento de presupuestos y la calidad de los productos finales.- Comparación de los procesos y resultados obtenidos con las mejores

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 36 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

	prácticas del sector.
Perfil del equipo	Lic. Administración - Ingeniero en Sistemas
Horas destinadas	165 horas
Normas del ente	- Objetivos institucionales
Normas de auditoría	- Normas internacionales y buenas prácticas: ISSAI 3000

Fuente 13: Elaboración propia en base a lineamientos del MACOEX

Tabla 10: Proyecto de auditoría financiera 3 y legalidad

7. PROYECTO: AUDITORÍA DE COMPRAS Y CONTRATACIONES	
Tipo de auditoría	Legalidad y Financiera
Objeto	Compras y contrataciones.
Objetivo	Verificar que los procedimientos de compras y contrataciones se realicen conforme a la normativa aplicable.
Alcance	Población: Expedientes de contrataciones realizadas durante el 2024 y las correspondientes órdenes de compra.
	Método de análisis: Muestreo estratificado.
Procedimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Verificación de la habilitación presupuestaria. - Verificación de Autorizaciones, aprobaciones y adjudicación de los procedimientos por parte de los funcionarios intervinientes de acuerdo a los niveles de decisión y cuadro de competencias (Anexo II – Decreto 605/2020). - Verificación de invitaciones a proveedores y publicidad. - Verificación de la constitución de garantías correspondientes. - Constatación de la debida observancia de los plazos. - Verificación de las intervenciones de organismos de control. - Verificación de registro, y exposición contable

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 37 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Perfil del equipo	Contador público - Abogado
Horas destinadas	329 horas
Normas del ente	<ul style="list-style-type: none"> - Ley de Contrataciones N° 13.981. - Decreto Reglamentario N° 59/2019. Y modificación del Decreto N° 605/2020 (Niveles de decisión y cuadro de competencias). - Ley de Presupuesto.
Normas de auditoría	<ul style="list-style-type: none"> - Ley N° 13.767 de Administración Financiera. - Resoluciones de la Contaduría General de la Provincia N° 595/18, N° 227/21 y N° 3/22. - Normas contables profesionales- Acordadas H. Tribunal de Cuentas N° 19/21.

Fuente 14: Elaboración propia en base a lineamientos del MACOEX

Tabla 11: Proyecto de auditoría de sistemas

8. PROYECTO: AUDITORÍA DE DESARROLLO DE SISTEMA APUBA (ADMINISTRACIÓN DE PUBLICIDAD BUENOS AIRES)	
Tipo de auditoría	Sistemas
Objeto	Desarrollo del Sistema APUBA.
Objetivo	Evaluar la adecuación, seguridad y eficiencia del desarrollo e implementación del Sistema APUBA, asegurando su funcionalidad y alineación con las necesidades de gestión de la publicidad oficial en la provincia.
Alcance	Población: elementos relacionados con el desarrollo y funcionamiento del sistema APUBA: Documentación del Proyecto, Código Fuente y Configuración, Herramientas y plataformas utilizadas para el desarrollo y pruebas del sistema, Registros de auditoría, y registros de incidentes de seguridad, Informes de seguimiento y control)

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 38 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

	Método de análisis: exhaustivo.
Procedimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de documentos. - Controles de acceso físico. - Implementar SCARF (System Control Audit Review File) para registrar y revisar transacciones críticas. - Controles de cambios: Seguimiento a través de Logs.
Perfil del equipo	Abogado - Ingeniero en sistemas
Horas destinadas	329 horas
Normas del ente	<ul style="list-style-type: none"> - Ley N° 25.326 de protección de datos personales. - Ley N° 25.506 de firma digital. - Políticas de desarrollo de sistemas y de seguridad de la información. - Manual de control de cambios.
Normas de auditoría	<ul style="list-style-type: none"> - Normas COBIT (Marco de buenas prácticas para la gestión y gobernanza de la tecnología de la información). - ISO 27001 (Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información).- Normas ISSAI (Directrices internacionales para la auditoría de sistemas).

Fuente 15: Elaboración propia en base a lineamientos del MACOEX

V.B.- RECURSOS HUMANOS

Los auditores disponibles que se aplicarán a la realización de las tareas del presente Programa son los siguientes:

 Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 39 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Tabla 12: Equipo de auditores

CANTIDAD	PROFESION
1	Contador Público
1	Licenciado en Administración
1	Abogado
1	Ingeniero en sistemas

Fuente 16: Elaboración propia según recursos disponibles.

A continuación, se detallan los perfiles de los auditores que conforman el equipo asignado al presente Plan de Auditoría:

Tabla 13: Perfil del auditor - Contador Público

CRA. ETCHART MARIA ELENA	
Título y Universidad	Contadora Pública – Universidad Nacional de La Plata
Experiencia	10 años en auditoría financiera y de cumplimiento en el Honorable Tribunal de Cuentas de la Provincia de Buenos Aires.
Competencias transversales de auditoría	- Orientación a resultados – Flexibilidad - Pensamiento analítico - Independencia de Criterio - Capacidad - Debido Cuidado y Diligencia Profesional - Secreto Profesional
Competencias técnicas	- Contabilidad y Finanzas- Auditoría de Recursos Humanos- Conocimiento de Normativa contable y financiera (Normas Internacionales de Auditoría)

Fuente 17: Elaboración propia en base a Antecedentes del personal auditor.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 40 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Tabla 14: Perfil del auditor - Lic. en Administración

LIC. VARELA CAROLINA	
Título y Universidad	Licenciada en Administración Pública - Universidad Nacional de La Plata
Experiencia	9 años en auditoría de gestión, 4 años en planificación y coordinación de procesos
Competencias transversales de auditoría	- Orientación a resultados - Flexibilidad - Pensamiento analítico - Capacidad - Debido Cuidado y Diligencia Profesional - Secreto Profesional - Interdisciplinariedad
Competencias técnicas	- Auditoría de Gestión - Planificación y Coordinación de Proyectos - Evaluación de procesos y procedimientos - Análisis de eficiencia y efectividad organizacional - Gestión de recursos y control de cumplimiento

Fuente 18: Elaboración propia en base a Antecedentes del personal auditor.

Tabla 15: Perfil del auditor - Abogado

DR. GOMEZ ALBERTO	
Título y Universidad	Abogado - Universidad Nacional de La Plata
Experiencia	8 años en auditoría de gestión, 5 años en auditoría de procesos de contratación y selección de proveedores
Competencias transversales de auditoría	- Orientación a resultados - Pensamiento analítico - Independencia de Criterio - Capacidad - Debido Cuidado y Diligencia Profesional - Secreto Profesional -
Competencias técnicas	Auditoría de Gestión - Auditoría de Legalidad - Conocimiento en leyes y regulaciones aplicables - Evaluación de cumplimiento

 Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 41 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

	normativo - Análisis de procesos y procedimientos legales
--	---

Fuente 19: Elaboración propia en base a Antecedentes del personal auditor.

Tabla 16: Perfil del auditor - Ingeniero en Sistemas

LIC. SUAREZ ARMANDO	
Título y Universidad	Ingeniero en Sistemas – Universidad Nacional de La Plata
Experiencia	7 años en auditoría de sistemas, 5 años en desarrollo y seguridad de software
Competencias transversales de auditoría	- Orientación a resultados - Pensamiento analítico - Independencia de Criterio - Capacidad - Debido Cuidado y Diligencia Profesional - Secreto Profesional - Interdisciplinariedad
Competencias técnicas	- Auditoría de Sistemas - Seguridad de la Información - Desarrollo y evaluación de software - Normas COBIT e ITIL - Evaluación de controles internos y de acceso - Análisis de riesgos tecnológicos

Fuente 20: Elaboración propia en base a Antecedentes del personal auditor.

V.C.- CRONOGRAMA DE ASIGNACIÓN DE TIEMPOS A PROYECTOS Y TAREAS

Se elabora el siguiente cronograma general, el cual, eventualmente en caso de ser necesario, se adecuará o ajustará con mayor precisión en la etapa de ejecución, teniendo en cuenta que en principio, se prevé que el equipo auditor lleve a cabo las

 Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 42 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

tareas bajo una modalidad de presencialidad intermitente en la sede central de H. Tribunal, combinada con jornadas de trabajo domiciliario.

Las horas totales disponibles para la labor de auditoría, se distribuirán entre los proyectos en función de la categorización de acuerdo al tamaño y complejidad.

Tabla 17: Horas efectivas anuales por persona y total equipo auditor

Concepto	Horas	Detalle
Horas hábiles	1440	Días año: 365. Neto de fines de semana (104 días), feriados (19 días), Día del HTC y del empleado público. Horas por día: 6.
Menos: Horas de ferias	-192	Feria grande: enero (22 días hábiles). Feria chica: julio (10 días hábiles)
Menos: Ausentes con aviso	-36	Ausentes con aviso (6 días)
Menos: Estimado capacitación	-80	
Menos: Estimado licencias	-90	15 Días
Menos: Imprevistos	-260	25%
TOTAL EFECTIVAS ANUALES POR PERSONA	782	
TOTAL EFECTIVAS EQUIPO AUDITOR	3128	4 Auditores

Fuente 21: https://argentina.workingdays.org/dias_laborables_feriados_2025.htm#

Cada proyecto de auditoria evaluado oportunamente mediante un análisis de riesgos permite contar con un valor de prioridad en función de dicho riesgo, y esa priorización nos permite efectuar una estratificación de los proyectos en Alto, Medio o Bajo, paso necesario a fin de realizar el tercer nivel de asignación de horas o, lo que es igual, determinar el % de asignación de horas a cada proyecto.

 Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 43 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Tabla 18: Estratificación de los Proyectos y Asignación de % de Horas a los mismos

Estratos según Coeficiente de riesgo	Cantidad de Proyectos	% Hs. Asignadas a cada proyecto	% Horas asignadas a cada estrato
Coeficiente de Riesgo menor o igual a 1,5: riesgo bajo	1	5,26%	5,26%
Coeficiente de Riesgo mayor o igual a 1,6 y menor o igual a 2,4: riesgo medio	5	10,53%	52,63%
Coeficiente mayor o igual a 2,5: riesgo alto	2	21,05%	42,10%
TOTAL			99,99%

Fuente 22: Elaboración propia en base a análisis de riesgos.

A continuación, se ofrece el detalle de la distribución del tiempo por proyecto de auditoría y el esquema de temporal de las tareas.

Tabla 19: Asignación de Horas de Tareas de Campo a Proyectos de Auditoría

	PROYECTOS DE AUDITORIA		Riesgo	Tipo de Auditoría	Horas por equipo
	PLAN DE AUDITORIA 2024	1	Auditoría de Recursos Humanos	MEDIO	Financiera
2		Auditoría de Gastos de Publicidad Oficial	ALTO	Financiera	658
3		Auditoría del proceso de planificación y coordinación de la Publicidad Oficial	MEDIO	Gestión	329
4		Auditoría del proceso de certificación y seguimiento de ejecución de Órdenes de	ALTO	Gestión	658
5		Auditoría del Proceso de selección de los prestadores de publicidad oficial	MEDIO	Gestión	329
6		Auditoría del proceso de producción de contenidos fotográficos, y gráficos	BAJO	Gestión	165
7		Auditoría de Compras y Contrataciones	MEDIO	Legalidad / Financiera	329
8		Auditoría de Desarrollo de Sistema APUBA (Administración de Publicidad Buenos Aires)	MEDIO	Sistemas	329
TOTAL					3128

Fuente 23: Elaboración propia en base a cantidad de horas totales disponibles y nivel de riesgo de cada proyecto de auditoría.

Tabla 20: Programación de la ejecución de los proyectos de auditoría

	Equipo auditor	jul-24	ago-24	sep-24	oct-24	nov-24	dic-24	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	ago-25
Auditoría de Recursos Humanos	Contador Público Ingeniero en Sistemas														
Auditoría de Gastos de Publicidad Oficial	Contador Público Abogado Ingeniero en Sistemas														
Auditoría del proceso de planificación y coordinación de la Publicidad Oficial	Lic. Administración Ingeniero en Sistemas														
Auditoría del proceso de certificación y seguimiento de ejecución de Órdenes de Publicidad	Contador Público Lic. Administración Abogado														
Auditoría del Proceso de selección de los prestadores de publicidad oficial	Lic. Administración Abogado														
Auditoría del proceso de producción de contenidos fotográficos, y gráficos	Lic. Administración Ingeniero en Sistemas														
Auditoría de Compras y Contrataciones	Contador Público Abogado														
Auditoría de Desarrollo de Sistema APUBA (Administración de Publicidad Buenos Aires)	Abogado Ingeniero en Sistemas														

Fuente 24: Elaboración propia en base a recursos disponibles

 Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 45 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

VI.- CICLO PLURIANUAL DE AUDITORIA

Para el ciclo completo de auditoría, se planea incluir los proyectos de alto riesgo cada año, los de riesgo medio en dos años, y los de bajo riesgo en uno solo. En este sentido, para el primer año, se incorporan los candidatos de riesgo alto, cuatro de riesgo medio y un candidato de riesgo bajo. Para el segundo año nuevamente los proyectos de riesgo alto, cuatro de riesgo medio y dos de riesgo bajo. Y por último el tercer año del ciclo comprende los proyectos de alto riesgo, y 6 proyectos de riesgo medio.

Tabla 21: Proyectos de auditoría distribuidos en el ciclo plurianual

Candidatos de auditoría		RIESGO	CICLO AUDITORIA		
			2024	2025	2026
1	Auditoría de Recursos Humanos	MEDIO	X		X
2	Auditoría de Gastos en Publicidad Oficial	ALTO	X	X	X
3	Auditoría del proceso de planificación y coordinación de la Publicidad Oficial	MEDIO	X		X
4	Auditoría del proceso de certificación y seguimiento de ejecución de Órdenes de Publicidad	ALTO	X	X	X
5	Auditoría del Proceso de selección de los prestadores de publicidad oficial	MEDIO	X		X
6	Auditoría del proceso de producción de contenidos fotográficos, y gráficos	BAJO	X		
7	Auditoría del proceso de producción de contenidos audiovisuales	BAJO		X	
8	Auditoría del proceso de Planificación y Ejecución de Campañas	MEDIO		X	X
9	Auditoría de Compras y Contrataciones	MEDIO		X	X
10	Auditoría de Estados Contables y registros	BAJO		X	
11	Auditoría de Desarrollo de Sistema APUBA (Administración de Publicidad Buenos Aires)	MEDIO	X	X	
12	Auditoría de Seguridad de la información	MEDIO		X	X

Fuente 25: Elaboración propia en base a niveles de riesgo y recursos disponibles

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 46 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

VII.- ANEXOS

VII.A.- PAPEL DE TRABAJO N° 1: CARACTERÍSTICAS DEL ENTE AUDITADO

OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO

Recopilar y analizar la normativa e información financiera y complementaria, aplicable al objeto de auditoría, con el fin de detectar riesgos por medio de un conocimiento apropiado de sus competencias y actividades.

DESCRIPCIÓN DE LA TAREA REALIZADA

Para elaborar el presente papel de trabajo se recurrió al análisis de información y documentación provista por distintas fuentes:

- Normativa de creación del ente, y normativa vigente de su competencia.
- Presupuesto vigente y de ejercicios anteriores.
- Ejecución Presupuestaria de ejercicios anteriores.
- Auditorías practicadas en ejercicios precedentes.
- Sitio Web del Organismo: <https://www.gba.gob.ar/es/comunicacionpublica>.
- Pedido de antecedentes al Organismo.

ANÁLISIS

1.- ASPECTOS GENERALES:

El Ministerio de Comunicación Pública de la Provincia de Buenos Aires fue creado mediante la Ley N° 15.164 del año 2019, con el objetivo fundamental de gestionar la comunicación del Plan Estratégico Integral del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires.

Entre sus funciones se incluyen:

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 47 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

- La comunicación de los contenidos estratégicos del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires.
- La vocería del Poder Ejecutivo.
- La coordinación del contenido institucional de las páginas Web y canales oficiales de comunicación digital.
- La vinculación con las diferentes áreas de gobierno y municipios de la Provincia de Buenos Aires en lo referido a la comunicación pública y al vínculo ciudadano.
- La difusión y publicidad de los actos de gobierno.
- La contratación de la pauta publicitaria.
- La vinculación con los medios de comunicación.
- La dirección de Radio Provincia y otros medios en los que la Provincia tuviere participación.
- La coordinación de estrategias destinadas a fortalecer la imagen e identidad provincial como red de identidades locales y regionales.

El Ministerio se organiza en cinco Subsecretarías y una Unidad para el fortalecimiento de la identidad bonaerense.

1) Subsecretaría de Planificación de Comunicación Gubernamental, que incluye tres Direcciones Provinciales:

- **Dirección Provincial de comunicación estratégica** (Comprende Dirección de Políticas Públicas de Comunicación, Dirección de Planificación de Campañas, Dirección de Análisis y Comunicación de Datos e Información Gubernamental, y Dirección de Gestión en Comunicación de Crisis)
- **Dirección Provincial de Planificación y Gestión de Actos de Gobierno** (Comprende Dirección de Gestión de Actos de Gobierno)
- **Dirección Provincial de radio provincia** (Comprende Dirección de Programación y Producción Radial y Dirección de Administración y Gestión Comercial)

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 48 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

2) Subsecretaría de Producción y Contenidos. Comprende seis Direcciones Provinciales:

- **Dirección provincial de Seguimiento de Medios** (Comprende a la Dirección de Monitoreo de Medios de Comunicación)
- **Dirección provincial de Prensa y Difusión** (Comprende a la Dirección de Difusión en Medios Nacionales y la Dirección de Difusión en Medios Bonaerenses)
- **Dirección Provincial de Fotografía, Imagen y Diseño** (Comprende a la Dirección de Fotografía y la Dirección de Imagen y Diseño)
- **Dirección Provincial de Producción Audiovisual** (Comprende a la Dirección de Pre-Producción Audiovisual, la Dirección de Realización Audiovisual y la Dirección de Edición y Post-Producción Audiovisual)
- **Dirección Provincial de Contenidos** (Incluye a la Dirección de Redacción)
- **Dirección Provincial de Comunicación Digital** (Incluye a la Dirección de Redacción de Contenido y Monitoreo de Plataformas, y la Dirección de Realización y Producción de Contenido Digital)

3) Subsecretaría de Coordinación de Medios, con dos Direcciones Provinciales a cargo:

- **Dirección provincial de Estrategia Publicitaria**. Comprende la Dirección de Estrategia Publicitaria en Medios de Comunicación, Dirección de Estrategia Publicitaria en vía pública y la Dirección de Estrategia Publicitaria en plataformas digitales.
- **Dirección Provincial de Administración de Publicidad Oficial**. Comprende a la Dirección de Certificación de Publicidad Oficial, la Dirección de enlace institucional para la publicidad oficial y Dirección del Registro Oficial de Medios Publicitarios.

4) Subsecretaría de Control de Gestión y Comunicación Institucional. Comprende a la Dirección Provincial de Comunicación Institucional (incluye a la Dirección de Formación y Vínculo con los Municipios) y una Unidad de Control de Gestión y

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 49 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Modernización. Esta subsecretaría es una adición reciente que surge como parte de la nueva estructura aprobada a partir del 1° de mayo de 2024, según lo establecido en el Decreto 470/2024.

5) Subsecretaría Técnica Administrativa y Legal. Contiene a las siguientes dos Direcciones Provinciales:

- **Dirección General de Administración** que incluye la Dirección de Compras y Contrataciones, la Dirección de Contabilidad y Presupuesto, la Dirección de Servicios Técnico-Administrativos, la Dirección Delegada de la Dirección Provincial de Personal y la Dirección de Informática.
- **Dirección Provincial de Logística y Servicios Auxiliares**. Comprende a la Dirección de Logística y Automotores y la Dirección de Servicios Auxiliares.

2.- NORMATIVA ESPECÍFICA E INFORMACIÓN RELACIONADA

a) **Normativa de creación del ente y la actualmente vigente**

- Ley de Ministerios N° 15.164, publicada con fecha 12 de diciembre de 2019. En su Artículo 21 establece las competencias del Ministerio de comunicación Pública. Actualmente se encuentra derogada por la Ley N° 15.477 publicada el 29 de diciembre de 2023, en el mismo artículo define las competencias, sin modificación al respecto.

- Decreto N° 30/2020, publicado con fecha 22 de enero de 2020. Aprueba a partir del día 11 de diciembre de 2019 la Estructura Orgánico Funcional del Ministerio de Comunicación Pública. Absorbe unidades orgánico funcionales del Ministerio de Asuntos Públicos y de la Secretaría de Medios.

- Decreto N° 1092/2021, aprueba la desagregación de la Estructura Orgánico-Funcional del Ministerio de Comunicación Pública y determina diversos cargos para dicha jurisdicción.

- Decreto N° 470/2024, Modifica la estructura orgánico funcional del Ministerio de Comunicación Pública, aprobada por Decreto N° 30/20, a partir del 1° de mayo de 2024.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 50 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

b) Normativa vigente de su competencia

- Decreto Ley N° 7764/71, publicada el 21 de septiembre de 1971. Ley de Contabilidad

- Ley N° 10.430, publicada el 5 de agosto de 1986. Estatuto y escalafón para el personal de la administración pública.

- Ley N° 13.767, publicada el 17 de diciembre de 2007. Establece y regula la administración financiera y el sistema de control de la administración general del estado provincial.

- Ley N° 13.981, publicada el 27 de abril del 2009. Regula e incorpora el subsistema de contrataciones del estado al sistema de administración financiera del sector público de la provincia.

- Ley N° 15.394, publicada el 29 de diciembre de 2022. Presupuesto General de la Administración Provincial para el Ejercicio 2023.

- Decreto Reglamentario N° 59/19, publicado el 8 de febrero de 2019. Aprueba la reglamentación de la Ley de Contrataciones N° 13.981.

- Decreto N° 2147/2016, publicado el 31 de enero de 2017. Reglamentación de la **Contratación de la Publicidad Oficial** (Art. 18 Inciso k) de la Ley de Contrataciones N° 13.981).

Artículos importantes:

ARTÍCULO 1º CONTRATACIÓN DE LA PUBLICIDAD OFICIAL. “La atribución de autorizar y aprobar la contratación directa de la Publicidad Oficial, será ejercida por la Autoridad de Aplicación..” (MCP) “...A tales efectos los distintos Ministerios, Organismos de la Constitución y Reparticiones Autárquicas, harán llegar a la Autoridad de Aplicación, los pedidos de publicidad correspondientes, quien tendrá la atribución de programar la publicidad oficial y los medios en que se ha de pautar.”

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 51 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

ARTÍCULO 4º: REGISTRO. INICIO DEL SERVICIO. APROBACIÓN. “La Autoridad de Aplicación llevará un **Registro Único de Órdenes de Publicidad Oficial (RUOPO)** por número correlativo donde se registrarán todas las que se emitan, que deberán contener la totalidad de los datos de una “Orden de Compra”. Asimismo el referido Registro se confeccionará de forma tal que permita determinar la publicidad efectuada por cada Jurisdicción y/o Repartición solicitante.

*La orden de publicidad suscripta por el funcionario competente será **suficiente y único acto administrativo de autorización y aprobación de la contratación**”.*

- Decreto 12/2024, publicado el 4 de enero de 2024. Establece que las Disposiciones de la Ley N° 15.394 de Presupuesto General de la Administración Provincial para el Ejercicio 2023 regirán a partir del 1º de enero de 2024.

- Resolución N° 40/2017 de la Secretaria de Medios, publicada el 4 de marzo de 2017. Establece que podrán ser destinatarios de la pauta oficial, solamente aquellos medios y/o productoras de contenidos y/o comercializadoras de espacios publicitarios, que se encuentren inscriptos en el Registro Oficial de Medios Publicitarios.

- Resolución 140/2018 de la Secretaria de Medios, publicada el 14 de agosto de 2018. Aprueba la reglamentación del Registro Oficial de Medios Publicitarios. Define los requisitos para la inscripción en dicho registro.

- Resoluciones N° 595/18 de la Contaduría General de la Provincia, publicada el 21 de diciembre de 2018. Aprueba los Registros Contables, Estados Contables, Anexos a los Estados y forma de presentación de la documentación de respaldo de los mismos.

- Resolución N° 19/21 del Honorable Tribunal de Cuentas, publicada el 24 de diciembre de 2021. Aprueba el “Reglamento para la presentación de las Rendiciones de Cuentas para las Entidades de la Administración Pública Provincial Centralizada y Descentralizada”, y el “Reglamento para la presentación de las Rendiciones de Cuentas de Organismos que no utilizan el Sistema de Contabilidad Gubernamental establecido por la Contaduría General de la Provincia”. Deroگا las Resoluciones N° 586/11 y AG N° 15/17 del Honorable Tribunal de Cuentas.

 Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 52 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

3.- PERFIL INSTITUCIONAL Y FINANCIERO DEL AUDITADO:

Cuadro 1: Identificación del Ministerio de Comunicación Pública en el presupuesto provincial.

Periodo	Presupuesto MCP	Presupuesto Provincial	%MCP/PCIA
2021	\$ 1.384.847.000,00	\$ 854.649.301.904,00	0,16%
2022	\$ 2.445.239.000,00	\$ 1.370.964.737.471,00	0,18%
2023	\$ 5.449.821.000,00	\$ 3.158.729.737.000,00	0,17%
2024	\$ 5.449.821.000,00	\$ 3.158.729.737.000,00	0,17%

Fuente 1: Ley de Presupuesto N° 15.165 (2021) - Ley de Presupuesto N° 15.310 (2022) - Ley de Presupuesto N° 15.394 (2023) – Presupuesto Consolidado Administración Central, Organismos Descentralizados e Instituciones de Previsión Social y Presupuesto del MCP

En el presupuesto consolidado de la Administración Central, Organismos Descentralizados e Instituciones de Previsión Social, el presupuesto asignado al Ministerio de Comunicación Pública representa el 0,17% para el presente ejercicio. Esta proporción relativa se ha mantenido estable a lo largo de los últimos años.

Cuadro 2: Estructura del Presupuesto Sancionado 2024

Partida Principal	Denominación	Importes	%S/ TOTAL
Inciso 1	Gastos en Personal	\$ 2.254.299.000,00	41%
Inciso 2	Bienes de Consumo	\$ 81.103.000,00	1%
Inciso 3	Servicios no Personales	\$ 3.014.419.000,00	55%
Inciso 4	Bienes de Uso	\$ 100.000.000,00	2%
Inciso 5	Transferencias	\$ -	0%
Total		\$ 5.449.821.000,00	100%

Fuente 2: Ley de Presupuesto N° 15.394 (2023)

Al analizar la composición por incisos del presupuesto sancionado, se destaca nuevamente la importancia relativa del Inciso 3 (Servicios no Personales) que representa el 55% del total.

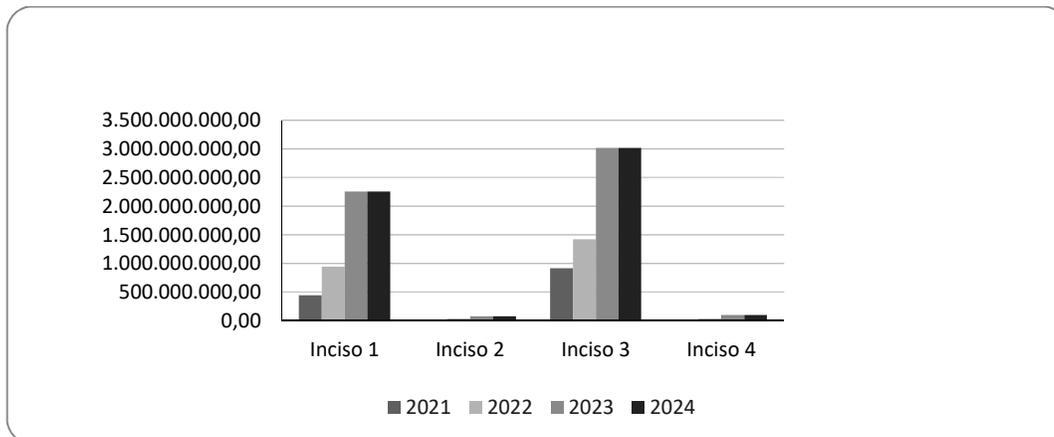


Cuadro 3: Composición y Evolución del Gasto Autorizado por Presupuesto

	Inciso 1	Inciso 2	Inciso 3	Inciso 4	Total
2021	446.000.000,00	15.998.000,00	914.170.000,00	8.679.000,00	1.384.847.000,00
2022	947.227.000,00	36.892.000,00	1.422.441.000,00	38.679.000,00	2.445.239.000,00
2023	2.254.299.000,00	81.103.000,00	3.014.419.000,00	100.000.000,00	5.449.821.000,00
2024	2.254.299.000,00	81.103.000,00	3.014.419.000,00	100.000.000,00	5.449.821.000,00

Fuente 3: Ley de Presupuesto N° 15.165 (2021) - Ley de Presupuesto N° 15.310 (2022)
-Ley de Presupuesto N° 15.394 (2023)

Gráfico 1: Composición y Evolución del Gasto Autorizado por Presupuesto



Fuente 4: Ley de Presupuesto N° 15.165 (2021) - Ley de Presupuesto N° 15.310 (2022)
– Ley de Presupuesto N° 15.394 (2023)

La distribución relativa de los Incisos en el presupuesto de cada año ha mantenido una estabilidad general. En relación al Inciso 3, a pesar de mantener la mayor participación relativa, ha experimentado una disminución de su participación del 66.03% en 2021 al 55.23% en 2023. Por otro lado, el Inciso 1 ha mostrado un crecimiento constante en su participación, pasando de representar el 32.19% en 2021 al 41.35% en 2023.

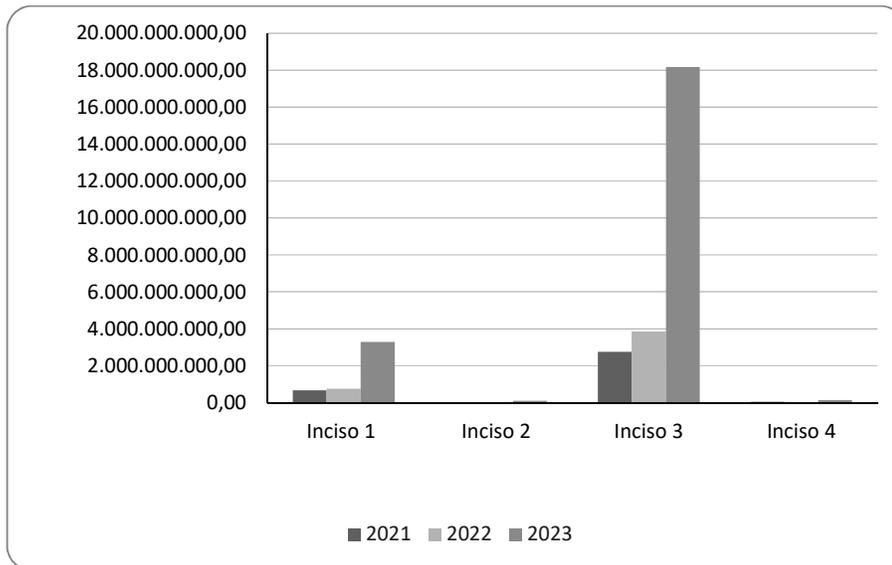


Cuadro 4: Composición y Evolución del Gasto Devengado

	Inciso 1	Inciso 2	Inciso 3	Inciso 4	Total
2021	674.698.482,94	21.681.526,67	2.743.309.774,87	41.103.754,03	3.480.793.538,51
2022	766.194.700,59	24.416.144,62	3.858.340.055,81	21.342.148,67	4.670.293.049,69
2023	3.281.727.442,54	98.194.386,42	18.169.322.692,90	119.971.783,51	21.669.216.305,37

Fuente 5: Listado Parametrizado de Crédito Ejercicios 2021 - 2022 y 2023 obtenidos del SIGAF Citrix

Gráfico 2: Composición y Evolución del Gasto Devengado



Fuente 6: Listado Parametrizado de Crédito Ejercicios 2021 - 2022 y 2023 obtenidos del SIGAF Citrix

Al replicar el mismo análisis para el gasto devengado, se observa en el Inciso 3 una tendencia al alza en su participación relativa, aumentando constantemente del 78.81% en 2021 al 83.85% en 2023. Por otro lado, el inciso 1 ha experimentado una disminución constante en su participación relativa en los últimos años, pasando del 19.38% en 2021 al 15.17% en 2023.

 Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 55 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Cuadro 5: Composición del Gasto devengado 2023 por Programas

N°	Nombre del Programa	Inciso 1	Inciso 2	Inciso 3	Inciso 4	TOTAL	TOTAL DEV PRG/TOTAL DEV
Prog. 1	Actividades Centrales del Ministerio de Comunicación Pública	1.822.262.618,00	94.508.101,87	464.486.410,20	89.688.203,20	2.470.945.333,27	11,40%
Prog. 2	Radio Pública y Publicidad Oficial	1.459.464.824,51	3.686.284,55	17.704.836.282,70	30.283.580,31	19.198.270.972,07	88,60%
TOTAL		3.281.727.442,51	98.194.386,42	18.169.322.692,90	119.971.783,51	21.669.216.305,34	100,00%
TOTAL INC./TOTAL DEVENGADO		15,14%	0,45%	83,85%	0,55%	100,00%	

Fuente 7: Listado Parametrizado de Crédito al 31/12/2023 obtenido del SIGAF Citrix

El Presupuesto se divide en dos Programas Presupuestarios. En esta ocasión, he optado por analizar el gasto devengado por programas y por incisos en el ejercicio 2023, dado que el presupuesto del 2024, al ser una prórroga del 2023 y debido al contexto inflacionario contiene información desactualizada.

Del análisis realizado, se destaca una distribución significativa de recursos, evidenciando una clara priorización en el programa de Radio Pública y Publicidad Oficial, el cual representa el 88.60% del total devengado. Asimismo, al observar la distribución del gasto devengado por inciso, se resalta la participación del Inciso 3 en dicho programa, el cual absorbe la mayor parte de los recursos, representando el 83.85% del total devengado.



Cuadro 6: Composición analítica del Presupuesto Sancionado, Vigente y Devengado 2023

Incisos Pdas Principales	Descripción Partida Principal conforme Manual de Clasificadores Presupuestarios	Importe Presupuesto Cred Sanción 2023	INCIDENCIA SOBRE TOTAL DEL INCISO	Importe Presupuesto Cred Vigente 2023	INCIDENCIA SOBRE TOTAL DEL INCISO	Devengado al 31/12/2023	INCIDENCIA SOBRE TOTAL DEL INCISO
1	Total Inciso 1	2.254.299.000,00	41%	2.254.299.000,00	10,48%	3.281.727.442,54	15,14%
1	Personal permanente	1.249.318.946,00	55,42%	1.249.318.946,00	55,42%	2.509.689.225,62	76,47%
2	Personal temporario	984.664.054,00	43,68%	984.664.054,00	43,68%	711.507.863,40	21,68%
3	Asignaciones familiares	1.200.000,00	0,05%	1.200.000,00	0,05%	1.896.735,00	0,06%
4	Servicios extraordinarios	17.866.000,00	0,79%	17.866.000,00	0,79%	52.034.285,49	1,59%
5	Asistencia social al personal	400.000,00	0,02%	400.000,00	0,02%	2.561.354,12	0,08%
6	Beneficios y compensaciones	850.000,00	0,04%	850.000,00	0,04%	4.037.978,91	0,12%
2	Total Inciso 2	81.103.000,00	1%	103.103.000,00	0,48%	98.194.386,42	0,45%
1	Productos alimenticios, agropecuarios y forestales	1.300.000,00	1,60%	1.300.000,00	1,26%	2.784.194,39	2,84%
2	Textiles y Vestuarios	1.550.000,00	1,91%	1.550.000,00	1,50%	1.453.914,00	1,48%
3	Productos de papel, cartón e impresos	16.419.000,00	20,24%	20.019.000,00	19,42%	11.540.251,50	11,75%
4	Productos de cuero y caucho	9.500.000,00	11,71%	16.500.000,00	16,00%	13.966.685,00	14,22%
5	Productos químicos y medicinales	3.700.000,00	4,56%	3.700.000,00	3,59%	4.003.976,14	4,08%
6	Productos metálicos	600.000,00	0,74%	600.000,00	0,58%	211.152,06	0,22%
7	Productos de la minería, petróleo y sus derivados	31.300.000,00	38,59%	42.000.000,00	40,74%	49.124.363,55	50,03%
9	Otros bienes de consumo	16.734.000,00	20,63%	17.434.000,00	16,91%	15.109.849,78	15,39%
	Total Inciso 3	3.014.419.000,00	55%	18.956.519.000,00	88,11%	18.169.322.692,90	83,85%
1	Servicios básicos	16.926.000,00	0,56%	32.484.000,00	0,17%	32.465.018,56	0,18%
2	Alquileres y Derechos	13.000.000,00	0,43%	57.340.000,00	0,30%	57.407.870,00	0,32%
3	Mantenimiento, reparación y limpieza	62.250.000,00	2,07%	71.250.000,00	0,38%	73.226.201,04	0,40%
4	Servicios técnicos y profesionales	113.098.835,00	3,75%	120.308.835,00	0,63%	113.711.396,87	0,63%
5	Servicios comerciales y financieros	100.637.763,00	3,34%	115.429.763,00	0,61%	101.401.191,85	0,56%
6	Publicidad y propaganda	2.500.000.000,00	82,93%	18.300.000.000,00	96,54%	17.561.878.955,44	96,66%
7	Pasajes viáticos y compensaciones	20.836.000,00	0,69%	86.382.639,00	0,46%	72.918.221,08	0,40%
8	Impuestos, derechos y tasas	2.000.000,00	0,07%	2.000.000,00	0,01%	5.308.136,49	0,03%
9	Otros Servicios	185.670.402,00	6,16%	171.323.763,00	0,90%	151.005.701,57	0,83%
4	Total Inciso 4	100.000.000,00	1,83%	200.000.000,00	0,93%	119.971.783,51	0,55%
3	Maquinaria equipo y soft	100.000.000,00	100,00%	200.000.000,00	100,00%	119.354.883,51	99,49%
4	Equipo de seguridad	0,00	0,00%	0,00	0,00%	616.900,00	0,51%
		5.449.821.000,00		21.513.921.000,00		21.669.216.305,37	

Fuente 8: Presupuesto Sanción Ley 15.394, Vigente y Devengado al 31/12/2023 según Informe Parametrizado del Crédito SIGAF- Ministerio de Comunicación Pública - Ejercicio 2023.

Al examinar detalladamente la composición del gasto devengado por incisos y partidas presupuestarias durante el ejercicio fiscal 2023, se destaca la partida principal "Publicidad y propaganda" en el inciso 3 (Servicios No Personales). Esta partida muestra una predominancia notable, representando el 82.93% del presupuesto sancionado y el 96.66% del gasto devengado en dicho inciso.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 57 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Asimismo, se evidencia una variación extraordinaria entre el presupuesto sancionado y el devengado para dicha partida, lo que sugiere una ejecución que difiere significativamente de lo inicialmente planeado. Se pueden identificar posibles factores contribuyentes, como campañas inesperadas, emergencias o cambios en las estrategias de comunicación, especialmente en un año electoral. Este análisis pone de relieve ciertos riesgos a tener en cuenta durante el proceso de auditoría.

Continuando con el análisis del gasto distribuido en las diferentes partidas presupuestarias, es importante destacar la participación preponderante de los sueldos y las cargas sociales del personal permanente (76.47%) en el gasto devengado del inciso 1) y del personal temporario (21.68%). Se observa una marcada diferencia en su participación relativa entre el presupuesto planificado y la realidad reflejada en el gasto devengado, aspecto que se encuentra influenciado por los factores previamente explicados.

En relación al Inciso 2 (Bienes de Consumo), se destaca la significativa participación del 50,03% de la partida “Productos de la minería, petróleo y sus derivados” respecto del total devengado en el inciso, además de presentar un incremento porcentual en comparación con lo previsto en el presupuesto. Continúa en orden de significancia dentro del inciso la partida 9 “Otros bienes de consumo” con el 15,39% de participación sobre el total devengado del inciso.

Finalmente, en relación al Inciso 4 (Bienes de Uso), la totalidad de la asignación presupuestaria dentro del Inciso corresponde a la partida 4.3 “Maquinaria equipo y soft” (100%).



Cuadro 7: Composición Presupuestaria de las actividades de cada Programa por Inciso

Programas - Actividades		Importe Presupuesto Cred. Sanción 2023	INCIDENCI A S/ TOTAL	Importe Presupuesto Cred. Vigente 2023	INCIDENCI A S/ TOTAL	Devengado al 31/12/2023	INCIDENCI A S/ TOTAL
Prog 1	Actividades Centrales del MCP	1.802.981.278,00	33%	2.030.681.278,00	9%	2.470.945.333,30	11%
Act 1	Producción y Planificación de la comunicación	1.336.584.471,00	25%	1.494.784.471,00	7%	1.823.216.309,62	8%
1	Personal	845.942.671,00	16%	845.942.671,00	4%	1.239.718.532,61	6%
2	Bienes de consumo	61.903.000,00	1%	76.903.000,00	0%	76.842.159,28	0%
3	Servicios no Personales	375.920.000,00	7%	493.270.000,00	2%	441.313.171,82	2%
4	Bienes de uso	52.818.800,00	1%	78.668.800,00	0%	65.342.445,91	0%
Act 2	Administración del Ministerio	466.396.807,00	9%	535.896.807,00	2%	647.729.023,68	3%
1	Personal	425.215.607,00	8%	425.215.607,00	2%	582.544.085,42	3%
2	Bienes de consumo	14.950.000,00	0%	21.950.000,00	0%	17.665.942,59	0%
3	Servicios no Personales	14.550.000,00	0%	18.050.000,00	0%	23.173.238,38	0%
4	Bienes de uso	11.681.200,00	0%	70.681.200,00	0%	24.345.757,29	0%
Prog 2	Radio Pública y Publicidad Oficial	3.646.839.722,00	67%	19.483.239.722,00	91%	19.198.270.972,07	89%
Act 1	Estrategia y Administración Publicitaria	2.778.471.053,00	51%	18.578.471.053,00	86%	17.932.426.257,72	83%
1	Personal	273.921.053,00	5%	273.921.053,00	1%	366.046.720,10	2%
3	Servicios no Personales	2.504.550.000,00	46%	18.304.550.000,00	85%	17.566.379.537,62	81%
4	Bienes de uso	-	0%	-	0%	-	0%
Act 2	Radio Provincia	868.368.669,00	16%	904.768.669,00	4%	1.265.844.714,35	6%
1	Personal	709.219.669,00	13%	709.219.669,00	3%	1.093.418.104,41	5%
2	Bienes de consumo	4.250.000,00	0%	4.250.000,00	0%	3.686.284,55	0%
3	Servicios no Personales	119.399.000,00	2%	140.649.000,00	1%	138.456.745,08	1%
4	Bienes de uso	35.500.000,00	1%	50.650.000,00	0%	30.283.580,31	0%
total General		5.449.821.000,00	100%	21.513.921.000,00	100%	21.669.216.305,37	100%

Fuente 9: Presupuesto Sanción Ley 15.394, Vigente y Devengado al 31/12/2023 según Informe Parametrizado del Crédito SIGAF- Ministerio de Comunicación Pública - Ejercicio 2023

El 83 % del gasto devengado corresponde a la actividad 1 (Estrategia y Administración Publicitaria) del programa 2. Nuevamente, incorpora el gasto de publicidad oficial.

Principales destinatarios de transferencias

El organismo no tiene previsto efectuar transferencias (no se incluyen en el presupuesto ni se devengaron en el periodo fiscal 2023).

Cuadro 3: Composición y Evolución de la Planta de Personal Autorizada

	2020	2021	2022	2023	Variación % (2023/2022)
Planta Permanente	317	317	316	306	-3%
Planta Temporaria	132	280	258	315	22%
Total de Planta	449	468	574	574	0%

Fuente 10: Anexo de Ejecución de la Planta de Personal del Presupuesto - Número de Cargos

Cuadro 9: Distribución de cargos jerárquicos

Cargo	Cantidad	Género del Titular
Ministro	1	Mujer
Subsecretarias	4	2 Mujeres, 2 Hombres
Unidad de Coordinación	1	Hombre
Dir. Provinciales	12	5 Mujeres, 7 Hombres
Dir. 2 Línea	23	8 Mujeres, 15 Hombres
Unidades	4	2 Mujeres, 2 Hombres
Departamentos	9	4 Mujeres, 5 Hombres
Total	54	22 Mujeres, 32 Hombres

Fuente 11: Página Web del Organismo (Organigrama)

La nómina de autoridades actuantes en ejercicio 2024 contiene 54 cargos. La distribución entre mujeres y hombres, por orden de jerarquía es la que presenta la tabla.

Cuadro 4: Rangos etarios de la Planta de Personal MCP

Edad	Cantidad de agentes	%
Menores de 30 años	107	19%
Entre 30 y 40 años	247	43%
Entre 40 y 50 años	183	32%
Mayores de 50 años	37	6%
Total	574	100%

Fuente 12: Liquidaciones de Haberes provistas por la Repartición

En cuanto al envejecimiento de la planta de personal, compuesta por un total de 574 agentes, se observan distintos rangos etarios.

4.- OTRAS CONSIDERACIONES A TENER EN CUENTA:

4.a Fallos de Ejercicios anteriores:

El último fallo publicado es el Fallo 196/23 correspondiente al Estudio de Cuentas del Ejercicio 2021. En su Artículo Tercero Considerando Primero, formula y comunica dos recomendaciones a la Dirección General de Administración, a la Subsecretaría Técnica, Administrativa y Legal, a la Subsecretaría de Coordinación de Medios y a la Dirección Provincial de Administración de Publicidad del Ministerio de Comunicación Pública, y encomienda a la Relatoría actuante su seguimiento e informe en el próximo estudio de la cuenta. Se trata de dos propuestas de mejora:

- Incorporación de la totalidad de las actuaciones que respaldan la contratación en los expedientes de pago. En el marco de la Auditoría de los Bienes de Uso se ha detectado la falta de incorporación de documentación relevante del proceso de pago de algunas compras. Lo que ha llevado a recomendar a la Administración a arbitrar los

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 61 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

medios tendientes a efectuar una revisión del proceso para poder reforzar los controles internos, a fin de corregir las deficiencias advertidas.

- Publicidad Oficial: Habilitación de la consulta pública del Registro de Proveedores. Digitalización de las actuaciones.

Al respecto, se ha evidenciado en el estudio de cuenta respectivo, un importante componente discrecional en la instancia de selección de los prestadores de publicidad oficial, al tiempo que el Registro de Medios Oficiales no ofrece un mecanismo de consulta pública, ni acceso a este organismo de control.

La recomendación se ha efectuado con el ánimo de mejorar el nivel de transparencia que ofrece la gestión de la publicidad oficial, teniendo en cuenta el nivel de gasto que involucra.

Asimismo, en relación a los actuados que tramitan las contrataciones de publicidad oficial, se ha evidenciado que permanecen en formato papel, debido a ciertas particularidades de excepción, por las que estos procesos se encuentran legalmente amparados, gozando durante el ejercicio en análisis, de una prórroga en el plazo previsto para su incorporación a la gestión enteramente digital.

De acuerdo a lo anterior, la relatoría ha indicado que la subsistencia de actuaciones en papel vinculadas a la contratación de publicidad oficial, no implica una transgresión normativa, sin embargo no obsta a que se efectúe una recomendación tendiente a la discontinuación de las gestiones administrativas en dicho formato, en consonancia con los lineamientos de la Ley N° 14828 de Modernización de la Administración Pública de la Provincia de Buenos Aires, destacando la vocación de promover políticas públicas que impulsen las gestiones con calidad, la optimización en el uso de los recursos públicos, la economía y racionalidad administrativas, la ética y transparencia en la gestión pública y el fortalecimiento de la democracia mediante la participación de la ciudadanía en la gestión pública.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 62 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Dichos principios rectores fueron receptados a su vez por el Decreto 1018/16 que reglamenta la implementación del Sistema de Gestión Documental Electrónica Buenos Aires –GDEBA, plataforma integrada de caratulación, numeración, seguimiento y registración de movimientos de todas las actuaciones y expedientes del Gobierno de la provincia de Buenos Aires, con el fin de facilitar la gestión documental, el acceso y la perdurabilidad de la información, la reducción de los plazos en las tramitaciones y el seguimiento de cada expediente.

Por lo anterior, la Relatoría a cargo del estudio de la cuenta del Ministerio de Comunicación Pública ha recomendado a la Subsecretaría Técnica, Administrativa y Legal, arbitrar los medios tendientes para completar el proceso de digitalización de las actuaciones administrativas.

CONCLUSIONES:

Del análisis de la información descrita en los puntos precedentes, se pueden extraer algunas conclusiones:

- Publicidad y Propaganda: la incidencia del Inciso 3 - Servicios no Personales – sobre el total del Crédito Vigente representa el 88% del mismo, y dentro del inciso, tiene mayor significatividad la partida principal 3.6 - Publicidad y Propaganda, que representa el 85% del presupuesto vigente de la Jurisdicción y el 81% del devengado total. Asimismo, es destacable la evidencia de un incremento del 632% entre el Presupuesto sancionado y el vigente al 31/12/2023 en dicha partida. Este notable aumento puede atribuirse en parte al año electoral, donde las campañas y estrategias de comunicación tienden a intensificarse, lo que añade aún más riesgo a esta partida.

- Planta de Personal: la incidencia presupuestaria del Inciso 1 - Gastos en personal - sobre el gasto devengado en 2023 organismo implica un 15,14% respecto del total de gastos devengados. Representa la mayor asignación presupuestaria después del gasto

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 63 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

aprobado en el Inciso 3, lo que lo convierte en un área crítica. Además, se evidencia una rotación del personal profesional y técnico. Esta rotación puede tener implicaciones en la continuidad operativa y la eficiencia del organismo, ya que la pérdida de conocimiento y experiencia puede afectar el desempeño y la productividad. También podría generar costos adicionales asociados con la formación y capacitación de nuevos empleados, así como posibles interrupciones en la prestación de servicios. Por lo tanto, dada la importancia del gasto en el Inciso 1 y los riesgos asociados con la rotación del personal, se considera que esta área constituye un candidato de auditoría.

- Bienes de Consumo: La asignación presupuestaria más significativa dentro del Inciso 2, corresponde a la partida 2.7. “Productos de la minería, petróleo y sus derivados”, cuya incidencia es del 50.03% respecto del gasto total devengado en el Inciso. y finalmente la partida 2.3 “Productos de Papel” en un 19.5 %. 50,03% de la partida. “Productos de la minería, petróleo y sus derivados” respecto del total devengado en el inciso, además de presentar un incremento porcentual en comparación con lo previsto en el presupuesto. Y continúa en orden de significancia dentro del inciso la partida 9 “Otros bienes de consumo” con el 15,39% de participación sobre el total devengado del inciso.

- Bienes de Uso: Los resultados de Auditorías de ejercicios anteriores han revelado debilidades en el control interno asociadas a los expedientes que gestionan las compras y pagos de bienes de uso. Esta situación plantea riesgos en el proceso, los cuales deben ser considerados en futuras auditorías.

- Proceso de selección de los prestadores de publicidad oficial: El proceso de selección de prestadores de publicidad oficial se identifica como un área crítica debido a la presencia de importantes elementos discrecionales en la selección, así como a la falta de consulta pública del Registro de Proveedores y la ausencia de digitalización de las actuaciones. Estos hallazgos revelan riesgos de opacidad en la gestión de la publicidad

 Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 64 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

oficial y deficiencias en los controles internos, como se ha señalado en recomendaciones previas para mejorar la transparencia y eficiencia en la administración de los recursos públicos.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 65 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

VII.B.- PAPEL DE TRABAJO N° 2: RELEVAMIENTO DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO

OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO

Evaluar el Sistema de Control Interno con el fin de determinar el nivel de confianza que ofrecen los controles organizacionales para salvaguardar sus activos, verificar la confiabilidad y exactitud de la información contable, asegurar el cumplimiento de la normativa aplicable y promover la eficiencia operativa. Esta evaluación abarca el análisis de los cinco componentes que según el informe COSO conforman el Sistema de Control Interno: Ambiente de Control, Evaluación de Riesgos, Actividades de Control, Información y Comunicación, y Supervisión y Monitoreo.

La evaluación del Sistema de Control Interno será un elemento de entrada importante para identificar los riesgos de las áreas críticas determinadas y contribuir a la toma de decisiones en relación a la naturaleza, alcance y oportunidad de los procedimientos de auditoría.

DESCRIPCION DE LA TAREA REALIZADA

Para desarrollar el presente papel de trabajo se recurrió al análisis de información y documentación provista por distintas fuentes:

- Cuestionario (Anexo I)
- Entrevistas
- Revisión de documentación
- Revisión de resultados de auditorías anteriores.

La elaboración del cuestionario de evaluación del control interno institucional, se basó en el marco normativo internacional, específicamente el Marco Integrado de Control Interno (Informe COSO). En su versión 2013, COSO identifica cinco componentes funcionales de control interno:

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 66 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

1) **Entorno de control:** Es la base del sistema de control interno, y proporciona disciplina a la estructura. Este componente es fundamental para establecer los cimientos de un control interno eficaz y eficiente, ya que define el funcionamiento de la organización e influye en la conducta de sus funcionarios. Los factores que lo componen incluyen la integridad y los valores éticos, la capacidad de los funcionarios, el estilo de dirección y gestión, la asignación de autoridad y responsabilidad, la estructura organizacional y, las políticas y prácticas de personal.

2) **Evaluación de riesgos:** Consiste en la identificación y el análisis de los riesgos relevantes para la consecución de los objetivos, sirviendo de base para determinar cómo deben gestionarse. Es imprescindible identificar los objetivos en todos los niveles organizacionales, los cuales deben estar interrelacionados.

3) **Actividades de control:** Incluye las políticas, los procedimientos, técnicas, prácticas y mecanismos que permiten a la Dirección gestionar los riesgos identificados a partir de la evaluación de riesgos y garantizar el cumplimiento de los lineamientos establecidos. Estas actividades se ejecutan en todos los niveles de la organización y en cada una de las etapas de la gestión.

4) **Información y Comunicación:** Este componente establece que se debe identificar, recopilar y distribuir la información pertinente en forma oportuna y adecuada para que cada funcionario pueda cumplir con sus responsabilidades. Asimismo, debe existir una comunicación eficaz que fluya en todas las direcciones dentro de la organización, tanto de forma descendente como ascendente.

5) **Actividades de Supervisión:** El sistema de control interno requiere de supervisión para asegurar su vigencia a lo largo del tiempo. Esto se logra mediante actividades de supervisión continua, evaluaciones periódicas o una combinación de ambas.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 67 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Estos componentes se asocian con diecisiete principios, que a su vez se relacionan con setenta y ocho puntos de interés, los cuales son manifestaciones prácticas del cumplimiento de dichos principios.

El cuestionario utilizado en la presente auditoría se ha diseñado para abordar los aspectos más relevantes de los componentes del SCI. Con este fin, se ha dividido en cinco partes, cada una representada en una pestaña individual de un archivo Excel, correspondiendo a cada componente del SCI, e identificando los principios asociados a cada uno. Cada principio cuenta con un conjunto de preguntas diseñadas para evaluar su cumplimiento. Las respuestas a estas preguntas se presentan en formato binario (sí/no/parcialmente). Asimismo, en el apartado "observaciones" se ha destinado un espacio para incluir información relevante correspondiente a cada respuesta, el cual fue completado por el auditor durante las entrevistas realizadas para completar el formulario.

El objetivo final de la evaluación mediante el cuestionario es determinar el porcentaje de cumplimiento de cada componente, utilizando un enfoque cuantitativo que asigna valores numéricos a las respuestas. Cada respuesta se traduce en un porcentaje específico: 100% para "Sí", 0% para "No" y 50% para "Parcialmente". Estos porcentajes se registran y promedian para cada principio dentro de un componente. Posteriormente, se promedian los porcentajes de todos los principios para obtener el porcentaje de cumplimiento del componente en su totalidad. Por último, se promedia el resultado obtenido para cada componente y este porcentaje final refleja el grado de madurez del SCI, proporcionando una medida cuantitativa de su eficacia y nivel de desarrollo.

Tabla 1: Interpretación del resultado de la evaluación del SCI

Conclusión - Sistema de Control Interno	Nivel insuficiente	Nivel en desarrollo	Nivel óptimo
	0% <X <= 33%	34% <X <= 66%	67% <X <= 100%
Componentes del SCI	Si bien el organismo ha definido algunos elementos del SCI, otros se encuentran en fase de diseño. Algunos Controles básicos están establecidos, pero en general se trata de "impulsos" personales, lo que no es suficiente para lograr en conjunto, el cumplimiento de las metas organizacionales.	El organismo ha definido correctamente el SCI, los controles se ejecutan de acuerdo a lo planificado y existe cierta "disciplina" respecto a ellos, asimismo, se cuenta con mediciones de los factores de desempeño asociados, los que deben ser monitoreados constantemente de forma preventiva, lo que permite el cumplimiento de las metas organizacionales.	La organización optimiza continuamente su SCI, logrando mejoras comprobables en su desempeño, demostrando un nivel de excelencia que facilita y permite el cumplimiento de las metas organizacionales.

Fuente 1: Elaboración propia

ANÁLISIS

1) ENTORNO DE CONTROL

a) Identificación del Ambiente de Control

a.i) Actividades Sustantivas

Las actividades del Ministerio que están directamente relacionadas con su misión principal (comunicación y difusión de las políticas y actividades del gobierno) son:

 Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 69 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Tabla 2: Actividades Sustantivas

	Actividad Sustantiva	Subsecretaría	Direcciones Provinciales
1	Desarrollo y Ejecución de Estrategias de Comunicación Integrada.	Subsecretaría de Planificación de Comunicación Gubernamental	DP Comunicación Estratégica DP Planificación y Gestión de Actos de Gobierno. DP Radio Provincia
2	Gestión Integral de Medios y Producción de Contenidos	Subsecretaría de Producción y Contenidos	DP Seguimiento de Medios DP Prensa y Difusión DP Producción Audiovisual DP Fotografía, Imagen y Diseño DP Comunicación Digital
3	Coordinación de Estrategias Publicitarias y Gestión integral de la Publicidad Oficial	Subsecretaría de Coordinación de Medios	DP Estrategia Publicitaria DP Administración de Publicidad Oficial

Fuente 2: Elaboración propia en base al análisis de la estructura, misiones y funciones.

a.ii) Actividades de apoyo

Tabla 3: Actividades de apoyo

	Actividad de Apoyo	Subsecretaría	Direcciones Provinciales
4	Gestión Integral Administrativa y de Recursos del Ministerio	Subsecretaría Técnica Administrativa y Legal	Dirección Delegada de la DP de Personal DP Contabilidad y Presupuesto DP Compras y Contrataciones DP Ss Técnico-Administrativos DP Logística y Ss Auxiliares DP Informática
5	Control de Gestión y Modernización y Comunicación Institucional	Subsecretaría de Control de Gestión y Comunicación Institucional	Unidad de Control de Gestión y Modernización DP Comunicación Institucional

Fuente 3: Elaboración propia en base al análisis de la estructura, misiones y funciones.

a.iii) Objetivos Operacionales, Financieros y Normativos

A continuación, se exponen los principales objetivos Operacionales, Financieros y Normativos identificados para las actividades enunciadas anteriormente.

 Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 70 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Tabla 4: Identificación de Objetivos operacionales, financieros y normativos

Actividades	Objetivos Operacionales	Objetivos Financieros	Objetivos Normativos
1 Desarrollo y Ejecución de Estrategias de Comunicación Integrada	Coordinar y ejecutar planes estratégicos de campañas de comunicación.	Mejorar la eficiencia en el uso de los recursos financieros destinados a comunicación.	Velar por el cumplimiento de las normativas legales y éticas en la comunicación gubernamental.
	Coordinar eficientemente la planificación y ejecución de eventos y actos gubernamentales.	Optimizar la asignación de recursos para los actos gubernamentales.	Asegurar el cumplimiento de los protocolos de comunicación en situaciones de crisis.
	Gestión y Supervisión de Emisoras Radiales (Radio Provincia). Mejorar la calidad y diversidad de la programación.	Diversificar las fuentes de ingresos de las emisoras radiales	Promover una comunicación inclusiva y respetuosa de la diversidad.
2 Gestión Integral de Medios y Producción de Contenidos	Crear y gestionar contenido fotográfico, audiovisual y gráfico para apoyar las campañas de comunicación del gobierno.	Buscar oportunidades de financiamiento externo o colaboración público-privada.	Garantizar el cumplimiento de los protocolos de comunicación y ceremonial establecidos por el Gobierno de la Provincia.
	Difusión de Información Gubernamental	Implementar mecanismos de seguimiento y control presupuestario para garantizar el uso adecuado de los fondos destinados a la gestión integral de medios y producción de contenidos	Cumplir con las regulaciones gubernamentales y las políticas internas en la gestión y difusión de información gubernamental, asegurando el respeto por la libertad de prensa y la democracia informativa.
	Supervisar la cobertura mediática y emitir alertas de noticias urgentes para apoyar decisiones estratégicas.		
3 Coordinación de Estrategias Publicitarias y Gestión integral de la publicidad oficial	Gestionar de manera integral la publicidad oficial, desde la planificación y emisión de órdenes de publicidad hasta la certificación y seguimiento de su ejecución.	Optimizar el presupuesto asignado, manteniendo actualizada la información tarifaria.	Cumplimiento del Decreto N° 2147/2016 (Reglamentación de la Contratación de la Publicidad Oficial)
	Establecer mecanismos de monitoreo y evaluación para medir el impacto y la eficacia de las estrategias publicitarias.		Res. N° 40/2017 de la Secretaria de Medios (Destinatarios de la Pauta Oficial).
4 Gestión Integral Administrativa y de Recursos del Ministerio	Coordinar eficientemente la planificación y ejecución de campañas publicitarias en diversos medios.	Optimizar el uso de los recursos presupuestarios asignados	Resolución 140/2018 (Requisitos de Inscripción en el RUOPO).
	Contratación eficiente de Bienes y Servicios		
	Gestión de RRHH. Desarrollar planes de capacitación, políticas de selección, mecanismos de evaluación de desempeño.	Implementar medidas de control de costos y eficiencia en la gestión financiera, buscando maximizar el rendimiento de la inversión y reducir los gastos innecesarios	Cumplimiento de la Ley de Contrataciones N° 13.981, y Dec. Reglamentario 59/2019, Ley de Presupuesto, Resolución N° 19/21 HTC (Rendición de Cuentas).
	Implementar medidas de ciberseguridad y protección de datos		
5 Control de Gestión y Modernización y Comunicación Institucional	Eficacia y eficiencia de las operaciones contables y presupuestarias.		
	Desarrollar e implementar un sistema de control de gestión que permita monitorear el avance y cumplimiento de los objetivos estratégicos del ministerio	Optimizar el uso de recursos destinados a comunicación institucional	Establecer lineamientos y políticas de comunicación que aseguren la coherencia y consistencia del mensaje institucional
	Establecer y mantener estándares de calidad y transparencia en los procesos de gestión y modernización		
Coordinar la planificación e implementación de estrategias de comunicación interna y externa			

Fuente 4: Elaboración propia en base al análisis de varias fuentes de información: normativa vigente de competencia, estructura, misiones y funciones, Informes de Auditoría de Ejercicios anteriores.

a.iv) Identificación de fortalezas y debilidades del entorno de control

Basándonos en las respuestas del cuestionario y las entrevistas, así como en la revisión de documentación podemos identificar algunas fortalezas y debilidades en el componente de Entorno de Control del Ministerio de Comunicación Pública de la Provincia de Buenos Aires, en relación a cada uno de los principios que lo integran:

1- **Compromiso con la integridad y los valores éticos:** se destaca que el Organismo no cuenta con una estrategia para incorporar la ética en su cultura organizacional. Tampoco tiene un reglamento de infracción y sanciones, ni mecanismos establecidos para prevenir, detectar y corregir situaciones contrarias a la ética.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 71 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

2- Supervisión independiente de la junta directiva: La Unidad de Control de Gestión y Modernización, bajo la supervisión de la Subsecretaría de Control de Gestión y Comunicación Institucional, desempeña funciones que guardan similitud con una auditoría interna y es independiente de las restantes áreas de la entidad. Su misión abarca desde la recolección de información sobre la gestión ministerial hasta la vigilancia de la ejecución de acciones para alcanzar metas, pasando por la intervención en la elaboración de normativas de control interno y la propuesta de mejoras en la calidad de los servicios y en las relaciones institucionales. Sin embargo, es importante resaltar que tanto la Subsecretaría como esta Unidad son de reciente creación, en virtud de las modificaciones estructurales introducidas por el Decreto 470/2024, vigente desde el 1° de mayo de 2024. Se destaca que, aunque la Unidad carece de experiencia, su incorporación constituye un paso valioso en el fortalecimiento de la gestión institucional, aunque se deben considerar los posibles riesgos asociados a su proceso de formación.

3- Estructura, líneas de reporte, autoridad y responsabilidad: la entidad cuenta con una ley de creación que contempla una estructura orgánica actualizada e integral, proporcionando una base sólida para su funcionamiento. Las misiones y funciones de cada área están definidas. La estructura formal está relacionada con la funcional y el personal tiene conocimiento de la estructura.

4- Atraer, retener y mantener personal competente: los procedimientos de reclutamiento del personal se cumplen adecuadamente, incluyendo la comprobación de habilidades y capacidades necesarias para los puestos. Aunque se fomenta la capacitación a través de la participación en programas de perfeccionamiento a través de la Dirección Delegada de la DPP, como los ofrecidos por IPAP, AGG, CGP, TGP, DPP, Escribanía General de Gobierno, y el Ministerio de las Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual, no todos los puestos cuentan con un plan de capacitación formalizado.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 72 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

La rotación del personal es media, especialmente en áreas específicas como fotografía, donde los perfiles requeridos son muy valorados y difíciles de encontrar. La alta demanda de disponibilidad para viajar a distintos puntos de la provincia hace que a menudo se contraten jóvenes que permanecen en el organismo por un tiempo limitado.

5- Individuos responsables por el control interno: Existen procedimientos definidos para medir el desempeño de los funcionarios a través del cumplimiento de objetivos, pero estos procedimientos no están completamente formalizados ni son uniformemente aplicados en todas las áreas.

2) EVALUACION DE RIESGOS

c) Identificación de riesgos inherentes

La Gestión Integral de la **Publicidad Oficial** es una actividad central y altamente significativa para el Ministerio de Comunicación Pública, ya que representa el 85% del presupuesto devengado en 2023, según el análisis del Papel de Trabajo N° 1 del ente auditado. Se define como toda comunicación escrita o verbal que emana de una autoridad pública, cuyo objetivo es transmitir información de interés público a través de distintos medios, en el marco de un sistema republicano y democrático. Esta actividad está intrínsecamente ligada al principio republicano y constitucional de la publicidad de los actos de gobierno, garantizando así el acceso al derecho a la información.

La publicidad oficial permite a los ciudadanos conocer la administración y destino de los fondos públicos, fomentando la transparencia y creando oportunidades de participación y control sobre las actuaciones de los órganos estatales, ya sea del poder ejecutivo, legislativo o judicial. Debido a su naturaleza, tiene una notable importancia y sensibilidad, lo que se traduce en un riesgo inherente de esta actividad.

Asimismo, se identifica un riesgo vinculado a la utilización de la Publicidad Oficial con fines partidistas y falta de transparencia en los procesos de contratación.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 73 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Existe un riesgo significativo de que la publicidad oficial sea utilizada para favorecer a determinados partidos políticos o figuras públicas, en lugar de proporcionar información imparcial y de interés público. La falta de criterios normativamente impuestos para la asignación y distribución de la publicidad oficial aumenta este riesgo, ya que no existen regulaciones claras y específicas en sintonía con los estándares internacionales.

La normativa establece la contratación directa como regla, lo que atenta contra los principios de concurrencia, libre competencia e igualdad en la contratación. Además, la falta de transparencia en los procesos de selección de medios aumenta la discrecionalidad, lo que puede conducir a la violación del derecho a la libertad de pensamiento y de expresión.

Otro riesgo inherente a las actividades del Ministerio de Comunicación Pública está asociado a los cambios estructurales que pueden afectar la continuidad operativa y requerir una adaptación por parte del personal. Se trata de un organismo de reciente creación, que recién en 2019 adopta la jerarquía ministerial, mediante la fusión de la Secretaría de Medios y la Secretaría de Asuntos Públicos. El Decreto 470/2024, con vigencia a partir del 1º de mayo de 2024, introdujo nuevamente modificaciones adicionales en la estructura. Estos cambios incluyeron la supresión de ciertas áreas y la incorporación de otras, como la Subsecretaría de Control de Gestión y Comunicación Institucional, que abarca la Dirección Provincial de Comunicación Institucional y una Unidad de Control de Gestión y Modernización.

d) Identificación de Riesgos de control

No se evidencia un documento formalmente aprobado por una autoridad competente que defina la estrategia anual de comunicación del Estado Provincial. Esta ausencia dificulta la evaluación de la razonabilidad en la toma de decisiones sobre la admisión o rechazo de propuestas de publicidad oficial presentadas por los organismos.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 74 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

La estrategia comunicacional debería ser fundamental para la adecuación e integración del Plan Anual de Publicidad Oficial, documento que tampoco implementa la organización.

Se destaca asimismo la falta de manuales de procedimiento, como la implementación de procesos sustantivos para analizar riesgos que puedan afectar el cumplimiento de los objetivos en las diversas áreas del Ministerio. No obstante, se observa un avance en estas cuestiones con la reciente creación de la Subsecretaría de Control de Gestión y Comunicación Institucional. A esta subsecretaría se le han asignado las siguientes acciones:

1. Recabar la información relativa a la gestión de las diversas áreas y dependencias del Ministerio, para el cumplimiento de las funciones de la Subsecretaría y elevar informes a la/al Subsecretaria/o de las tareas en base al cumplimiento de los objetivos de la cartera ministerial.
2. Controlar la ejecución de las acciones a través de las cuales se alcanzarán los objetivos planteados por la jurisdicción.
3. Intervenir en la elaboración, adecuación e implementación de normas y procedimientos de control interno y de gestión, a los fines de promover y evaluar la eficiencia, la calidad y la mejora continua de las acciones del Ministerio.
4. Asistir en todo cuanto fuera requerido respecto de la implementación de planes estratégicos de modernización de la Administración Pública de la Provincia, colaborando en la elaboración y diseño de manuales de organización.

En relación a los expedientes que tramitan la contratación y el pago de la publicidad oficial, según emerge del resultado obtenido en auditorías anteriores, permanecen en formato papel, ya que, debido a ciertas particularidades de excepción, estos procesos se encuentran legalmente amparados, gozando durante seguidos

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 75 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

ejercicios de prórrogas que suspenden los efectos del artículo 12 de la RESFC-2019-7-GDEBA-SLYT que establece la obligatoriedad de uso del Módulo de “Expediente Electrónico” para el total de procedimientos administrativos, en sintonía con los lineamientos de la Ley N° 14.828 de Modernización de la Administración Pública de la Provincia de Buenos Aires.

La situación descrita anteriormente conlleva diversos riesgos. Aunque la organización está en proceso de digitalización de documentos y ha implementado una mesa digital para el pago de servicios de publicidad, aún no se ha extendido esta digitalización a las etapas previas de contratación. Se anticipa que estas medidas se implementarán gradualmente en un futuro próximo.

En el mismo sentido, se resalta la ausencia de un registro público de fácil acceso para consultar las contrataciones relacionadas con la publicidad oficial. El Decreto 2147/2016 prevé la creación de un Registro Único de Órdenes de Publicidad Oficial (RUOPO) en el cual tendrían lugar todas las órdenes de contratación de publicidad oficial, las cuales deberán estar detalladas con los datos que contiene una Orden de compra. Sin embargo, no existe información pública respecto de este registro.

Finalmente se destaca la falta de controles sobre la emisión de la Pauta Publicitaria. Según la información proporcionada por el auditado, no se llevan a cabo controles sobre la prestación real del servicio, sino que se enfocan en verificar el cumplimiento de los requisitos formales de la documentación para procesar los pagos.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 76 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

3) ACTIVIDADES DE CONTROL

a) Principales procesos financieros contables, de gestión de personal, de compras y contrataciones de bienes y servicios y de obra pública, de gestión patrimonial.

Los procesos financieros y contables, de gestión de personal, de compras y contrataciones de bienes y servicios y de obra pública, así como la gestión patrimonial en el Ministerio de Comunicación Pública de la Provincia de Buenos Aires son coordinados por la Subsecretaría Técnica, Administrativa y Legal, y ejecutados por la Dirección General de Administración y sus divisiones.

La Dirección de Compras y Contrataciones se encarga de gestionar y ejecutar compras y ventas, realizando controles y fiscalizaciones, elaborando el Programa Anual de Contrataciones y participando en la elaboración de pliegos y documentación para contratación de bienes y servicios.

La Dirección de Contabilidad y Presupuesto organiza y coordina los actos administrativo-contables para la gestión económica-financiera, controla el presupuesto anual, gestiona ingresos y egresos de fondos según normativas, y realiza tareas de liquidación y formulación de pedidos de fondos.

La Dirección Delegada de la Dirección Provincial de Personal dirige las actividades de administración de recursos humanos según normativas establecidas, ejecuta gestiones y trámites laborales, planifica y controla el cumplimiento del régimen horario y normas de asistencia, mantiene actualizado el registro de personal y organiza temas relacionados con el ordenamiento de plantillas, movimientos de personal y capacitación.

Las actividades de control que se ejercen para garantizar la eficacia de los procedimientos son preventivas, concomitantes y posteriores. El órgano que ejerce estos

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 77 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

controles a través de sus reparticiones específicas es la Subsecretaría Técnica, Administrativa y Legal. En este sentido el control de legalidad lo efectúa la Dirección de Servicios Técnico – Administrativos, que interviene en la etapa posterior a la conformación de las actuaciones evaluando factibilidad, encuadre legal, documental respaldatoria, intervenciones, publicidad y en forma previa al dictado del acto administrativo definitivo después de sustanciadas las intervenciones de ley.

b) Principales procesos de prestación de servicios

La actividad central y crítica de acuerdo a su participación en el presupuesto es la **Gestión de la pauta publicitaria**. Podemos identificar los siguientes subprocesos:

- Planificación y Coordinación de la Publicidad Oficial: La Subsecretaría de Coordinación de Medios planifica y coordina la relación con los medios de comunicación, verifica propuestas publicitarias y administra el presupuesto.
- Gestión Administrativa de la Publicidad Oficial: la Dirección Provincial de Administración de Publicidad Oficial gestiona las contrataciones, autorizaciones de pago y registros de proveedores y órdenes de publicidad.
- Certificación y Facturación de Contrataciones: La Dirección de Certificación de Publicidad Oficial administra la documentación relacionada con la certificación y facturación de contrataciones, asegurando su cumplimiento.
- Relación Comercial con Medios y Proveedores: La Dirección de Enlace Institucional para la Publicidad Oficial coordina la relación comercial con medios y proveedores, centralizando campañas y gestionando la publicación de avisos legales.
- Administración del Registro Oficial de Medios Publicitarios: La Dirección del Registro Oficial de Medios Publicitarios administra un sistema para la inscripción y actualización de proveedores, garantizando el cumplimiento de requisitos y la actualización de registros.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 78 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Luego, dentro de los procesos sustanciales del Ministerio podemos mencionar la **dirección y coordinación, formulación y ejecución de estrategias de comunicación** para el gobierno provincial, a cargo de la Subsecretaría de Planificación de Comunicación Gubernamental. Este proceso incorpora otros 3 subprocesos:

- Formulación de Políticas de Comunicación Gubernamental, a cargo de la Dirección Provincial de Comunicación Estratégica, implica la creación de políticas de comunicación para el gobierno provincial, abordando aspectos como la identificación de audiencias clave y la definición de mensajes clave.
- Gestión y Coordinación de Actos de Gobierno, a través de la Dirección Provincial de Planificación y Gestión de Actos de Gobierno.
- Producción y Difusión de Contenidos en Radio Provincia: La Dirección Provincial de Radio Provincia, se encarga de producir y difundir contenidos radiales relacionados con las políticas y acciones del gobierno provincial.

Finalmente, otro proceso sustancial es el que lleva adelante la Subsecretaría de Producción y Contenidos que implica la **producción de diversos tipos de contenido, como audiovisual, gráfico, fotográfico**, entre otros. Este incluye:

- Producción y Contenidos Audiovisuales (a cargo de la Dirección Provincial de Producción Audiovisual).
- Gestión de Fotografía, Imagen y Diseño (a cargo de la Dirección Provincial de Fotografía, Imagen y Diseño).
- Coordinación de Comunicación con Medios Locales y Nacionales (a cargo de la Dirección Provincial de Prensa y Difusión).
- Coordinación de Seguimiento de Medios (a cargo de la Dirección Provincial de Seguimiento de Medios).
- Producción y difusión de contenidos informativos (a cargo de la Dirección Provincial de Contenidos).

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 79 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

- Planificación y Gestión de Comunicación Digital (a cargo de la Dirección Provincial de Comunicación Digital).

En relación a las actividades de control sobre estos procesos, se destaca un aspecto débil, que tiene que ver con la ausencia de un manual de funciones que describa los procedimientos adoptados por la institución para llevar a cabo las diferentes actividades, delimitando las funciones, actividades y responsabilidades para cada puesto de trabajo existente en la institución.

c) Sistemas informáticos. Actividades de control de TI.

El Ministerio utiliza el sistema contable SIGAF (Sistema Integrado de Gestión y Administración Financiera para la Provincia de Buenos Aires) para el registro de sus operaciones, siguiendo las normativas de la Contaduría General de la Provincia.

En cuanto al proceso de contratación y pago de la pauta oficial, se está desarrollando actualmente una herramienta informática específica. Hasta el momento se ha utilizado el sistema SDOP para gestionar las órdenes de publicidad. A partir de 2022, se inició el desarrollo de APUBA (Administración de Publicidad Buenos Aires) como reemplazo de SDOP. Sin embargo, debido a cambios y mejoras en la base de datos, no fue posible migrar los datos antiguos de SDOP a APUBA. Para abordar esta transición, se creó un tablero de comandos que integra información de ambos sistemas, permitiendo un acceso unificado. Cabe señalar que APUBA fue desarrollado internamente por el Ministerio de Comunicación Pública de la Provincia de Buenos Aires y no forma parte del SIGAF.

Desde septiembre de 2022, se trabaja con la Dirección Provincial de Mejora Administrativa (DPMA) para integrar APUBA con GDEBA. Se ha firmado un acta de constitución del proyecto, y se está diseñando la integración para automatizar tareas, evitar duplicaciones y simplificar el proceso de caratulación de expedientes en GDEBA.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 80 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Paralelamente, se desarrolla una mesa digital de trámites del Ministerio para abordar las deficiencias detectadas en la mesa de la DPSIT. Esta implementación permite a los proveedores gestionar digitalmente la documentación relacionada con el cobro de publicidad oficial y la generación automática de expedientes.

En cuanto a las actividades de control de Tecnología de la Información (TI) en el Ministerio, se observa una estructura parcialmente adecuada. La organización cuenta con una única unidad de TI, lo cual facilita la homogeneidad de criterios y objetivos en materia de TI. Sin embargo, esta unidad depende de la Subsecretaría Legal y Técnica, lo que no asegura su independencia de las áreas usuarias, limitando su capacidad para implementar criterios homogéneos en toda la organización y garantizar una atención imparcial y efectiva a todos los sectores.

No existe un manual de Roles y Funciones que documente formalmente la descripción y aprobación de los puestos de trabajo tanto de la Unidad de TI.

El control de acceso a los sistemas de información está adecuadamente gestionado, garantizando la seguridad en la carga de datos, modificación de archivos y alteraciones en los programas utilizados. Asimismo, se aplican medidas de prevención, detección y corrección para proteger los sistemas contra software malicioso, lo que refuerza la seguridad y operatividad de los sistemas de TI.

d) Procesos de gestión de procedimientos administrativos incluido la emisión de actos administrativos.

En la Provincia de Buenos Aires, la Ley de Procedimiento Administrativo está regulada por el Decreto-ley N° 7647/1970. La ejecución de los procesos administrativos se lleva a cabo a través del sistema GDEBA (Sistema de Gestión Documental Electrónica Buenos Aires), implementado mediante el Decreto 1018/16, en cumplimiento con lo establecido en la Ley N° 14.828 de Modernización de la Administración Pública. Los principios rectores que orientan el “Plan Estratégico de

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 81 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Modernización de la Administración Pública de la Provincia de Buenos Aires” son la calidad, optimización en el uso de los recursos públicos, economía y racionalidad administrativas, ética y transparencia, y la participación de la ciudadanía en la gestión pública.

El uso del sistema de Gestión Documental Electrónica (GDEBA) permite el registro y seguimiento de todos los documentos administrativos, asegurando que puedan ser rastreados electrónicamente y proporcionando transparencia y trazabilidad. Además, se implementan controles de acceso al sistema GDEBA para asegurar que solo el personal autorizado pueda ingresar, modificar o consultar documentos. La firma electrónica y digital también se utiliza para garantizar que los documentos no han sido alterados después de su firma, asegurando así la integridad de los documentos electrónicos.

4) INFORMACION Y COMUNICACIÓN

El análisis del componente de Información y Comunicación del Ministerio, basado en el cuestionario COSO, revela varios aspectos. En cuanto al principio de Información relevante obtenida, generada y usada, el Ministerio cuenta con mecanismos efectivos para obtener información externa relevante, como condiciones de mercado, novedades legislativas, resoluciones de organismos de control y cambios económicos. Asimismo, se observa una clara diferenciación de roles en cuanto al acceso, consulta y modificación de información, lo que refuerza la seguridad y la integridad de los datos. El uso de un sistema de claves únicas para el acceso a los sistemas de información incrementa la seguridad y el control del acceso a la información, y la existencia de copias de seguridad de los archivos en ubicaciones distintas al centro de cómputos garantiza la recuperación de datos en caso de desastre. Además, la información está disponible en el tiempo oportuno, permitiendo un control efectivo de los acontecimientos y actividades internas y externas.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 82 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Sin embargo, también se identifican como debilidad significativa en este principio la ausencia de un sistema de información integrado lo que dificulta la gestión y el acceso centralizado a la información. Esto en relación a la gestión de la pauta publicitaria, cuyos sistemas de información se encuentran en un proceso de cambios, que se ha desarrollado en párrafos precedentes.

En relación al principio de Información de control interno comunicada internamente, se observan varias fortalezas. El Ministerio dispone de diversas herramientas de comunicación interna, lo que facilita la transmisión de información entre las áreas y niveles jerárquicos. La comunicación oportuna entre las áreas permite el cumplimiento eficaz de las actividades y responsabilidades.

No obstante, se identifican algunas debilidades. El Ministerio no ha certificado normas de calidad, lo cual puede afectar la percepción externa sobre la eficiencia y eficacia de sus procesos. Tampoco cuenta con un manual de calidad, lo que puede llevar a inconsistencias en los procesos y en la prestación de servicios.

Respecto al principio de Información de control interno comunicada externamente, aunque el Ministerio dispone de diversas herramientas para la comunicación con usuarios externos, como el correo oficial, oficios, GDEBA, SIAPE, PBAC, SINDMA y Boletín Oficial, persisten debilidades en la transparencia de la contratación de pauta oficial. Tal como se describió en párrafos precedentes, el Decreto 2147/2016 prevé la creación de un Registro Único de Órdenes de Publicidad Oficial (RUOPO), donde se detallarían todas las órdenes de contratación de publicidad oficial con la información completa de cada orden de compra. Sin embargo, actualmente no existe información pública accesible respecto a este registro, lo que afecta negativamente la transparencia en este aspecto.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 83 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

5) ACTIVIDADES DE SUPERVISIÓN

El último componente del COSO, "Actividades de Supervisión", revela una combinación de fortalezas y áreas de mejora en el Ministerio. Se destaca la revisión periódica de los procesos clave por parte de los responsables de cada área, lo que promueve la identificación de mejoras y ajustes necesarios. Sin embargo, aunque se realizan evaluaciones continuas y/o puntuales para determinar el funcionamiento de los controles internos, aún hay aspectos por mejorar en la consideración de riesgos y en la formalización de la metodología de evaluación.

Por otro lado, se evidencia la comparación habitual del desempeño con lo presupuestado y la evaluación de desvíos, lo que indica un enfoque en la gestión eficiente de recursos. No obstante, la implementación de un plan de mejoras basado en la autoevaluación del sistema de control interno no se ha concretado, lo que sugiere una oportunidad para fortalecer la eficacia de los controles.

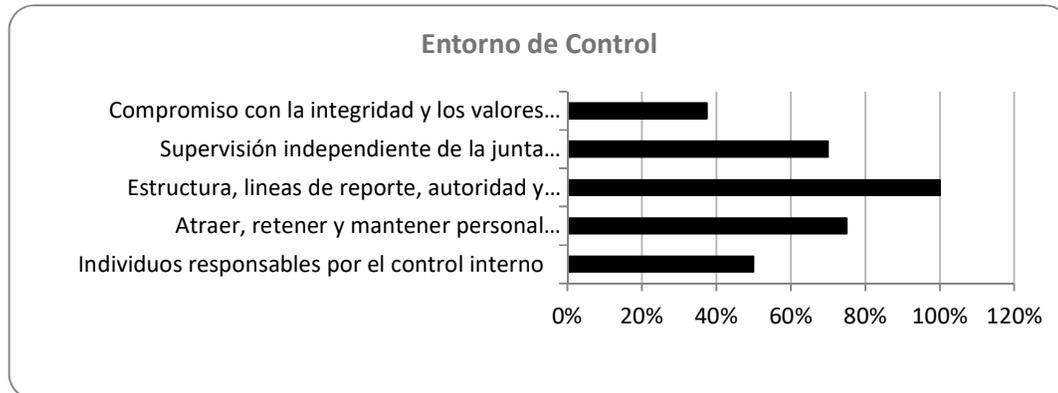
En este punto es importante resaltar nuevamente la creación de la Subsecretaría de Modernización, que puede desempeñar un papel crucial en la mejora de las actividades de supervisión y en la implementación de prácticas de control interno más efectivas en el Ministerio

CONCLUSIONES

El sistema de control interno del Ministerio de Comunicación Pública está en una etapa de madurez "**en desarrollo**", con un nivel de cumplimiento del 58% en promedio para cada componente evaluado. Durante el análisis, se identificaron varias debilidades y fortalezas específicas en cada área, las cuales fueron detalladas en el proceso de evaluación.

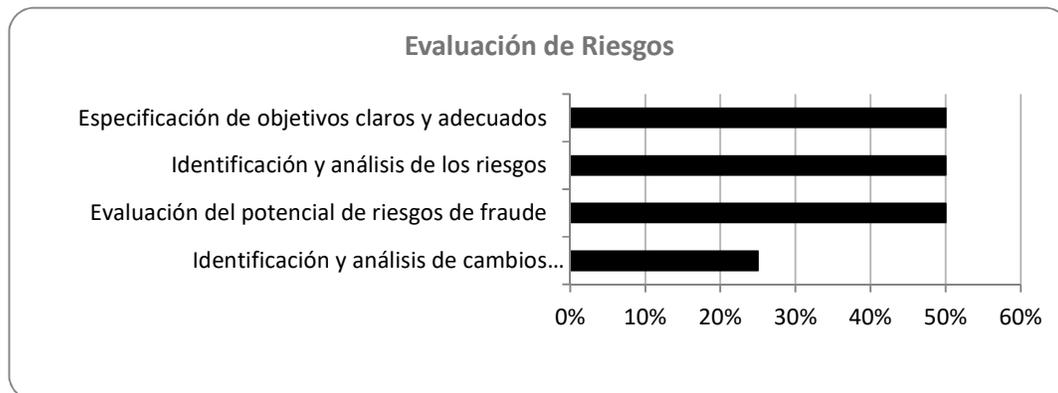


Gráfico 1: Resultado del análisis del componente Entorno de Control



Fuente 5: Cuestionario de Relevamiento del SCI

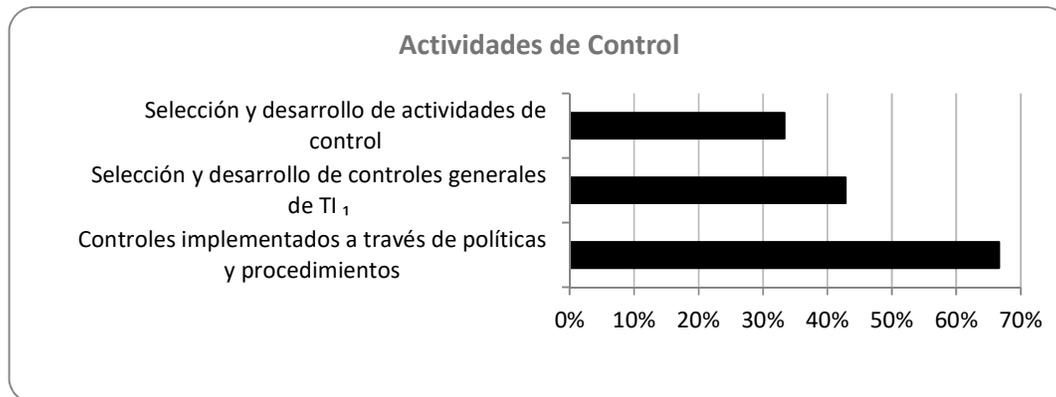
Gráfico 2: Resultado del análisis del componente Evaluación de Riesgos



Fuente 6: Cuestionario de Relevamiento del SCI

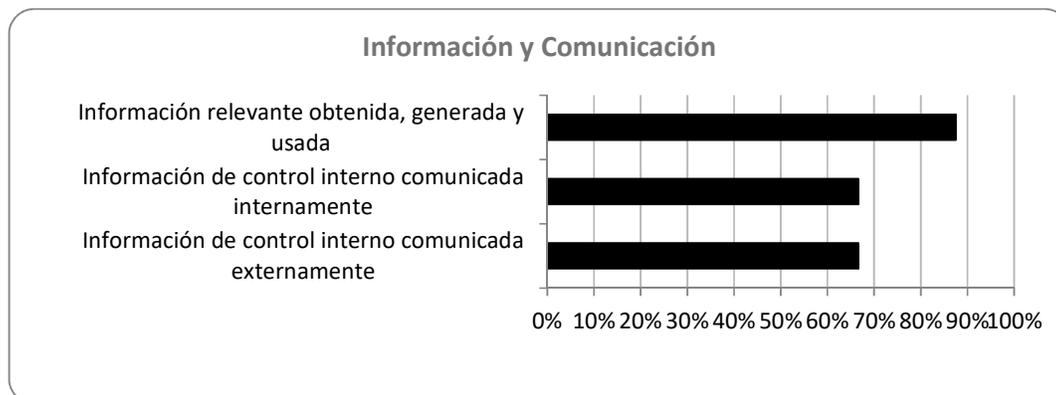


Gráfico 3: Resultado del análisis del componente Actividades de Control



Fuente 7: Cuestionario de Relevamiento del SCI

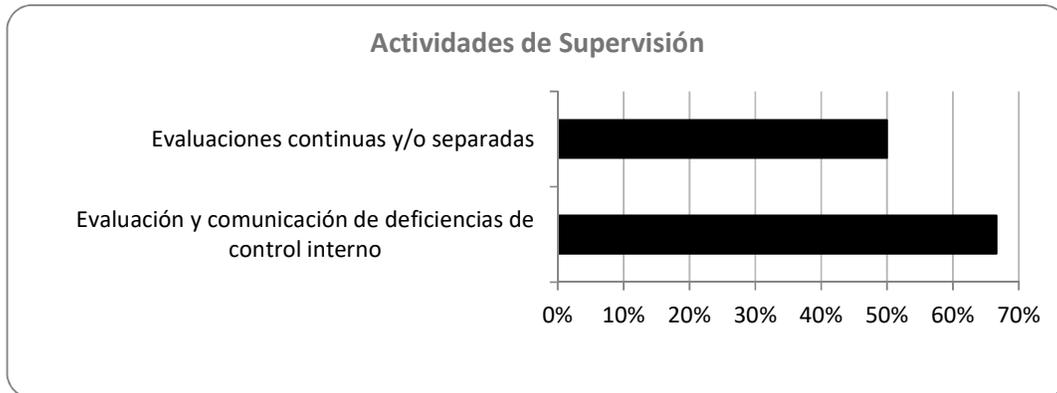
Gráfico 4: Resultado del análisis del componente Información y Comunicación



Fuente 8: Cuestionario de Relevamiento del SCI

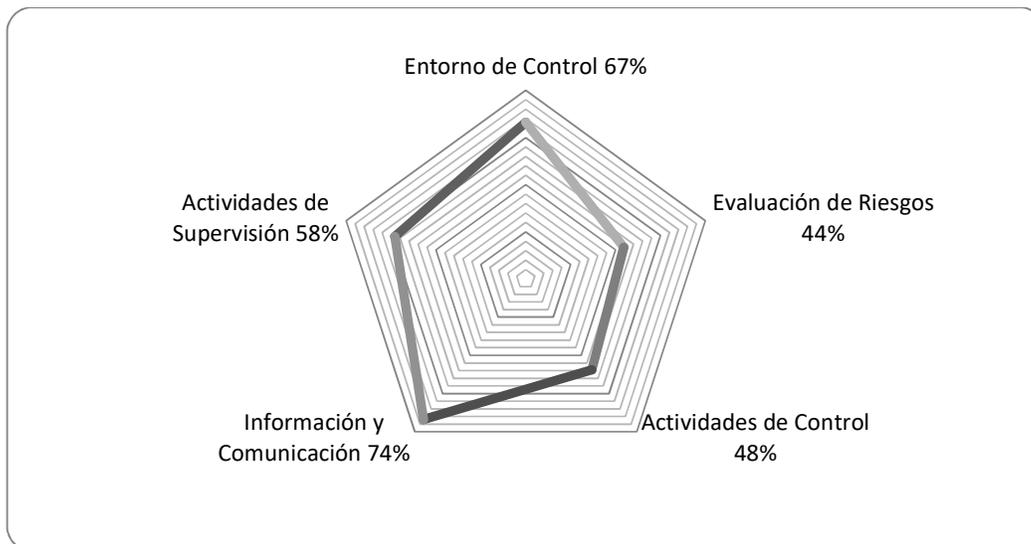


Gráfico 5: Resultado del análisis del componente Actividades de Supervisión



Fuente 9: Cuestionario de Relevamiento del SCI

Gráfico 6: Resultado final de la evaluación del SCI



Fuente 10: Cuestionario de Relevamiento del SCI



Cuestionario

Sección 1 — ENTORNO DE CONTROL

% DEL COMPONENTE

67%

1.1	Compromiso con la integridad y los valores éticos	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
1.1.1	¿Se ha formulado, ejecutado y evaluado una estrategia para incorporar la ética en la cultura organizacional y para prevenir el fraude y la corrupción?	NO	0%	38%	
1.1.2	¿La organización ha promulgado o adoptado un código de ética y/o de conducta u otro documento que reúna declaraciones de valores y normas de comportamiento?	NO	0%		
1.1.3	¿Funciona un comité/unidad de ética o similar que asesore y controle respecto a este tema?	NO	0%		
1.1.4	¿Conoce el personal y los funcionarios el código de ética ?	NO	0%		
1.1.5	¿Existe un sistema de incentivos y sanciones al personal ? ¿Se dan a conocer?	SI	100%		(1)
1.1.6	¿Los reconocimientos y promociones son exclusivamente por logros y desempeño?	PARCIALMENTE	50%		(2)
1.1.7	¿La organización revisa periódicamente el Reglamento de infracción y sanciones para asegurar que la totalidad de conductas constitutivas de infracción sean sujetas a sanción?	SI	100%		
1.1.8	¿La organización ha establecido mecanismos para prevenir, detectar y corregir situaciones contrarias a la ética? ¿Cuáles?	PARCIALMENTE	50%		(3)
1.2	Supervisión independiente de la junta directiva	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
1.2.1	¿Existe la Unidad de Auditoría Interna?	SI	100%	70%	
1.2.2	En caso negativo, ¿Existe alguna dependencia que la reemplace?	NO	0%		
1.2.3	¿Es independiente de las restantes áreas de la entidad? ¿De quién depende?	SI	100%		
1.2.4	¿Fueron definidos indicadores o métricas útiles para monitorear el desempeño de las áreas? Se revisan periódicamente?	PARCIALMENTE	50%		
1.2.5	¿El superior jerárquico institucional analiza periódicamente los riesgos asociados al entorno operativo de la entidad (o es informado de los análisis respectivos) e instruye a la administración para que emprenda medidas para gestionarlos?	SI	100%		(4)



1.3	Estructura, líneas de reporte, autoridad y responsabilidad	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
1.3.1	¿Existe una ley de creación del organismo que contemple una estructura orgánica actualizada e integral?	SI	100%	100%	(5)
1.3.2	¿Están definidas las misiones y funciones de cada área? ¿Están adecuadamente delimitadas las áreas de competencia/responsabilidades?	SI	100%		(6)
1.3.3	¿La estructura formal se relaciona con la estructura funcional de la organización?	SI	100%		
1.3.4	¿La estructura facilita el flujo de información hacia los niveles superiores e inferiores y entre todas las actividades?	SI	100%		
1.4	Atraer, retener y mantener personal competente	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
1.4.1	¿Se cuenta con políticas u otra normativa institucional, de conocimiento general, para el reclutamiento, la selección y promoción del personal?	PARCIALMENTE	50%	75%	(7)
1.4.2	¿Se da cumplimiento de los procedimientos previstos para el reclutamiento del personal: esto es, ¿Se realiza el reclutamiento de personal en función de las necesidades de la organización?	SI	100%		
1.4.3	¿El personal acredita formación profesional con las incumbencias pertinentes para desarrollar las tareas asignadas?	SI	100%		
1.4.4	¿La Organización cuenta con cantidad suficiente de personal?	SI	100%		
1.4.5	¿Existe un plan de capacitación permanente que favorezca el mantenimiento y mejora de la capacidad del personal?	PARCIALMENTE	50%		(8)
1.4.6	¿Se dictan cursos de inducción? ¿Cuáles?	SI	100%		
1.4.7	¿La rotación del personal es alta?	PARCIALMENTE	50%		(9)
1.4.8	¿Se realiza una evaluación periódica del desempeño que identifique las necesidades organizacionales y personales de mayor capacitación?	PARCIALMENTE	50%		(10)
1.5	Individuos responsables por el control interno	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
1.5.1	¿Se tienen claramente definidos los procedimientos para la medición del desempeño de los funcionarios? (Mencionar)	PARCIALMENTE	50%	50%	(11)

Cuestionario

Sección 2 — EVALUACIÓN DE RIESGOS

% DEL COMPONENTE

44%

2.1	Especificación de objetivos claros y adecuados	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
2.1.1	¿Se encuentran claramente definidos los objetivos organizacionales, y han sido promulgados formalmente por máximo superior jerárquico institucional, y divulgados entre los funcionarios de todos los niveles?	SI	100%	50%	
2.1.2	¿La especificación de los objetivos particulares esta alineada con la visión, misión y los objetivos organizacionales?	SI	100%		
2.1.3	¿Existe un plan de acción/estrategia anual?	NO	0%		
2.1.4	¿Se han identificado y descrito los resultados que cada programa o área debe generar?	PARCIALMENTE	50%		(1)
2.1.5	¿Existe un cronograma de cumplimiento de metas físicas?	NO	0%		
2.2	Identificación y análisis de los riesgos	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
2.2.1	¿Hay un área específica dedicada al análisis de riesgos en función de los objetivos de la organización?	SI	100%	50%	(2)
2.2.2	¿Se definieron los mecanismos para la identificación de riesgos internos? ¿Funcionan adecuadamente?	NO	0%		(3)
2.2.3	¿La organización cuenta con una matriz de Riesgos (probabilidad e impacto) o Análisis y Evaluación de Riesgos? (Procedimiento formal).	NO	0%		(4)
2.2.4	¿Se realiza un análisis de riesgos de manera frecuente?	PARCIALMENTE	50%		(5)
2.2.5	¿Se llevan adelante acciones para reducir la probabilidad y/o el impacto del riesgo a través de actividades de control /decisiones de gestión?	SI	100%		



2.3	Evaluación del potencial de riesgos de fraude	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
2.3.1	¿La organización cuenta con procedimientos formalizados para identificar, analizar y administrar los riesgos de fraude y corrupción, considerando los incentivos, las presiones, las oportunidades y las racionalizaciones asociados a la eventual ocurrencia de esos fraudes?	NO	0%	50%	
2.3.2	¿Se han tomado acciones para reducir la probabilidad y/o el impacto del riesgo de fraude y/o corrupción? (separación de funciones, rotación de personal, mecanismos de rendición de cuentas, supervisión detallada, controles permanentes y auditorías específicas)	SI	100%		
2.4	Identificación y análisis de cambios significativos	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
2.4.1	¿Existen mecanismos (procedimientos formalizados) para identificar los riesgos derivados de fuentes externas (Cambios tecnológicos, políticos, económicos, normativos)?	PARCIALMENTE	50%	25%	(6)
2.4.2	En base al análisis de riesgos derivados del ambiente externo, ¿se establece un plan de contingencias?	NO	0%		

Cuestionario

Sección 3 — ACTIVIDADES DE CONTROL

% DEL COMPONENTE

48%

3.1	Selección y desarrollo de actividades de control	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
3.1.1	¿La organización cuenta con un manual de funciones oficializado y actualizado?	NO	0%	33%	
3.1.2	¿Se han identificado en la organización las tareas de alto riesgo de que se cometan irregularidades tales como fraude o actos de corrupción?	SI	100%		
3.1.3	¿Se efectúa rotación periódica del personal asignado en tales puestos susceptibles a riesgos de fraude?	NO	0%		
3.2	Selección y desarrollo de controles generales de TI	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
3.2.1	¿La organización cuenta con una única unidad de TI, o en su defecto, un comité de TI que garantice la independencia de las áreas usuarias y la homogeneidad de criterios y objetivos en materia de TI?	SI	100%	43%	
3.2.2	¿El área de seguridad de la información es independiente de la Unidad de TI?	NO	0%		
3.2.3	¿Existe un manual de Roles y Funciones o similar que documente de manera formal la descripción y aprobación de los puestos de trabajo de la Unidad de TI y de Seguridad de la Información?	NO	0%		
3.2.4	¿Desarrollan un plan de capacitación, a partir de procedimientos desarrollados para la identificación y documentación de las necesidades de capacitación de todo el personal?	NO	0%		
3.2.5	¿La organización cuenta con un plan estratégico de tecnologías de información vigente y lo mantiene actualizado?	NO	0%		
3.2.6	¿Está apropiadamente controlado el acceso a los sistemas de información, esto es a la carga de datos, modificación de archivos, alteraciones en los programas (<i>software</i>) utilizados?	SI	100%		
3.2.7	¿Se aplican medidas de prevención, detección y corrección para proteger los sistemas contra <i>software</i> malicioso (<i>virus</i> , <i>spyware</i> , correo basura, <i>software</i> fraudulento, etc.)?	SI	100%		



3.3	Controles implementados a través de políticas y procedimientos	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
3.3.1	¿Existe un manual de procedimientos que regule cada fase del proceso presupuestario, los plazos y los roles de los participantes?	NO	0%	67%	
3.3.2	En base a los riesgos identificados en la etapa de evaluación, ¿se han establecido controles preventivos, detectivos y correctivos para garantizar el cumplimiento de los objetivos? En caso afirmativo, ¿Cuáles?	SI	100%		
3.3.3	¿Se evalúan periódicamente esos controles para asegurarse que aún están operando adecuadamente al fin que les diera origen?	PARCIALMENTE	50%		
3.3.4	¿Se han establecido indicadores y criterios para la medición de la gestión tanto a nivel de entidad/programa, como de actividades y tareas?	PARCIALMENTE	50%		
3.3.5	¿Se analizan periódicamente los resultados alcanzados (por la aplicación de estos indicadores) contra lo planificado y se analizan los desvíos?	SI	100%		
3.3.6	¿Se ha desarrollado un tablero de control o equivalente para el seguimiento de la gestión a través del monitoreo de la información e indicadores claves?	NO	0%		
3.3.7	¿Se preparan los informes necesarios para tal control?	SI	100%		
3.3.8	¿Existen controles referentes a cumplimiento de legalidad?	SI	100%		
3.3.9	Separación de tareas y responsabilidades: ¿Ningún individuo tiene el control absoluto sobre todos los aspectos claves de una operación/transacción?	SI	100%		

Cuestionario

Sección 4 — INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

% DEL COMPONENTE

74%

4.1	Información relevante obtenida, generada y usada	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
4.1.1	¿Existe un sistema de información integrado? ¿Qué sistemas de información utilizan?	NO	0%	88%	(1)
4.1.2	¿Se consigue consistencia (coherencia) entre distintas fuentes?	SI	100%		
4.1.3	¿Existen mecanismos para obtener la información externa pertinente para la jurisdicción tales como condiciones de mercado, novedades legislativas, resoluciones de organismos de control, cambios económicos?	SI	100%		
4.1.4	¿Existen roles diferenciados para el acceso, consulta y modificación de información?	SI	100%		
4.1.5	¿Se utiliza un sistema de claves únicas para el acceso al sistema?	SI	100%		
4.1.6	¿Se cuenta con copias de los archivos en algún lugar distinto al del centro de cómputos?	SI	100%		
4.1.7	¿La información esta disponible en el tiempo oportuno, para permitir el efectivo control de los acontecimientos y actividades internas/externas?	SI	100%		
4.1.8	¿Existe un Área de almacenamiento y actualización de normativa?	SI	100%		



4.2	Información de control interno comunicada internamente	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
4.2.1	¿Existen diferentes herramientas de comunicación con que cuenta la organización internamente? ¿Cuáles?	SI	100%	67%	(2)
4.2.2	¿Existe una comunicación oportuna entre las áreas de manera que puedan cumplir con responsabilidad sus actividades?	SI	100%		
4.2.3	¿Existen canales de comunicación de manera que el personal pueda comunicar sobre posibles irregularidades?	SI	100%		
4.2.4	¿Los avances/modificaciones en la implementación del SCI son comunicados a la alta dirección?	SI	100%		
4.2.5	¿El Organismo certificó Normas de Calidad?	NO	0%		
4.2.6	¿El Organismo cuenta con un Manual de Calidad?	NO	0%		

4.3	Información de control interno comunicada externamente	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
4.3.1	¿Existen herramientas de comunicación con usuarios externos? ¿Cuáles?	SI	100%	67%	(3)
4.3.2	¿Se realiza un seguimiento oportuno y apropiado de los expedientes?	SI	100%		
4.3.3	¿Existe algún canal mediante el cual se informe a la ciudadanía sobre las actividades organizacionales y en los casos que corresponda, recibir sugerencias, reclamos, comentarios, denuncias, etc. por parte de éstos?	NO	0%		

Cuestionario

Sección 5 — ACTIVIDADES DE SUPERVISIÓN

% DEL COMPONENTE

58%

5.1	Evaluaciones continuas y/o separadas	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
5.1.1	¿Se realiza una supervisión metódica, mediante evaluaciones continuas y/o puntuales, para determinar la suficiencia y el adecuado funcionamiento de los componentes del control interno?	PARCIALMENTE	50%	50%	
5.1.2	¿Los responsables de las diferentes áreas realizan una revisión periódica permanente de sus procesos claves para propiciar las mejoras y ajustes requeridos?	SI	100%		
5.1.3	¿Se consideran los riesgos en cada proceso al determinar el alcance y la frecuencia de las evaluaciones?	PARCIALMENTE	50%		
5.1.4	¿La Dirección aprueba el plan informático y controla en forma periódica el grado de avance, a efectos de detectar y evitar desvíos en los plazos, costos y metas previstas?	NO	0%		
5.1.5	¿Existen actividades de supervisión automatizadas para los principales procesos?	PARCIALMENTE	50%		(1)
5.1.6	¿La metodología de evaluación está formalmente definida en manuales?	NO	0%		
5.1.7	En el desarrollo de las tareas, ¿se compara habitualmente el desempeño con lo presupuestado y se evalúan las causas de los desvíos?	SI	100%		

5.2	Evaluación y comunicación de deficiencias de control interno	RESPUESTA (SI-NO-PARCIALMENTE)	% PREGUNTA	% PRINCIPIO	Observaciones
5.2.1	¿Se formuló e implementó un plan de mejoras con base en los resultados de la autoevaluación del sistema de control interno ejecutada?	NO	0%	67%	
5.2.2	¿La comunicación entre la Alta Dirección y los líderes de los procesos facilita la supervisión de los controles internos de la entidad?	SI	100%		
5.2.3	¿La entidad realiza una evaluación anual de la gestión institucional que considere el cumplimiento de metas y los resultados de los indicadores incorporados en el plan anual operativo?	SI	100%		

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 92 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

VII.C.- PAPEL DE TRABAJO N° 3: MATRIZ DE RIESGOS

OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO

Identificar y evaluar los riesgos relevantes que atentan contra el logro de los objetivos operacionales, financieros y normativos de la entidad, de forma tal de medirlos y analizarlos. Para ello se elaboró una Matriz de Riesgo que relaciona, para cada proyecto de auditoría, la estimación de la importancia o trascendencia de un hecho con la probabilidad o frecuencia de ocurrencia.

Este procedimiento tiene como propósito final proporcionar criterios fundamentados para la toma de decisiones sobre el alcance de los procedimientos de auditoría, permitiendo seleccionar los objetos o proyectos en base a aquellas cuestiones que resulten de mayor relevancia y efectuar una priorización de los mismos, lo que conducirá a decidir, además, la asignación de recursos y priorización de tiempos al momento de formular el plan de auditoría con proyección plurianual.

DESCRIPCION DE LA TAREA REALIZADA

Para realizar la identificación y evaluación de los riesgos relevantes, se consideraron las áreas o procesos críticos analizados en el Conocimiento del ente Auditado (PT 1) y en el Relevamiento del Sistema de Control Interno (PT 2). A partir de este análisis, se definieron los Factores de Riesgo, asignándole a cada uno una importancia relativa entre 1 y 4:

Transparencia Institucional: Este factor aborda los riesgos relacionados con la adecuada gestión transparente de los recursos públicos, la integridad en los procesos de contratación, la equidad en las decisiones administrativas y la percepción pública de la institución. Incluye la vulnerabilidad frente a prácticas opacas, favoritismos y potenciales conflictos de interés que podrían comprometer la credibilidad y la misión del Ministerio.

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 93 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

A este factor le asignamos una importancia relativa alta (4) dado que la transparencia institucional es fundamental para mantener la confianza pública y la legitimidad del Ministerio. Dada la naturaleza de la publicidad oficial y la gestión de recursos públicos, cualquier percepción de favoritismo, prácticas opacas o conflictos de interés puede tener graves consecuencias para la credibilidad y la efectividad de las campañas de comunicación.

Alcance y Cobertura de la Publicidad Oficial: Evalúa el impacto y la extensión de las campañas de publicidad oficial, considerando la diversidad de medios de comunicación y audiencias alcanzadas. La capacidad para llegar a una amplia y diversa audiencia es crucial para la efectividad de la comunicación gubernamental. Un alcance y cobertura adecuados aseguran que la información llegue a todos los segmentos de la población.

Dado que el impacto y la extensión de las campañas de publicidad oficial son críticos para la efectividad de la comunicación gubernamental, le asignamos una ponderación media alta (3).

Tecnología y Gestión de la Información: Evalúa la eficiencia, seguridad y confiabilidad de los sistemas de información y tecnología utilizados en todos los procesos del Ministerio. Considera los riesgos asociados con la implementación, mantenimiento y actualización de los sistemas tecnológicos que respaldan la gestión de recursos humanos, bienes de uso, bienes de consumo, selección de prestadores de publicidad oficial, gestión integral de medios, producción de contenidos, estrategias de comunicación, compras y contrataciones, etc. Incluye la transición de procesos tradicionales a soluciones digitales y su impacto en la eficiencia operativa y la seguridad de la información.

Dada la dependencia de estos sistemas para la ejecución de sus funciones y el riesgo asociado con fallos en la implementación o mantenimiento de tecnología, este

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 94 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

factor si bien es muy importante, le asignamos una ponderación media baja (2) en relación a los restantes factores.

Adaptabilidad Organizacional: Analiza la capacidad de la organización para ajustarse y responder eficazmente a cambios en su entorno operativo y estratégico, como cambios políticos, reestructuraciones internas, y rotación de personal. Incluye reestructuraciones, modificaciones en las funciones de los departamentos y cambios en la asignación de responsabilidades y recursos, los cuales pueden tener un impacto significativo en la eficiencia y eficacia del Ministerio. Estos cambios pueden generar riesgos inherentes como la descoordinación entre departamentos, la falta de claridad en las nuevas responsabilidades, y la posible pérdida de conocimiento institucional. Además, pueden impactar en la continuidad de proyectos y programas en curso, aumentando el riesgo de errores y disminuyendo la calidad de los servicios.

Aunque importante, este factor tiene la menor prioridad relativa en comparación con los otros tres factores, ya que la adaptabilidad es un proceso interno continuo y puede ser gestionado con estrategias adecuadas de cambio y formación. Por lo tanto, la ponderación asignada es baja (1).

ANÁLISIS

Identificación y fundamentación de candidatos de auditoría:

Con el objeto de cumplir con el Estudio de la Cuenta, el enfoque de la Auditoría contendrá un análisis combinado de cumplimiento, financiero y de gestión a partir de la definición de las áreas críticas y candidatos de auditoría que se identificaron a partir del análisis del conocimiento del ente y la evaluación de su sistema de control interno:

1) Auditoría de Recursos Humanos. la incidencia presupuestaria del Inciso 1 - Gastos en personal - sobre el gasto devengado en 2023 del organismo implica un 15,14% respecto del total de gastos devengados. Representa la mayor asignación

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 95 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

presupuestaria después del gasto aprobado en el Inciso 3, lo que lo convierte en un área crítica. Además, se evidencia una rotación del personal profesional y técnico, lo que puede tener implicaciones en la continuidad operativa y la eficiencia del organismo, ya que la pérdida de conocimiento y experiencia puede afectar el desempeño y la productividad. Por lo tanto, dada la importancia del gasto en el Inciso 1 y los riesgos asociados con la rotación del personal, se considera que esta área constituye un candidato de auditoría.

2) Auditoría de Gastos en Publicidad Oficial. Se trata de un área crítica debido a la alta materialidad y el riesgo inherente asociado a este gasto. La publicidad oficial representa el 85% del presupuesto devengado en 2023, lo que refleja su importancia financiera para el organismo. Además, se destaca un incremento del 632% entre el presupuesto sancionado y el vigente al 31/12/2023, atribuible en parte al año electoral. Este aumento significativo puede indicar riesgos de inadecuada gestión, uso ineficiente de los recursos y posibles desvíos con fines partidistas. La falta de transparencia y criterios claros en la asignación y distribución de la publicidad oficial aumenta la posibilidad de discrecionalidad y favoritismo, comprometiendo los principios de transparencia y equidad en el uso de fondos públicos.

3) Auditoría del proceso de planificación y coordinación de la Publicidad Oficial. Forma parte de los procesos sustantivos del Ministerio. La ausencia de un documento formalmente aprobado que defina la estrategia anual de comunicación dificulta la evaluación de la razonabilidad en la toma de decisiones y aumenta el riesgo de falta de coherencia y efectividad en las campañas publicitarias. La falta de un Plan Anual de Publicidad Oficial y manuales de procedimiento también representa un riesgo de desorganización y decisiones discrecionales.

4) Auditoría del proceso de certificación y seguimiento de ejecución de Órdenes de Publicidad. Dicho proceso es crítico para asegurar que los servicios contratados de publicidad se presten de manera adecuada y conforme a lo pactado. La falta de controles

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 96 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

sobre la prestación real del servicio, enfocándose únicamente en la verificación de la documentación formal para procesar los pagos, incrementa el riesgo de pagos indebidos o por servicios no realizados. Esta falta de supervisión efectiva puede resultar en un uso ineficiente de los recursos públicos y comprometer la transparencia y rendición de cuentas en el manejo de la publicidad oficial.

5) Auditoría del Proceso de selección de los prestadores de publicidad oficial. Se identifica como un área crítica debido a la presencia de importantes elementos discrecionales en la selección, así como a la falta de consulta pública del Registro de Proveedores y la ausencia de digitalización de las actuaciones. Estos hallazgos revelan riesgos de opacidad en la gestión de la publicidad oficial y deficiencias en los controles internos, como se ha señalado en recomendaciones previas para mejorar la transparencia y eficiencia en la administración de los recursos públicos.

6) Auditoría del proceso de producción de contenidos fotográficos, y gráficos. Se trata de una acción sustantiva del Ministerio, importante en relación a la efectividad de las campañas de comunicación gubernamental. La calidad y coherencia de estos contenidos son esenciales para transmitir mensajes institucionales de manera efectiva. Además, la falta de lineamientos claros para la aprobación de propuestas puede comprometer la eficacia de las campañas, incrementando el riesgo de mensajes inadecuados o incoherentes que afectan la percepción pública.

7) Auditoría del proceso de producción de contenidos audiovisuales. Tal como en el proceso anterior, la producción de contenidos audiovisuales es una de las actividades sustantivas, fundamental para las estrategias de comunicación del Ministerio. Evaluar la producción, distribución y cumplimiento de objetivos asegura la eficiencia y efectividad de los mensajes transmitidos a la población.

8) Auditoría del proceso de Planificación y Ejecución de Campañas. Se trata de un área crítica debido a su impacto directo en la percepción pública. Evaluar la

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 97 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

adecuación de las estrategias, la eficiencia en el uso de recursos, la segmentación de audiencias y la medición de resultados asegura el cumplimiento de los objetivos comunicacionales del Ministerio. La falta de un documento formalmente aprobado que defina la estrategia anual de comunicación representa un riesgo significativo, dificultando la toma de decisiones informadas y coherentes, y aumentando la probabilidad de campañas ineficaces que no logran los objetivos deseados.

9) Auditoría de Compras y Contrataciones. Los resultados de Auditorías de ejercicios anteriores han revelado debilidades en el control interno asociadas a los expedientes que gestionan las compras y pagos de bienes de uso. Esta situación plantea riesgos en el proceso por lo que amerita incluirlo como candidato.

10) Auditoría de Estados Contables y registros. Resulta ineludible considerar a los estados y registros contables emitidos por el organismo como una temática relevante para el análisis de la cuenta a fin de recopilar información para determinar si la información financiera se presenta de conformidad con el marco de referencia contable.

11) Auditoría de Desarrollo de Sistema APUBA (Administración de Publicidad Buenos Aires). El sistema APUBA es una herramienta nueva y crucial para el Ministerio dado que gestiona de manera integral el proceso de publicidad oficial. Su implementación es fundamental para mejorar la eficiencia, transparencia y control en la planificación, contratación, ejecución y seguimiento de las campañas publicitarias. Dada su reciente creación, existen riesgos asociados con su adaptación y operación efectiva. La falta de experiencia y familiaridad con el sistema puede llevar a errores y deficiencias en su uso. Además, la transición desde los procesos manuales a los digitales implica riesgos de continuidad operativa y de seguridad de la información, lo que hace necesario un control riguroso para asegurar su éxito y mitigación de riesgos asociados.

12) Auditoría de Seguridad de la información. La seguridad de la información es crítica debido a la sensibilidad de los datos manejados por el Ministerio. Evaluar los

controles de seguridad es importante para proteger la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información, mitigando riesgos de pérdida de datos o accesos no autorizados. Asegura la efectividad y transparencia de la publicidad oficial y la planificación de campañas, además de apoyar la implementación exitosa del sistema APUBA.

Una vez seleccionados y fundamentados los candidatos, como también definidos los factores de riesgo con su ponderación, se procedió a analizar cada proyecto de auditoría según la incidencia que cada factor de riesgo presenta respecto de cada candidato, considerando para ello el grado de confiabilidad que posee el sistema de control interno, asignándole un valor de 0 a 3 a cada proyecto teniendo en cuenta que:

- 0 - El factor de riesgo no tiene incidencia en el proyecto de auditoría.
- 1 - Poca incidencia del factor de riesgo debido a la existencia de un buen sistema de control interno en el ente o bajo valor monetario.
- 2 - Incidencia media del factor de riesgo en el candidato de auditoría.
- 3 - Alta incidencia del factor de riesgo por escaso o bajo control interno del ente.

Finalmente, se obtuvo un coeficiente de riesgo para cada proyecto de auditoría, que sirvió de base al momento de priorizar los proyectos a ser auditados. El criterio de categorización de los candidatos a auditar se fijó considerando un coeficiente que osciló según su nivel de riesgo sea Bajo, Medio o Alto:

Tabla 1: Categorización de riesgos

PONDERACION	CATEGORIZACION
≤ 1,5	BAJO
> 1,5 y < 2,5	MEDIO
≥ 2,5	ALTO

Fuente 1: Elaboración propia en base a lineamientos del MACOEX



Tabla 2: Matriz de riesgos

Candidatos de auditoría	TRANSPARENCIA INSTITUCIONAL			ALCANCE Y COBERTURA DE LA PUBLICIDAD OFICIAL			TECNOLOGIA Y GESTION DE LA INFORMACION			ADAPTABILIDAD ORGANIZACIONAL			TOTALES RIESGO		
	PESO	GRADOS	RIESGO	PESO	GRADOS	RIESGO	PESO	GRADOS	RIESGO	PESO	GRADOS	RIESGO	PUNTOS	COEF	CATEGOR.
1 Auditoría de Recursos Humanos	4	2	8	3	1	3	2	2	4	1	3	3	18	1,8	MEDIO
2 Auditoría de Gastos en Publicidad Oficial	4	3	12	3	3	9	2	1	2	1	2	2	25	2,5	ALTO
3 Auditoría del proceso de planificación y coordinación de la Publicidad Oficial	4	2	8	3	3	9	2	2	4	1	3	3	24	2,4	MEDIO
4 Auditoría del proceso de certificación y seguimiento de ejecución de Órdenes de Publicidad	4	3	12	3	2	6	2	3	6	1	1	1	25	2,5	ALTO
5 Auditoría del Proceso de selección de los prestadores de publicidad oficial	4	3	12	3	2	6	2	2	4	1	2	2	24	2,4	MEDIO
6 Auditoría del proceso de producción de contenidos fotográficos, y gráficos	4	1	4	3	2	6	2	2	4	1	1	1	15	1,5	BAJO
7 Auditoría del proceso de producción de contenidos audiovisuales	4	1	4	3	2	6	2	2	4	1	1	1	15	1,5	BAJO
8 Auditoría del proceso de Planificación y Ejecución de Campañas	4	3	12	3	3	9	2	1	2	1	1	1	24	2,4	MEDIO
9 Auditoría de Compras y Contrataciones	4	3	12	3	2	6	2	2	4	1	2	2	24	2,4	MEDIO
10 Auditoría de Estados Contables y registros	4	1	4	3	1	3	2	2	4	1	1	1	12	1,2	BAJO
11 Auditoría de Desarrollo de Sistema APUBA (Administración de Publicidad Buenos Aires)	4	2	8	3	2	6	2	3	6	1	2	2	22	2,2	MEDIO
12 Auditoría de Seguridad de la información	4	2	8	3	1	3	2	3	6	1	2	2	19	1,9	MEDIO
PESO DEL FACTOR	4			3			2			1			10		

Fuente 2: Elaboración propia en base a las conclusiones de las Características del ente auditado y la evaluación del Sistema de Control Interno.

Fundamento de las gradaciones

La transparencia institucional emerge como un factor central, y se observa una alta incidencia en proyectos como la Auditoría de Gastos en Publicidad Oficial y el Proceso de Certificación y Seguimiento de Órdenes de Publicidad. Estos procesos están expuestos a riesgos significativos debido a la falta de normativas claras y la posibilidad de prácticas opacas en la asignación de recursos públicos, comprometiendo así la credibilidad del Ministerio. Estas deficiencias en el sistema de control interno del Ministerio comprometen una gestión transparente y equitativa de los fondos públicos.

Por otro lado, el alcance y la cobertura de la publicidad oficial también juegan un papel importante en la efectividad de las campañas de comunicación gubernamental. Proyectos como la Auditoría de Gastos en Publicidad Oficial y el Proceso de

 <p>Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires</p>	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 100 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Planificación y Coordinación de la Publicidad Oficial son especialmente sensibles a este factor, dado que asegurar una adecuada llegada a audiencias diversas es esencial para cumplir los objetivos comunicacionales del Ministerio.

En cuanto a la tecnología y gestión de la información, se destaca su impacto en proyectos como el Desarrollo de Sistema APUBA y la Auditoría de Seguridad de la Información. Estos proyectos dependen críticamente de sistemas tecnológicos avanzados para la gestión eficiente de datos y la seguridad de la información, lo cual representa un riesgo medio alto debido a posibles vulnerabilidades en la implementación y mantenimiento de estas tecnologías.

Finalmente, la adaptabilidad organizacional se revela como un factor clave en procesos como la Auditoría de Recursos Humanos y el Proceso de Planificación y Coordinación de la Publicidad Oficial. La capacidad del Ministerio para ajustarse a cambios internos y externos, como reestructuraciones y modificaciones organizativas, puede influir significativamente en la eficiencia operativa y la continuidad de los proyectos, afectando la calidad de los servicios ofrecidos.

CONCLUSIÓN

De acuerdo a la información que surge de la Matriz de Riesgo, se obtuvieron, para cada candidato de auditoría distintos coeficientes de riesgo y su categorización de riesgo respectiva, que permitieron la selección de candidatos a incluir en el Ciclo de Auditoría, distribuidos anualmente:

 Honorable Tribunal de Cuentas Provincia de Buenos Aires	PLAN ANUAL DE AUDITORÍA	Página 101 de 101
	ENTE: MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	

Tabla 3: Selección de candidatos de auditoría por año

Candidatos de auditoría		RIESGO	CICLO AUDITORIA		
			2024	2025	2026
1	Auditoría de Recursos Humanos	MEDIO	X		X
2	Auditoría de Gastos en Publicidad Oficial	ALTO	X	X	X
3	Auditoría del proceso de planificación y coordinación de la Publicidad Oficial	MEDIO	X		X
4	Auditoría del proceso de certificación y seguimiento de ejecución de Órdenes de Publicidad	ALTO	X	X	X
5	Auditoría del Proceso de selección de los prestadores de publicidad oficial	MEDIO	X		X
6	Auditoría del proceso de producción de contenidos fotográficos, y gráficos	BAJO	X		
7	Auditoría del proceso de producción de contenidos audiovisuales	BAJO		X	
8	Auditoría del proceso de Planificación y Ejecución de Campañas	MEDIO		X	X
9	Auditoría de Compras y Contrataciones	MEDIO		X	X
10	Auditoría de Estados Contables y registros	BAJO		X	
11	Auditoría de Desarrollo de Sistema APUBA (Administración de Publicidad Buenos Aires)	MEDIO	X	X	
12	Auditoría de Seguridad de la información	MEDIO		X	X

Fuente 3: Elaboración propia en base al análisis de riesgos