

INFORME DE AUDITORÍA DE GESTIÓN

Al Señor Presidente

TELAM S.E.

Señor Santiago Álvarez

Bolívar 536 - Ciudad Autónoma de Buenos Aires

En ejercicio de las funciones establecidas por el artículo 85 de la Constitución Nacional y en uso de las facultades conferidas por el artículo 118 de la Ley N° 24.156 la AUDITORÍA GENERAL DE LA NACIÓN ha procedido a realizar una auditoría en TELAM Sociedad del Estado según el objeto referido en el apartado 1º.

1 - OBJETO.

Auditoría de gestión en TELAM S.E. sobre el período 2009.

2. ALCANCE DE LA TAREA.

2.1. El examen fue realizado de conformidad con las normas de auditoría externa de la Auditoría General de la Nación, aprobadas mediante Resolución N° 145/93-AGN, habiéndose practicado los procedimientos expuestos a continuación:

2.1.1. Relevamiento y análisis de la normativa aplicable en la Agencia.

2.1.2. Relevamiento y análisis de la estructura orgánica vigente en el organismo, comparación entre la real y la formal, así como de sus objetivos y responsabilidades y sus misiones y funciones.

2.1.3. Verificar la existencia de Normas y Manuales de Procedimiento y, en caso afirmativo, proceder a su análisis.

2.1.4. Determinación del presupuesto aprobado y su análisis respecto de lo ejecutado en el ejercicio 2009.

2.1.5. Evaluación y determinación del nivel y las causas de litigiosidad del organismo y su implicancia económica.

2.1.6. Análisis del registro de proveedores. Análisis de contrataciones.

2.1.7. Análisis de una muestra de órdenes de publicidad del año 2009, a efectos de verificar los procedimientos en uso. Atento a la ausencia de criterios explícitos de las contrataciones de publicidad y la homogeneidad de los resultados obtenidos del análisis de expedientes, la muestra consistió en 44 casos que fueron seleccionados al azar del total de pautas informadas por el organismo.

2.2. Las tareas de campo en sede del auditado fueron realizadas desde el 16 de febrero hasta el 13 de agosto de 2010, desde el 1º al 22 de diciembre de 2010, y desde el 1º al 15 de julio de 2011. El proyecto de informe de auditoría fue girado en vista al auditado, quien efectuó los comentarios y aclaraciones mediante Notas del 22/10/10 y 09/11/10. Las respuestas brindadas por el auditado han sido tenidas en cuenta para la redacción final del presente informe.

3. ACLARACIONES PREVIAS.

3.1. TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO.

Mediante N° Decreto 2507/02 se crea la sociedad TELAM S.E. en jurisdicción de la Secretaría de Medios de Comunicación de la Presidencia de la Nación, instruyéndose la liquidación de TELAM SAlyP y la transferencia a la nueva sociedad de “los servicios periodísticos, de Agencia de Noticias y de Publicidad, el personal y los bienes muebles e inmuebles, marcas, registros, patentes y demás bienes inmateriales”, aprobándose el Estatuto Social, ordenándose que la nueva sociedad se ajuste a lo normado en el Decreto N° 2219/71 y N° 56/75. A su vez, mediante el Decreto N° 201/03, se designa al primer presidente del Directorio.

El referido Estatuto Social dispuso – entre otras consideraciones – lo siguiente:

- La sujeción al régimen de las leyes N° 20.705 y N° 19.550, y en materia laboral al régimen de la Ley N° 20.744;
- Establecer el objeto social “la administración, operación y

desarrollo de servicios periodísticos y de Agencia de Noticias y de Publicidad”, estando facultada especialmente para “a) Operar como Agencia Informativa, Periodística, de Publicidad y Propaganda, entendiendo en la elaboración, producción y distribución de material periodístico nacional y/o internacional, tanto dentro del territorio de la República Argentina como en el exterior, en su carácter de Agencia Oficial de Noticias; b) Efectuar la planificación y contratación de espacios publicitarios y producir la publicidad oficial que le fuere requerida por las diferentes áreas del Gobierno Nacional, canalizando la misma por los medios de difusión públicos o privados más convenientes, actuando al efecto como agencia de publicidad” (Art.5º).

A su vez la norma de creación establece que el ejercicio de los derechos societarios del ESTADO NACIONAL sea ejercido por la Secretaria de Medios de Comunicación de la Presidencia de la Nación (Art. 7º), la que queda facultada para la modificación de los estatutos sociales (Art. 11).

Por último, mediante Decreto N° 152/03 se transfirió la Secretaría de Medios de Comunicación y sus organismos dependientes del ámbito de la Presidencia de la Nación a la Jefatura de Gabinete de Ministros, quedando establecidos – entre otros - los siguientes objetivos: “1. Entender en la formulación, ejecución y control de la política de comunicación social y de medios de comunicación social; 2. Entender en la difusión de la actividad del PODER EJECUTIVO NACIONAL y en su relación con el periodismo nacional e internacional; 3. Efectuar la difusión de los actos del Estado Nacional a fin de proyectar la imagen del país en el ámbito interno y externo; 4. Administrar y controlar los medios de difusión que se encuentran bajo la responsabilidad del PODER EJECUTIVO NACIONAL y aquellas empresas del sector en las que la SECRETARIA DE MEDIOS DE COMUNICACION sea accionista; 6. Coordinar y controlar la gestión comunicacional de las empresas dependientes del área; 7. Entender y efectuar la planificación y contratación de la publicidad oficial”.

3.2. Presupuesto 2009.

El presupuesto aprobado mediante Resolución N° 24/08-MEyFP es el

siguiente:

PRESUPUESTO 2009		
Resolución N° 24/08 Ministerio de		
Economía y Finanzas Públicas		\$
Ingresos Corrientes		339.680.000
Ventas brutas	286.680.000	
Otros ingresos de operación		
Transferencias corrientes	53.000.000	
Gastos Corrientes		350.405.469
Remuneraciones	59.746.080	
Bienes de Consumo	315.000	
Bienes no personales	276.525.480	
Impuestos Indirectos	10.350.940	
Depreciación y Amortización	3.467.969	
Previsiones	0	
Impuesto directos		
Recursos de Capital		3.467.969
Recursos propios de Capital	3.467.969	
Gastos de Capital		4.075.000
Construcciones de dominio privado	630.000	
Edificios e instalaciones		
Maquinaria y equipo	3.420.000	
Activos intangibles	25.000	

En tanto que el resultado de la 'Cuenta ahorro-inversión' a diciembre/09 es el siguiente:

RESULTADO CUENTA AHORRO INVERSIÓN A	DICIEMBRE/09	TOTALES
Ingresos Corrientes		
Ventas brutas		792.245.833,78
Otros ingresos de operación		1.442.522,42

	Transferencias corrientes	210.999.999,00	
		1.004.688.355,20	
A	Total ingresos corrientes	1.004.688.355,20	1.004.688.355,20
	Gastos Corrientes		
	Remuneraciones	64.547.227,53	
	Bienes de Consumo	517.688,68	
	Bienes no personales	814.916.115,81	
	Impuestos Indirectos	27.353.323,27	
	Depreciación y Amortización	18.556.951,68	
	Impuestos directos	442.675,43	
B	Total Gastos Corrientes	926.333.982,40	926.333.982,40
C: A-B	Resultado Económico (Ahorro-Desahorro)		78.354.372,80
	Recursos de Capital		
	Recursos propios de Capital	19.456.428,24	
D	Total Recursos de Capital		19.456.428,24
	Gastos de Capital		
	Inversión Real Directa		
	Construcciones de dominio privado	6.168.377,72	
	Edificios e instalaciones	1.092.289,57	
	Maquinaria y equipo	44.926.508,28	
	Activos intangibles	1.705,00	
E	Total Gastos de Capital	52.188.880,57	52.188.880,57
F: C+D-E	Resultado Financiero		45.621.920,47

Por su parte el desgregado de la cuenta 'Bienes no personales' es el siguiente:

CONCEPTO	IMPORTE \$
Servicios básicos	1.525.961,44
Alquileres y derechos	660.966,38
Mantenimiento, reparación y limpieza	7.076.897,53

Servicios técnicos y profesionales	5.259.679,20
Servicios Comerciales y Financieros	217.397,98
Publicidad y propaganda *	756.352.784,52
Pasajes y viáticos	2.057.119,21
Otros servicios	41.765.309,55
TOTAL	814.916.115,81

* Corresponde al monto de gastos incurridos al cierre del ejercicio.

3.3. Circuito de órdenes de publicidad.

Con carácter previo se indican a continuación los siguientes conceptos:

(i) 'Pauta publicitaria' es el perfeccionamiento del convenio con los clientes para definir los aspectos de la publicidad requerida (contenido, lugar, formato, etc.), cuando se trata de organismos centralizados la relación con el cliente se produce a través de la Secretaría de Medios, en cambio en el caso de los organismos descentralizados directamente se vinculan con TELAM, a estos últimos se les cobra un cargo por el servicio;

(ii) 'Orden de publicidad' es el instrumento mediante el cual se le encomienda a los distintos medios la publicidad que se pretende realizar con indicación de horario, duración, frecuencia, etc. Debe aclararse que por cada 'Pauta' pueden extenderse varias 'Órdenes' (en la práctica en cada carpeta abierta se agrega en la tapa la 'pauta publicitaria' y en la contratapa la 'orden de publicidad');

(iii) 'Rubro' sirve para indicar el medio por el cual se transmitirá la publicidad: tv, radio, etc;

(iv) 'Campaña' es el nombre que se le asigna a la acción publicitaria (por ejemplo 'Asignación universal por hijo').

Con la sanción del Decreto N° 984/09 del 27/07/09 se dispuso que los organismos o entidades de la Administración Pública Nacional encomienden la realización de las campañas institucionales de publicidad y comunicación a la

Secretaría de Medios de Comunicación de la Jefatura de Gabinete de Ministros, la que las efectivizará por intermedio de TELAM S.E.

También dispone que la contrataciones de bienes y servicios para dichas campañas se adjudiquen *“respetando los principios generales de publicidad y concurrencia y atendiendo a criterios específicos tales como la capacidad creativa, artística o técnica, la habilidad o la experiencia particular del ejecutor del trabajo y la regularidad, antigüedad de publicación y tirada o capacidad de difusión del medio de comunicación respectivo, entre otros factores de similar naturaleza”* y se exceptúa a la AFIP de la aplicación del presente decreto. Sobre esto último cuadra tener presente que las operaciones con la AFIP que fueran seleccionadas y analizadas (ver punto 3.3. y Capítulo 4º) son anteriores a la reglamentación mencionada.

Por su parte, a través de la Decisión Administrativa N° 448 del 10/11/09, se aprueban las *“Normas de procedimiento para la prestación de los servicios publicitarios creativos, arte y producción gráfica y audiovisual y para la tramitación y pago de las campañas institucionales de publicidad y comunicación del sector público nacional, efectivizadas por intermedio de TELAM”*.

En dicha normativa se dispone – en términos generales - la confección de un plan estratégico anual de publicidad y comunicación, que será planificado por la Secretaría de Medios de Comunicación con la información de los organismos del sector público nacional elevada antes del 15 de diciembre de cada año. Luego de su tramitación y con el visto bueno de dicha secretaría de estado, se resolverá si la Secretaría cuenta con la aptitud suficiente para la realización del servicio creativo correspondiente o – en caso contrario – iniciará la contratación según las previsiones del Decreto N° 984/09 o se le encomendará a TELAM según lo más conveniente, luego de lo cual será remitido a TELAM para su efectivización. La facturación de los prestadores y proveedores debe ser remitida para su cancelación a la Secretaría de Medios de Comunicación, en tanto que TELAM deberá prestar la conformidad de la prestación – en tiempo y en forma - de los aludidos servicios.

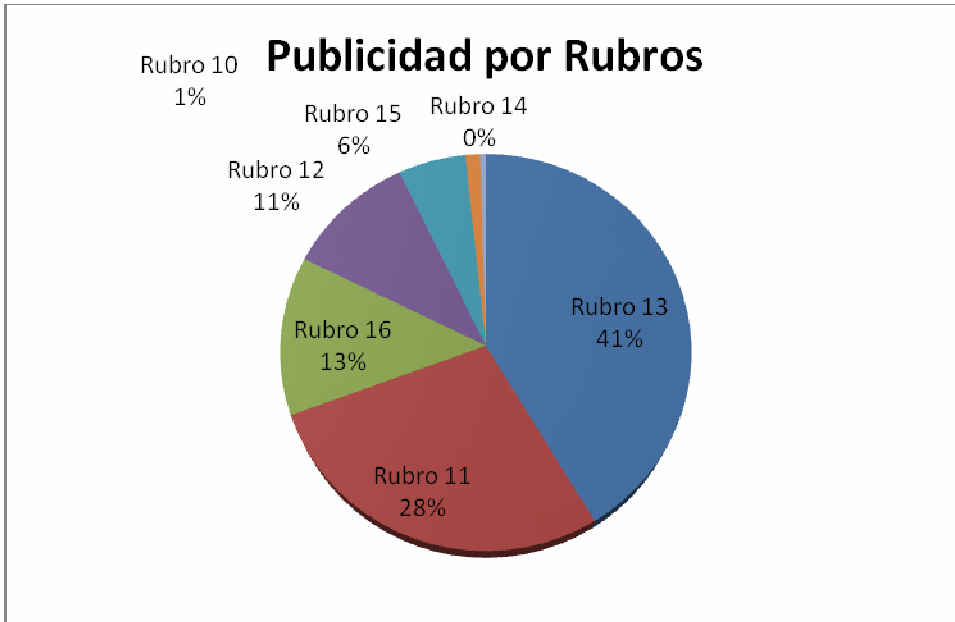
3.4. Órdenes de publicidad

De la base de datos sobre 'Órdenes de publicidad' emitidas durante el año 2009 surge la existencia de 29.030 órdenes de publicidad por un importe total de \$ 825.919.224,95.-, de la que se ha procedido a efectuar el análisis detallado en el punto 4.4. Debe tenerse en cuenta que una o varias órdenes de publicidad pueden integrar una 'Pauta', por la que se abre un legajo o carpeta que comprende una tapa – donde se agrega lo relacionado con el cliente (organismo-anunciante) – y una contratapa, donde se glosa lo relacionado con el proveedor (medio) y la orden de publicidad. Los medios publicitarios pueden ser: gráficos, radio, televisión y cable, vía pública y web.

Del total de órdenes de publicidad puede desagregarse, de mayor a menor según el monto invertido:

RUBRO	MEDIO	MILLONES PESOS
Rubro 13	Televisión	342
Rubro 11	Gráfica	231
Rubro 16	Cable	107
Rubro 12	Radio	87
Rubro 15	Vía Pública	45
Rubro 10	Web	10
Rubro 14	Cine	4
TOTAL ANUAL millones pesos		826

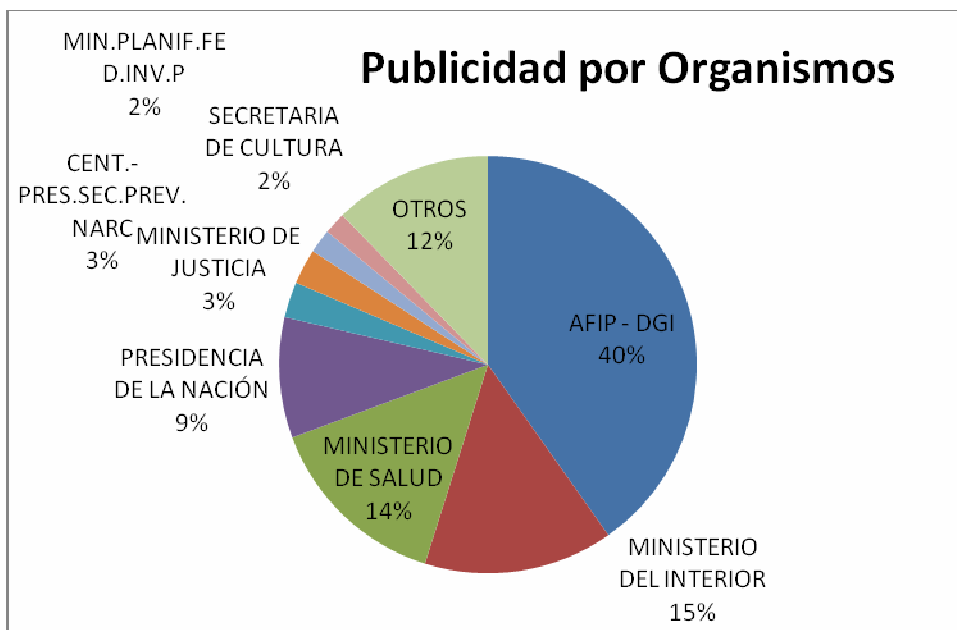
A continuación se expone la representación gráfica de lo anterior:



A su vez, el desagregado de la inversión publicitaria por organismo es el siguiente:

ORGANISMO	MILLONES PESOS
AFIP - DGI	332
MINISTERIO DEL INTERIOR	121
MINISTERIO DE SALUD	119
PRESIDENCIA DE LA NACIÓN	77
PRES.NACIÓN:SEC.PREV.NARC.	23
MINISTERIO DE JUSTICIA	23
MIN.PLANIF.FED.INV.	15
SECRETARIA DE CULTURA	14
OTROS	102
TOTAL ANUAL millones pesos	826

La representación gráfica de lo anterior es la siguiente:



A su vez, el desagregado de la inversión publicitaria por “campana” correspondiente a la Presidencia de la Nación es el siguiente:

CAMPAÑA	\$ 000
Ley de Medios/Ley de Radiodifusión	33.896
Asignación Universal por Hijo	9.053
Institucional	5.228
Argentina (Ar Cosquín)	5.037
Sepyme	3.580
Seguridad	3.354
Marca Argentina / Marca País	3.085
Rally Dakar	1.538
Obras Publicas para todos	1.254
Otros	1.712
Día del Periodista	1.093
Homenaje a Alfonsín	1.010
Concurso Bicentenario	957
Futbol para todos	899

Retenciones	898
Muestra San Martín	846
Coppal	593
Muestra Día de la lealtad	539
Salutación Aniversarios	494
Licitación Pública	421
100 años de Cine	382
COMFER	351
Día de la Mujer Teatro	320
Festival Vendimia	319
Homenaje a Scalabrini Ortiz	306
TOTAL GENERAL \$000	77.165

Por último se exponen los veinte primeros proveedores según el nivel de facturación publicitaria anual:

VEINTE PRIMEROS PROVEEDORES	
PROVEEDOR	FACTURACIÓN MILLONES PESOS
Canal 11	99
Canal 13	93
Azul Televisión	55
América	52
Página 12	42
Clarín	34
Aste/Vere/Med/AG./News/7Dia	31
Gr Producciones Comerciales	30
La Nación	19
Telepiu SA	15
La Razón	11
Crónica TV	10
Eventos Producciones S.A.	9
Publicidad Estática Internacional	8
Canal 7	7
BAE Buenos Aires Económico	6
Crónica	6

Ámbito Financiero	6
Diario Popular	6
Radio Mitre	5
TOTAL MILLONES PESOS	544



3.5. Registro de proveedores.

Durante el año 2006 la empresa dispuso el reempadronamiento de los proveedores, tanto de publicidad como de adquisiciones corrientes, debiéndose cumplimentar por parte de ellos una serie de requisitos documentales y registrales según la condición de personas físicas o jurídicas.

3.6. Servicio Jurídico.

La asesoría jurídica de la empresa se encuentra a cargo de un sector específico, cuya misión abarca la representación legal, la atención de la cartera judicial, la emisión de dictámenes para el Directorio y áreas operativas, la sustanciación de sumarios y toda otra intervención profesional que se le solicite. Además se ha tercerizado parte de su función mediante la contratación de un estudio jurídico independiente.

4. COMENTARIOS Y OBSERVACIONES.

4.1. Estructura orgánica.

Durante el período auditado la empresa se encontraba organizada según un organigrama del 31/07/08, del que no consta su aprobación formal por parte del Directorio. Por otro lado, del relevamiento efectuado, surge que en la práctica se encuentra funcionando un área no prevista en el organigrama dentro de la Gerencia de Planificación (“Subgerencia de Área de Planificación”) y que en la Gerencia de Área de Comunicación Audiovisual se prevé los departamentos de Producción de Radio, Producción de Video y Diseño y Desarrollo, sin que conste nombramiento de los respectivos responsables.

Sobre el particular debe destacarse que en marzo/03 el Directorio de la empresa recientemente creada aprueba el organigrama de la sociedad según el esquema utilizado en la anterior TELAM SAlyP, disponiendo que se *“propone aprobar ... hasta tanto se lleve a cabo un análisis exhaustivo por parte de las áreas técnicas...”*. Asimismo, en orden a los procedimientos del curso habitual de la empresa dispone adoptar los oportunamente aprobados en la anterior empresa.

Esta situación ya había sido advertida por esta Auditoría General, en el último dictamen contable aprobado mediante Resolución 227/08-AGN, se dejó constancia que *“2.2. Durante el ejercicio 2006 la Sociedad inició un proceso de reorganización, aún en curso a la fecha del presente informe, en relación con la estructura organizativa, la planta de personal, el reempadronamiento de proveedores, la normatización de los procedimientos administrativos y de control interno, especialmente de los circuitos de créditos y deudas, la comunicación y coordinación entre las distintas áreas de responsabilidad y la registración y*

exposición contable ... En este contexto, el desarrollo de la auditoría evidenció situaciones que no nos permitieron realizar algunos procedimientos de auditoría que consideramos necesarios en las presentes circunstancias”.

Agregándose en la ‘Carta sobre aspectos contables y de control interno’, aprobada mediante Resolución 226/08-AGN, la siguiente observación y recomendación: *“2.1. Manuales de Procedimientos y políticas de control. La reformulación de la estructura organizacional con el consiguiente cambio en la nómina de personal, promovido por la presente administración a los efectos de paliar las distintas falencias administrativo-contables, no ha sido acompañada con la formalización de las políticas relativas a las distintas áreas de la Sociedad. Recomendación. Formalizar, mediante la emisión de manuales, las políticas y procedimientos de control requeridos por las características de la operación de la Sociedad, asignando y comunicando las responsabilidades a los distintos niveles de la organización”.*

Asimismo es dable destacar que durante las tareas de campo la Gerencia de Área de Asuntos Legales adjuntó un proyecto de asignación de ‘Objetivos, Responsabilidades Primarias y Acciones’, correspondiente a la apertura de primer nivel de dicha Agencia, que fuera elaborado por la Gerencia de Normas y Procedimientos y que se encuentra a consideración de los miembros del Directorio de la empresa. En dicho proyecto no se desarrollan los niveles inferiores a la gerencia de área, es decir gerencias, departamentos, divisiones y secciones, tal como se consigna en el organigrama vigente.

El Organismo auditado informó que, mediante Acta de Directorio N° 66 del 29/03/12, aprobó una nueva estructura orgánica que incluye los niveles gerenciales, departamentos, divisiones y secciones. Tratándose de hechos posteriores a las tareas de campo las modificaciones realizadas podrán ser analizadas en una futura auditoría en la empresa.

4.2. Normas y manuales de procedimiento.

4.2.1. La normativa interna y los manuales de procedimiento en la empresa son los que regían en la anterior estructura societaria, toda vez que – tal

como se mencionó en el punto anterior – el Directorio aprobó en el mes de marzo/03 que *“hasta tanto se lleve a cabo un análisis exhaustivo por parte de las áreas técnicas ... sean adoptados los procedimientos oportunamente aprobados en el ámbito de TELAM SAlyP, así como los contenidos en la Circular N° 12/02 de la Secretaría de Medios de Comunicación y los lineamientos aprobados por la Subsecretaría de Técnica Administrativa de la ex-Secretaría de Prensa y Difusión”*.

En tal sentido se aplican en la sociedad en materia administrativa dichos procedimientos en orden a los fondos fijos, la solicitud de certificación de firmas, la comercialización del servicio informativo, las tareas del departamento de comunicaciones técnicas y el funcionamiento del comedor diario, las contrataciones del servicio de publicidad y de los espacios publicitarios. Sobre esto último debe destacarse que los mismos se encuentran desactualizados y fuera de uso según el relevamiento efectuado.

4.2.2. En materia de adquisición de bienes y servicios, el Directorio de la empresa aprobó el ‘Reglamento de Compras’ y ‘Pliego único de bases y condiciones generales’ – oportunamente publicado en el Boletín Oficial del 07/08/06 – el que continúa en vigencia.

Al respecto cuadra mencionar que la materia bajo análisis ya fue observada oportunamente por esta Auditoría General de la Nación en el dictamen contable del balance 2006 y en la carta de recomendación respectiva, tal como se menciona en el anterior punto 4.1. en relación a la normativa y registro proveedores.

4.3. Análisis de la formulación del presupuesto aprobado y ejecutado año 2009.

El Departamento de Presupuesto de la agencia pondera las ventas registradas y acumuladas en el lapso de los últimos dieciséis meses anteriores a la presupuestación. De allí las importantes variaciones registradas en materia de “Ventas y Costo de Propaganda y Publicidad” y de “Transferencias Corrientes” que a su vez tienen su correlato en los sesgos registrados en rubros tales como

“Servicios no Personales” e “Impuestos Indirectos”.

La Agencia informó que dicha formulación resultaba de difícil realización, toda vez que la empresa no recibía de parte de los organismos y entidades de la administración pública la información vinculada con las sumas de inversión publicitaria estimada para el ejercicio.

No obstante lo cual, debe tenerse en cuenta la modificación normativa ya expuesta en el anterior punto 3.3. en orden al nuevo procedimiento para servicios publicitarios que implica que la agencia no deberá proyectar sus recursos en función de la venta, toda vez que se ha transferido la potestad de contratación y pago a la Secretaría de Medios.

4.4. Análisis de órdenes de publicidad.

Según el universo de operaciones contratadas, conforme lo expresado en el punto 3.4., se ha seleccionado una muestra al azar que se consigna en el Anexo A. Del análisis de la misma es dable destacar lo siguiente:

a) Cuestiones Generales:

Durante el período auditado no se ha verificado la existencia de una planificación anual que incluya las campañas permanentes y/o generales, ni criterios para los casos excepcionales y/o focalizados, como así tampoco un marco estratégico para la política pública en cuestión. En el transcurso de dicho período se dictó la mencionada Decisión Administrativa N° 448/09 estableciéndose que los requerimientos y la planificación de la publicidad oficial quedan a cargo de la Secretaría de Comunicación Pública a partir del 1° de enero de 2010.

Asimismo debe destacarse lo siguiente:

i. Se ha constatado respecto de las pautas analizadas correspondientes a cada campaña en particular, que las mismas no se hallan justificadas a través de criterios o mecanismos claros y específicos de asignación de publicidad oficial. Estos criterios deberían considerar la eficacia de la política pública ponderando la elección de los medios elegibles en relación al público definido como destinatario del mensaje, considerando el precio y la

circulación del medio. En este sentido, el “Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2010” de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, sostuvo: *“51. Las campañas deben decidirse sobre la base de criterios de asignación claros, públicos y que hayan sido establecidos con anterioridad a la decisión publicitaria. Al momento de adjudicar la pauta, el Estado debería fundar por escrito y claramente cuáles fueron los parámetros utilizados, y la manera en que fueron aplicados”*¹. Así también, en el punto 52 del mismo apartado destaca: *“Los criterios de adjudicación deberían incluir y evaluar distintos factores, tales como el perfil del público al que va destinada la campaña, los precios, la circulación o audiencia del medio respectivo. En cualquier caso, los criterios deberían encontrarse claramente expuestos en la norma, junto con un mecanismo de ponderación que precise el modo en que serán sopesadas las distintas variables de asignación, y reduzca de esta manera la discrecionalidad del funcionario u organismo interviniente ... [L]a publicidad oficial debe orientarse a la efectividad del mensaje, esto es, a que la pauta sea recibida por el público al que se desea impactar con la campaña. A través del público objetivo se establece el universo de medios elegibles; luego, deberían ser consideradas las mediciones de circulación o audiencia –las que deben ser amplias y comprensivas- y el precio, que nunca deberá ser superior al que abona un anunciante privado, entre otras variables a considerar”*.²

El auditado informó en su descargo que se desarrolló una estrategia de comunicación institucional con cobertura federal, a través del Plan Federal implementado en el año 2010 por la Secretaría de Comunicación Pública y con el objeto de democratizar y universalizar la información.

¹ Comisión Interamericana de Derechos Humanos, “Informe Anual de la Comisión Interamericana de de Derechos Humanos 2010”, de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, Cap. V: “Principios sobre la regulación de la Publicidad Oficial en el sistema Interamericano de Derechos Humanos”, Acápito B “Principios Rectores en Materia de Publicidad Oficial”, apartado 4 “Planificación Adecuada”, OEA/Ser. L/V/II, Doc. 5, 7 de marzo 2001, pp. 355, 356.

² Ibid.

ii. No consta la estrategia creativa, entendida como la determinación de cuál será la forma más efectiva de hacer llegar el mensaje al público objetivo. De alguna manera la estrategia creativa determina la estrategia de medios, al establecer si la comunicación va a ser gráfica, audiovisual, etc.

iii. No se especifica la condición de pago convenida con los proveedores que se transcribe en todas las órdenes de publicidad.

iv. Tampoco se verifica la habilitación de los proveedores en el registro correspondiente (por ejemplo en Muestras 22687/02/1 y 23876/01/1 figura “inhabilitado” al momento de las tareas de campo).

v. No surgen los parámetros tenidos en cuenta para la adjudicación a los proveedores, ni los originales de la publicidad contratada, como así tampoco la justificación de la razonabilidad del precio adjudicado. En relación a la certificación de las prestaciones, requisito indispensable para el pago, la misma es realizada por los propios adjudicatarios y conformada de tal manera por el auditado, sin efectuarse procedimiento alguno para su confrontación. Para los casos de publicidad en gráfica, exclusivamente, debe quedar glosado en el expediente una copia de la misma.

b) Cuestiones particulares:

i. No consta la solicitud de cliente, lo que implica la imposibilidad de conocer el mensaje, características y detalles de la necesidad del organismo: Órdenes de publicidad nº 20862/01/1, 21191/03/1, 21203/01/1, 21827/01/1, 24389/01/1, 21987/01/1, 22520/01/2, 22585/02/1, 22718/01/5, 22725/02/1, 22751/04/1, 22910/05/1 y 23876/01/1: aunque en algunos casos se ha agregado un correo electrónico de la Secretaría de Medios a Telam para la cobertura de dicho fin: Órdenes de publicidad nº 20515/01/1, 20637/03/1, 20690/02/2, 20690/05/1, 20709/01/1, 20828/01/1, 20840/01/1, 23909/04/6, 20840/01/2, 20862/01/1, 23943/01/2, 24208/01/6, 21059/01/1, 21089/05/3, 21203/01/1, 21467/03/3, 21721/01/2, 21744/04/1, 21827/01/1, 21977/01/1, 21987/01/1, 22023/01/1, 22687/02/1, 24271/01/3, 22910/05/1, 22927/01/3, 22955/01/1, 23106/04/1 y 23325/01/1.

ii. En otros casos se ha verificado que no consta en el legajo el contenido de la publicidad a emitirse (Órdenes de publicidad n° 20515/01/1, 20840/01/1, 21059/01/1, 21744/04/1, 24389/01/1, 29, 22585/02/1, 22718/01/5, 22751/04/1, 22910/05/1), debiéndose destacar los casos detallados en el Anexo B en que los correos electrónicos que integran el legajo están redactados en forma poco clara, impidiendo conocer los diversos elementos que integran la Campaña.

iii. No es posible determinar quién creó el aviso publicitario de gráfica o de vía pública ni se adjunta el aviso en forma previa a la publicación por lo que no se puede confrontar el aviso adjuntado en la certificación con el original (Órdenes de publicidad n° 20690/02/2, 20828/01/1, 20862/01/1, 21203/01/1, 21651/01/1, 21721/01/2, 21827/01/1, 22520/01/2, 22751/04/1, 23106/04/1).

iv. No constan los presupuestos presentados por los proveedores (Órdenes de publicidad n° 20637/03/1: consta un solo proveedor - Promos -; 20840/01/2: No aparece adjuntado ningún presupuesto del proveedor “Cega”, ni ninguna referencia al mismo, salvo por el correo interno que obra en el legajo; 22520/01/2: no aparece adjuntado ningún presupuesto del proveedor “Elvian S.A.”).

v. La pauta y/o órdenes de publicidad son posteriores al comienzo de la campaña publicitaria: Órdenes de publicidad n° 20515/01/1, 20690/02/2, 20709/01/1, 20840/01/1, 23909/04/6, 20840/01/2, 20862/01/1 (en ésta última la solicitud también es posterior), 24208/01/6, 21059/01/1, 21089/05/3, 21203/01/1, 21575/01/1, 21721/01/2, 21744/04/1, 21827/01/1, 24389/01/1, 21977/01/1, 22023/01/1, 22117/02/2, 24030/02/2, 22520/01/2, 22687/02/1, 22718/01/5, 22751/04/1, 22955/01/1, 23033/01/1,

23106/04/1, 23325/01/1 y 23876/01/1.

vi. Informalidades en la conformación del legajo (sin foliaturas, desordenados, etc): Órdenes de publicidad n° 20709/01/1, 23909/04/6, 20862/01/1, 23943/01/2, 21059/01/1, 21203/01/1, 21651/01/1, 21721/01/2, 21744/04/1, 21827/01/1, 21987/01/1, 22023/01/1, 24030/02/2 y 22687/02/1.

vii. En relación a la certificación de las prestaciones, sin perjuicio de lo ya afirmado como observación general, se ha verificado lo siguiente:

* Orden de publicidad n° 20637/03/1: no especifica el proveedor la cantidad de folletos distribuidos;

* Orden de publicidad n° 20690/02/2: el proveedor realiza la certificación adjuntando una fotocopia en blanco y negro de una foto de una gigantografía (se contrataron veinticinco), correspondiente a un plano general lo que imposibilita conocer la definición del cartel impreso;

* Orden de publicidad n° 20690/05/1: la certificación la hace el medio a través de la presentación de fotocopias de fotos de los carteles en blanco y negro. La calidad de las imágenes no es buena, en algunos casos borrosas y sin que sea legible el contenido del cartel. En otros el cartel está tan lejos que no se puede ver lo que dice. Las medidas de los carteles en la certificación no coinciden con las medidas del presupuesto. Por ejemplo se presupuesta por un cartel en Ruta 11, zona Camping Municipal de 6 x 4 y la certificación arroja una medida de 5 x 3. Se presupuesta por un cartel en Punta Mogotes de 7 x 4, que aparece luego con una medida de 8 x 4. En lugar de fotocopias blanco y negro, deberían haberse presentado fotos a color de los carteles y dos fotos por cada cartel: una del cartel en primer plano, para poder apreciar la definición de la impresión y otra de un plano general o plano panorámico para poder ver el contexto en el que se encuentra. La nota de certificación tiene fecha 23/2 y la publicidad es por todo febrero (la certificación es realizada antes de la finalización de la publicidad emisión de la publicidad).

- * Orden de publicidad nº 23909/04/6: no es clara la certificación respecto a cuándo se emitieron efectivamente los anuncios;
- * Órdenes de publicidad nº 20840/01/1 y 20840/01/2: no figuran las emisoras integrantes de la pauta;
- * Orden de publicidad nº 22117/02/2: la certificación se realiza antes de la finalización del respectivo plazo (vigencia desde el 1º de mayo hasta el 31 de agosto y la certificación es del 2 de julio), ha sido confeccionada por el propio medio, sin que se haya utilizado el sistema de declaración jurada. La misma consiste en la agregación en autos de algunas fotografías, en el caso de los carteles instalados en varias autopistas de esta ciudad, las que se imprimieron en blanco y negro y con poca definición;
- * Orden de publicidad nº 22520/01/2: la certificación se realiza en base a la presentación de fotocopias presentadas por el proveedor. La calidad de las imágenes no es buena, en algunos casos borrosas (imposibilita la lectura del contenido del cartel), en otros por la lejanía de los mismos tampoco se puede observar con nitidez (casos similares en 20862/01/1, 21203/01/1, 21651/01/1, 21827/01/1).

c) Cancelación: del cuadro que se expone a continuación – donde se detalla la muestra de pagos analizada – surge que no se ha podido individualizar un criterio homogéneo para el plazo de cancelación de la facturación de los proveedores respectivos.

ORDEN DE PUBLICIDAD	TOTAL \$	ANUNCIANTE	CAMPAÑA	PROVEEDOR	PLAZO CANCELACIÓN
20515/01/1	151.499,14	MINISTERIO DEL INTERIOR	SEGURIDAD VIAL T1 HOSP,T2	TOMA 19	246
20637/03/1	931.700,00	MINISTERIO DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	PROMOS	287
20690/02/2	187.550,00	MINISTERIO DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	CARLOS A.GIROLA &ASOCIADOS SRL	71
20690/05/1	605.000,00	MINISTERIO DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	ADMIRAL BUREAU S.A.	232

20709/01/1	90.750,00	MINISTERIO DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	POSTER MEDIA SOCIEDAD ANONIMA	180	
20840/01/1	286.969,47	PRESIDENCIA DE LA NACIÓN	INSTITUCIONAL	ALBI COMUNICACIONES	296	
23909/04/6	25.047,00	MINISTERIO DE SALUD	GRIPE A	EL DESTAPE	92	
20862/01/1	212.128,13	MINISTERIO DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	PUB. ESTATICA INTERNACIONAL	236	
23943/01/2	127.961,86	MINISTERIO DEL INTERIOR	IDENTIDAD	RADIO 10/LA MEGA 98.3	55	*
24208/01/6	38.112,10	MINISTERIO DE SALUD	DENGUE	EDITORIAL PERFIL	236	
21059/01/1	61.329,87	SECRETARÍA DE RECURSOS NATURALES	PLAN NACIONAL DE MANEJO D	EL PERIODICO R. GALLEGOS	95	
21089/05/3	159.394,51	MINISTERIO DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	LATCOM	216	
21191/03/1	170.170,00	SECRETARÍA DE PREVENCIÓN NARCOTRÁFICO	HABLEMOS	ASTE/VERE/MED/AG./NEWS/7DIA***	271	*
21203/01/1	191.732,97	SECRETARÍA DE RECURSOS NATURALES	INCENDIOS	PAGINA 12	115	
21334/01/2	1.119.997,23	AFIP - D.G.I.	ACUERDO FISCAL	CLARIN	56	
21467/03/3	102.856,05	MINISTERIO DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	PUBLAT S.A.	73	
21651/01/1	175.289,82	A.Y S.A-AGUA Y SANEAM. AR	3 ANIVERSARIO	CLARIN	436	
21721/01/2	151.448,37	MINISTERIO DE DEFENSA	MALVINAS	LA NACION	205	
21744/04/1	141.570,00	PRESIDENCIA DE LA NACIÓN	PRESIDENCIA-SEGURIDAD	TELERED IMAGEN	73	
21827/01/1	399.300,00	PRESIDENCIA DE LA NACIÓN	LEY DE RADIODIFUSION	GDI	213	
24389/01/1	186.340,00	MINISTERIO DE SALUD	SARAMPION POLIO	DIARIO EL ARGENTINO	33	
21977/01/1	118.580,00	PRESIDENCIA DE LA NACIÓN	LEY DE RADIODIFUSION	A.R.B.I.A.	247	
21987/01/1	88.000,00	PRESIDENCIA DE LA NACIÓN	ARGENTINA.AR	FUNDACION AMIGOS DE DAIA &&&	35	

22023/01/1	156.634,50	MINISTERIO DEL INTERIOR	SEGURIDAD VIAL	EX CENTRICOS	216	
24030/02/2	14.700,00	MINISTERIO DE SALUD	DENGUE	LA TRINIDAD CABLE COLOR &&&	153	
22520/01/2	101.882,00	MINISTERIO DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	ELVIAN S.A.	159	
22585/02/1	186.340,00	MINISTERIO DE DESARROLLO	PLAN AHI	DIARIO POPULAR	166	
22687/02/1	145.200,00	MINISTERIO DEL INTERIOR	SEGURIDAD VIAL	PINTA BAIRES S.R.L.	212	
22725/02/1	176.800,00	PRESIDENCIA DE LA NACIÓN	MARCA PAIS	BAE BUENOS AIRES ECONOM.	61	*
22751/04/1	199.991,83	SECRETARÍA DE PREVENCIÓN NARCOTRÁFICO	HABLEMOS	XESALUD S.A.	224	
24271/01/3	68.909,50	MINISTERIO DE SALUD	DENGUE	PRODUCCIONES PUBLIEXPRESS	262	
22910/05/1	26.117,41	MINISTERIO DE SALUD	GRIPE PORCINA	FM CIELO 98.5 SAN BERNARDO	129	
22927/01/3	60.434,66	MINISTERIO DEL INTERIOR	WEB PADRONES ELECTORALES	PAGINA 12	101	
22955/01/1	232.828,20	MINISTERIO DE SALUD	GRIPE PORCINA	XES PLANET S.R.L.	393	
23033/01/1	1.620.728,75	AFIP - D.G.I.	IVA Y VUELTA	VIACART S.A.	258	
23106/04/1	170.170,00	MINISTERIO DE JUSTICIA	NINOS DESAPARECIDOS	ASTE/VERE/MED/AG./NEWS/7DIA***	37	*
23325/01/1	302.495,16	SECRETARÍA DE PREVENCIÓN NARCOTRÁFICO	HABLEMOS	RADIO IDEAS S.R.L.	130	
23410/01/1	76.704,00	MINISTERIO DE SALUD	GRIPE A (4 TEMAS)	LA VOZ DE LAS MADRES (&&&)	25	
23876/01/1	124.227,68	MINISTERIO DE SALUD	GRIPE - ESTORNUDOS	DIAGONALES	138	*

* Facturación cedida a terceros.

4.5. Análisis del registro de proveedores.

Del análisis de una muestra de legajos del registro de proveedores (treinta casos sobre una muestra de 3223 carpetas) surge que el proceso de reempadronamiento general iniciado en el año 2006 no se encuentra actualizado, surgiendo lo siguiente:

4.5.1. Se han verificado casos en el área de registro de proveedores en los que se reclamó documentación adeudada, sin que la misma haya sido cumplimentada (proveedor 85A, 21R, 20L, 15K, 15D).

4.5.2. Se han constatado legajos desactualizados en virtud de estar conformadas solamente con documentación del año 2006, no obstante que del registro de la pauta publicitaria surge que los proveedores prestaron servicios publicitarios a TELAM S.E. (proveedor 3428, 2414, 3590, 3772, 3859, 4433) durante el año 2009.

4.5.3. Se ha detectado un caso en el cual no consta la presentación de adjudicación de licencia de radiodifusión por el ex-COMFER, ni la presentación ante la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual para el relevamiento obligatorio, de la licencia correspondiente (proveedor 1080).

Lo expuesto ya fue observado por esta Auditoría General en la citada 'Carta sobre aspectos contables y de control interno' donde se expresó lo siguiente: *"2.3. Registro de proveedores. No obstante el proceso de reempadronamiento de proveedores encarado por la Sociedad, a la fecha del presente informe su registro se halla desactualizado. Recomendación: Actualizar el registro de proveedores a la brevedad posible, dada su importancia en la gestión de la Sociedad"*.

4.5.4. Para los casos de prestaciones de servicios publicitarios la Gerencia de Contabilidad no tiene a su alcance la actualización de los datos de los proveedores respectivos.

4.6. Análisis de procedimientos de compras.

Del análisis de una muestra de adquisiciones surgen los siguientes hallazgos:

4.6.1. Licitación Privada N° 3/09, cuyo objeto fue el arreglo de la fachada, contrafrente y medianera del edificio de la calle Bolívar 531 que consta de nueve pisos, así como la reparación de la terraza del 9º piso, escaleras internas y ejecución de cielorrasos, pintura e instalación eléctrica nueva del piso 8º (Presidencia), adjudicado a la firma CONYSER SRL por un monto de \$2.079.000 (mas la ampliación por \$415.998):

4.6.1.1. No consta la justificación de la adjudicación efectuada según los parámetros normativos a ser considerados, toda vez que el Art. 5º del referido reglamento de compras (mencionado en el anterior 4.2.2.) prevé "... el procedimiento para escoger la propuesta más conveniente para TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO teniendo en cuenta la calidad, el precio, la idoneidad del oferente y las demás condiciones de la oferta, mediante la invitación directa a personas, suficientemente calificadas, a juicio de la Sociedad, a fin de que presenten ofertas para la compra y/o venta y entrega de mercancías o para la adjudicación de servicios y obras, dentro de determinados términos y condiciones".

Además no se incluye lo requerido por el Art. 12.1.1.4., del Pliego único de condiciones generales, que solicitaba acompañar la información sobre los principales clientes del sector público y privado de los últimos tres años, a efectos de la referida evaluación.

En el expediente la autorización de la contratación es del 23/01/09, las invitaciones a ofertar datan del 24/02/09 y la empresa se empadronó como proveedora el 27/03/09 manifestando que desarrolló sus actividades en forma normal desde el año 1998 al 2005, en que interrumpe las actividades hasta su reinicio actual. Asimismo glosa copias de los balances 2007 y 2008, no registrando ningún movimiento operativo, contable y económico financiero durante ambos ejercicios (saldo cero en todos los rubros de los estados contables, con excepción del capital suscrito que ascendía a \$ 6000), en tanto que de la lectura del inventario surgen diversos bienes en carácter de equipamiento (taladro, sierras, destornilladores, carretilla, entre otros, y muebles y útiles, tales como: aspiradora, facsímile, impresora , monitor, lectora cd, una mesa de computación,

hard disk, etc) por un total de \$ 4.586,04.

4.6.1.2. Asimismo el objeto contractual de la ampliación suscripta no condice con la licitación original, debiendo haber sido sometido a un nuevo proceso licitatorio que permitiera la selección del proveedor y la adjudicación según el precio más conveniente. Obsérvese que fundada expresamente en la necesidad del proyecto de mejoras edilicias, mediante addenda suscripta por la vicepresidencia de la empresa, se solicitó al adjudicatario original la provisión de “1.- Mobiliario general, sillas, sillones, escritorios; 2.- Renovación y lustre de juego de escritorio y reunión 8º piso; 3.-Retapizado de juego de sillones en el 8º piso; 4.- Muebles embutidos; 5.- Bibliotecas; 6.- Plasmas; 7.- Equipamiento de office; 8.- Instalación de datos embutidas; 9.- Iluminación especial”.

Además no constan en las actuaciones el detalle particular de los bienes adquiridos, ni la estimación del precio de los mismos, imposibilitando la evaluación de los precios ofertados.

Por último tampoco consta fundamentado el pago anticipado de la ampliación.

4.6.2. Respecto de los procedimiento de Caja Menor que fueran revisados – cuyo detalle obra en Anexo C - cuadra poner de resalto que se encontraron operaciones sin la documentación requerida a los oferentes, sin plazo de entrega previsto en el pliego de bases y condiciones, sin la motivación de la urgencia alegada y los precios adjudicados.

4.6.3. Asimismo no consta la justificación del pedido de compras en las Licitaciones Privadas N° 2/09 y 3/09 (anteriormente analizadas) y en el Concurso de Precios N° 19/07, omitiéndose de tal manera la exposición de la estimación del gasto respectivo. En el formulario de solicitud de compra de las Cajas Menores N° 35/09 y 152/09 no se expresa la motivación de la misma, ni los valores estimados.

En el citado reglamento se establecen los requisitos para los pedidos de compras, Capítulo V Art. 17, expresándose: “... a) *formular la petición por escrito;* b) *Establecer respecto del objeto motivo de la contratación si los*

elementos deben ser nuevos, usados o reacondicionados, cantidad especies y calidad; c) Dar fundamento de las razones que justifiquen la solicitud de bienes y servicios; d) Estimar su costo de acuerdo con las cotizaciones de plaza, solicitando para ello la colaboración de las áreas pertinentes. e) Indicar forma de entrega y recepción de lo adjudicado; f) Clasificar los renglones de un mismo rubro comercial o que guarden afinidad entre si para evitar contrataciones parciales, simultáneas o sucesivas. Salvo la existencia de razones científicas o técnicas, debidamente fundadas, no deberá solicitarse marca, la que se utilizará únicamente al solo efecto de señalar las características generales del bien.”.

4.6.4. La constancia de recepción de los bienes es suscripta por la División Mesa de Entradas, sin que conste la debida conformidad de los sectores requirentes o de una comisión responsable al efecto, en las Compras Menores N° 35/09, 132/09, 152/09 y 210/09.

4.7. Evaluación y determinación del nivel y causas de litigiosidad.

Del relevamiento y la revisión efectuada en el área jurídica y en el estudio jurídico contratado surge lo siguiente:

4.7.1. Gestión judicial: en la Gerencia de Asuntos Jurídicos se hallaron carpetas de juicios incompletas (Autos “Almeida, Rosa s/TELAM s/despido”, “Alvarez, María Cristina c/TELAM s/dif.salariales”, “Agostoni, Sebastián c/TELAM s/Diferencias Salariales”, “Aguirre y Méndez, María Ester c/TELAM s/Diferencias Salariales”, “Alves, Camilo José c/TELAM s/despido”, “Canales, Julia Corina, c/TELAM s/Despido”, “Exner, Aníbal Julio c/TELAM s/despido”, “Ianni, Carmelo c/TELAM s/Diferencias Salariales”, “Nis, Carlos c/TELAM s/Diferencia Salariales” , “Porto, Guillermo c/TELAM s/Diferencias Salariales”, “Quinteiro, Luis Alberto c/TELAM s/ Acción Sumarísima” y “Sanabria, Abel Silvestre c/TELAM s/Diferencias Salariales”), toda vez que en el estudio contratado se ha verificado la existencia de otras piezas procesales que no obran en la empresa.

También se ha verificado:

* Que en los autos “Álvarez, María Cristina c/TELAM s/dif.salariales” fue negada la prueba pericial ofrecida por la empresa, por incumplimiento de información sobre el domicilio de guarda de los libros y documentación del legajo personal de la actora;

* En el caso Celia Carbajal, empleada de la empresa que obtuvo sentencia favorable en el expediente 9756/06 del Juzgado Laboral N° 56, la dependiente vuelve a demandar a la agencia por el mismo objeto procesal ‘recategorización’ (expediente 8168/09 Juzgado Laboral N° 79), toda vez que la agencia no reencasilló como la sentencia judicial determinó oportunamente;

* Y, en los autos “Alves, Camilo José c/TELAM s/diferencias salariales”, la agencia concilió la causa – mediante acuerdo homologado por el SECLO Servicio Conciliación Laboral Obligatorio – pero no cumplió la recategorización acordada, toda vez que dejó de abonar el reconocimiento de la categoría del actor (prosecretario de redacción).

4.7.2. Demandas por recategorización: la empresa ha tenido demandas por recategorización de personal en donde las sentencias judiciales disponiendo la recalificación de agentes, derivadas de decisiones oportunamente asumidas por la Agencia, no figuran registradas en los respectivos legajos del personal.

A mediados del mes de agosto de 1994 por decisión del entonces directorio de la empresa, constituida como sociedad anónima, se aprobó un proyecto de subdivisión en letras de las distintas categorías en las que está dividido el escalafón, estableciendo remuneraciones distintas. Dicha medida fue fundamentada en que la nueva estructura escalafonaria traería como consecuencia una mejor diferenciación sustentada en cada una de las ramas y/o especialidades de la empresa, habiendo provocado una serie de reclamos en sede administrativa y posteriormente en sede judicial, por parte de quienes se sintieron agraviados por la misma, alegando discriminación arbitraria e injustificada dentro de la misma categoría del estatuto.

Dicha medida significó un apartamiento de la normativa aplicable, toda vez que la empresa se encuentra regida por la Ley N° 12.908 ‘Estatuto del

periodista profesional', la Ley N° 12.921 'Estatuto del personal administrativo de empresas periodísticas' y el Convenio Colectivo de Trabajo N° 301/75. Específicamente, en su Art. 23 del citado "Estatuto del periodista profesional" dispone que el personal de las empresas periodísticas estará encasillado en las siguientes categorías: aspirante, reportero, cronista, redactor, colaborador permanente, editorialista, encargado o jefe de sección, prosecretario de redacción o jefe de noticias, secretario de redacción, secretario general de redacción, jefe de redacción, subdirector, director o codirector, traductor, reportero gráfico, corrector de pruebas, archivero, dictafonista, letrista, retratista, estableciendo en cada caso las condiciones que deberán reunir.

4.7.3. Estudio jurídico contratado: No consta la intervención de la Procuración del Tesoro de la Nación en la contratación del Estudio Prim (de septiembre/07 y con sucesivas renovaciones hasta diciembre/10) con el objeto de asesorar en temas jurídicos y litigar como abogado externo (Resolución N° 17/09-PTN y su articulación dentro del Cuerpo de Abogados del Estado). Al respecto existen antecedentes de la Procuración del Tesoro, como por ejemplo el Dictamen 104/10, sosteniendo que "...los procedimientos establecidos en las Leyes 12.954 y 24.946 que establecen la intervención previa de la PTN, tienen por finalidad posibilitar el ejercicio efectivo de control que, sobre la designación de los integrantes o colaboradores del Cuerpo de Abogados del Estado, compete a su Director (conf. Dict. 246:514; 270:189, 211)".

Del análisis del contrato efectuado con el Estudio no surgen los fundamentos y razonabilidad de la actualización convenida – que se acordó según los aumentos recibidos por la planta gerencial de la empresa – del abono en carácter de honorarios profesionales al Estudio, cuya prestación prevé la inclusión de dos abogados asociados. Tampoco constan limitaciones o restricciones al ejercicio profesional del abogado contratado respecto de su cartera de clientes, atento eventuales incompatibilidades. Por último, oportunamente se le extendió poder general para asuntos judiciales y administrativos, aspecto que no estaba incluido en el citado objeto contractual.

A su vez, del análisis de la gestión judicial se ha constatado que el estudio externo contratado por la empresa ha solicitado su reemplazo en diversas audiencias (autos “Nis c/TELAM s/Diferencias salariales, Capelli c/TELAM, Arce c/TELAM, Álvarez c/TELAM, Almeida c/TELAM, Sanmartino c/TELAM, Sanabria c/TELAM, Agostoni c/TELAM, Piatrellini c/TELAM, Luna c/TELAM, Suarez c/TELAM, entre otros) o solicitado que los abogados de la empresa elaboren escritos de apelación, de expresión de agravios, interrogatorios de testigos, confección de pliegos, entre otras piezas procesales, sin que conste la delimitación de la responsabilidad profesional del abogado y del sector jurídico de la empresa en el patrocinio de las referidas causas. Asimismo en los autos “Carbajal, Dina c/TELAM s/diferencias salariales” (monto condena es \$53.446) se desestimó el recurso extraordinario por incumplimiento de los Arts. 4º y 7º inc. c) de la Acordada 4/07-CSJN (Art. 4º establece las reglas sobre la extensión y forma del escrito y el Art. 7º Inc. c) establece que el escrito de interposición de la queja deberá acompañar copia simple del escrito de contestación del traslado previsto en el Art. 257 del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación) por parte del abogado contratado, lo que ha dejado firme la sentencia condenatoria de la Cámara interviniente.

5. DESCARGO DEL ORGANISMO.

Del análisis del descargo efectuado por el organismo auditado (ver Anexo D) surgen consideraciones sobre algunos puntos de los hallazgos, las que han sido merituadas en el análisis practicado en el Anexo E del presente. En especial, cuadra poner de resalto que en los aspectos reseñados en las Observaciones 4.1., 4.4.a) i), 4.4. a) iii), 4.4.a) v), 4.7.1. y 4.7.2. el auditado da cuenta de haber ejecutado y/o ordenado instrumentar lo necesario para la implementación de la materia bajo análisis, aspectos estos que serán objeto de análisis en la auditoría de seguimiento respectiva; asimismo señala que las observaciones 4.5.3. (parcialmente), ex4.6.1 y ex4.6.3. del informe remitido al

descargo han sido levantadas en virtud de las consideraciones efectuadas por el organismo.

Asimismo se señala que las demás consideraciones efectuadas por TELAM S.E. han sido tomadas en aquellos casos en las que se consideró pertinente.

6. RECOMENDACIONES.

6.1. Implementar la estructura orgánica – conforme al acto administrativo dictado - a efectos de asignar las responsabilidades inherentes a cada uno de los niveles escalafonarios, cubriendo las responsabilidades actualmente acéfalas en todos los niveles de la empresa (cde. 4.1.).

6.2. Elaborar, actualizar y aprobar los manuales y normas de procedimiento de la empresa (cde. 4.2.).

6.3. Articular las relaciones entre las distintas áreas competentes a efectos de la provisión de la información requerida por el sector de presupuesto para la formulación contable de los recursos y gastos de la empresa, conforme a la normativa vigente (Res.3/11-SCP y ss) (cde. 4.3.).

6.4. En general, para el capítulo correspondiente a la contratación de publicidad y teniendo en cuenta la normativa vigente – en especial que los requerimientos y planificación de la publicidad oficial quedan a cargo de la Secretaría de Comunicación Pública a partir del 1º de enero de 2010 – adecuar su labor a la mencionada planificación de la publicidad oficial (cde. 4.4.a.i; ii); incorporar la forma de pago (cde. 4.4.a.iii); verificar la inscripción en el registro de proveedores (cde. 4.4.a.iv) y formalizar los parámetros que se considerarán para las adjudicaciones de publicidad (cde. 4.4.a.v).

6.5. Incorporar en los expedientes las solicitudes de clientes (cde. 4.4.b/c).

6.6. Dejar constancia sobre la autoría de la creación publicitaria (cde. 4.4.d).

6.7. Adjuntar los presupuestos de los oferentes (cde. 4.4.e).

6.8. Abstenerse de formalizar pautas y/o órdenes posteriores a la

ejecución del servicio contratado (cde. 4.4.f).

6.9. Sustanciar los expedientes con las formalidades debidas (cde. 4.4.g).

6.10. Proceder a certificar los servicios contratados mediante personal y/o medios propios (cde. 4.4.h).

6.11. Activar un procedimiento de pagos de factura conforme a la recepción y cumplimiento de las mismas (cde. 4.4.i).

6.12. Activar la actualización de los legajos de proveedores, cumplimentando los requisitos exigidos por la normativa vigente para su inscripción (cde. 4.5.).

6.13. Fundamentar las adjudicaciones dispuestas, por contrataciones de bienes y servicios, con una expresa motivación del acto correspondiente (cde. 4.6.2. y 4.6.4.).

6.14. Adecuar las ampliaciones contractuales a las condiciones normativamente previstas para ello (cde. 4.6.1.).

6.15. Exigir a los proveedores oferentes el acompañamiento de la documentación solicitada en los pliegos licitatorios (cde. 4.6.2.).

6.16. Cumplimentar los requisitos formales exigidos normativamente, como así también los formularios en uso, fundamentando adecuadamente los precios estimados y las previsiones requeridas (cde. 4.6.2.).

6.17. Formalizar la recepción del material por parte de los sectores requirentes o de una comisión designada al efecto (cde. 4.6.4.).

6.18. Completar las carpetas de juicios obrantes en el sector jurídico de la empresa (cde. 4.7.1.).

6.19. Actualizar los legajos de personal y toda otra información registral del personal según lo dispuesto en sentencias judiciales (cde. 4.7.2.).

6.20. Evaluar el inicio de actuaciones sumariales a efectos de deslindar responsabilidades (cde. 4.7.1. y 4.7.3.).

6.21. Cumplimentar la normativa vigente para la contratación de letrados externos y activar el gerenciamiento y el control de gestión de los abogados externos (cde. 4.7.3.).

7. CONCLUSIÓN.

De los comentarios y observaciones formuladas surgen –entre otros - inconvenientes en la formulación del presupuesto, desactualización de manuales y normas de procedimiento, informalidades en la adjudicación y pago de contrataciones de publicidad oficial y falta de criterios objetivos de asignación de la misma, inconsistencias en el registro de proveedores, omisiones en los procedimientos de adquisición de bienes y servicios, y falta de gerenciamiento y control de gestión de los abogados externos. No obstante lo cual el Auditado informa en su descargo sobre la aprobación de la estructura formal y la documentación obrante en las carpetas de juicios, expresando haber realizado las tareas de corrección necesarias, las que podrán ser objeto de una auditoría.

BUENOS AIRES,

ANEXO A

MU ES TR A Nº	ORDEN DE PUBLICIDAD	TOTAL \$	ANUNCIANTE	CAMPAÑA	PROVEEDOR
1	20515/01/1	151.499,14	CENT (*).- MINIS.DEL INTERIOR	SEGURIDAD VIAL T1 HOSP,T2	TOMA 19
2	20637/03/1	931.700,00	CENT.- MINIS.DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	PROMOS
3	20690/02/2	187.550,00	CENT.- MINIS.DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	CARLOS A.GIROLA &ASOCIADOS SRL
4	20690/05/1	605.000,00	CENT.- MINIS.DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	ADMIRAL BUREAU S.A.
5	20709/01/1	90.750,00	CENT.- MINIS.DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	POSTER MEDIA SOCIEDAD ANONIMA
6	20828/01/1	186.340,00	CENT.- MINIS.DEL INTERIOR	PATRULLA NARANJA	CRONICA/EL ATLANTICO M.DEL PLA
7	20840/01/1	286.969,47	CENT.- PRESIDENCIA DE LA	INSTITUCIONAL	ALBI COMUNICACIONES
8	23909/04/6	25.047,00	MINISTERIO DE SALUD	GRIPE A	EL DESTAPE
9	20840/01/2	353.610,40	CENT.- PRESIDENCIA DE LA	INSTITUCIONAL	CEGA S.A.
10	20862/01/1	212.128,13	CENT.- MINIS.DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	PUB. ESTATICA INTERNACIONAL
11	23943/01/2	127.961,86	CENT.- MINIS.DEL INTERIOR	IDENTIDAD	RADIO 10/LA MEGA 98.3
12	24208/01/6	38.112,10	MINISTERIO DE SALUD	DENGUE	EDITORIAL PERFIL
13	21059/01/1	61.329,87	CENT.- SEC. RECURSOS NATU	PLAN NACIONAL DE MANEJO D	EL PERIODICO R. GALLEGOS
14	21089/05/3	159.394,51	CENT.- MINIS.DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	LATCOM
15	21191/03/1	170.170,00	CENT.- PRES.SEC.PRE V.NARC	HABLEMOS	ASTE/VERE/MED/AG./N EWS/7DIA***
16	21203/01/1	191.732,97	CENT.- SEC. RECURSOS NATU	INCENDIOS	PAGINA 12

17	21334/01/2	1.119.997,23	AFIP - D.G.I.	ACUERDO FISCAL	CLARIN
18	21467/03/3	102.856,05	CENT.- MINIS.DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	PUBLAT S.A.
19	21575/01/1	30.250,00	CENT.- MINIS.DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	FULLSCREEN
20	21651/01/1	175.289,82	A.Y S.A-AGUA Y SANEAM. AR	3 ANIVERSARIO	CLARIN
21	21721/01/2	151.448,37	CENT.- MINIST. DE DEFENSA	MALVINAS	LA NACION
22	21744/04/1	141.570,00	CENT.- PRESIDENCIA DE LA	PRESIDENCIA-SEGURIDAD	TELERED IMAGEN
23	21827/01/1	399.300,00	CENT.- PRESIDENCIA DE LA	LEY DE RADIODIFUSION	GDI
24	24389/01/1	186.340,00	MINISTERIO DE SALUD	SARAMPION POLIO	DIARIO EL ARGENTINO
25	21977/01/1	118.580,00	CENT.- PRESIDENCIA DE LA	LEY DE RADIODIFUSION	A.R.B.I.A.
26	21987/01/1	88.000,00	CENT.- PRESIDENCIA DE LA	ARGENTINA.AR	FUNDACION AMIGOS DE DAIA &&&
27	22023/01/1	156.634,50	CENT.- MINIS.DEL INTERIOR	SEGURIDAD VIAL	EX CENTRICOS
28	22117/02/2	451.981,89	AFIP - D.G.I.	ACUERDO FISCAL	CLAN COMUNICACION E IMAGEN
29	24030/02/2	14.700,00	MINISTERIO DE SALUD	DENGUE	LA TRINIDAD CABLE COLOR &&&
30	22520/01/2	101.882,00	CENT.- MINIS.DEL INTERIOR	ACCIDENTES VIALES	ELVIAN S.A.
31	22585/02/1	186.340,00	MINISTERIO DE DESARROLLO	PLAN AHI	DIARIO POPULAR
32	22687/02/1	145.200,00	CENT.- MINIS.DEL INTERIOR	SEGURIDAD VIAL	PINTA BAIRE S.R.L.
33	22718/01/5	303.068,44	AFIP - D.G.I.	IVA Y VUELTA	GR PRODUCCIONES COMERCIALES
34	22725/02/1	176.800,00	CENT.- PRESIDENCIA DE LA	MARCA PAIS	BAE BUENOS AIRES ECONOM. (***)
35	22751/04/1	199.991,83	CENT.- PRES.SEC.PRE V.NARC	HABLEMOS	XESALUD S.A.

36	24271/01/3	68.909,50	MINISTERIO DE SALUD	DENGUE	PRODUCCIONES PUBLIEXPRESS
37	22910/05/1	26.117,41	MINISTERIO DE SALUD	GRIPE PORCINA	FM CIELO 98.5 SAN BERNARDO
38	22927/01/3	60.434,66	CENT.- MINIS.DEL INTERIOR	WEB PADRONES ELECTORALES	PAGINA 12
39	22955/01/1	232.828,20	MINISTERIO DE SALUD	GRIPE PORCINA	XES PLANET S.R.L.
40	23033/01/1	1.620.728,75	AFIP - D.G.I.	IVA Y VUELTA	VIACART S.A.
41	23106/04/1	170.170,00	CENT.- MIN. DE JUSTICIA	NINOS DESAPARECIDOS	ASTE/VERE/MED/AG./N EWS/7DIA***
42	23325/01/1	302.495,16	CENT.- PRES.SEC.PRE V.NARC	HABLEMOS	RADIO IDEAS S.R.L.
43	23410/01/1	76.704,00	MINISTERIO DE SALUD	GRIPE A (4 TEMAS)	LA VOZ DE LAS MADRES (&&&)
44	23876/01/1	124.227,68	MINISTERIO DE SALUD	GRIPE - ESTORNUDO	DIAGONALES

(*) CENT = organismo de la Administración Central

ANEXO B

Corresponde al punto 4.4. Análisis de órdenes de publicidad, (b) Situaciones particulares, (ii) Sobre contenidos órdenes: detalle.

- * Orden de publicidad nº 1: correo electrónico enviado por la Directora de Publicidad Oficial de la Secretaría de Medios - solamente se indica *“debemos pautar a partir de 21827/01/1 de dic por la noche y por toda la temporada de verano radio, tv,...”*;
- * Orden de publicidad nº 20637/03/1: no consta el o los avisos originales para Vía Pública, el contenido y diagramación del folleto, ni los textos de los spots de radio, incluso la propuesta adjuntada por el proveedor no es clara en cuanto a las fechas de contratación en vía pública, ya que consta solamente fecha de finalización, tampoco respecto de la cantidad de folletos a distribuirse y los segundos a emitirse por FM107.1, con los consecuentes errores en la emisión de la pauta y de la orden de Publicidad respectiva;
- * Orden de publicidad nº 20690/02/2 y 20690/05/1: correo electrónico enviado por la Secretaría de Medios que dice *“de acuerdo a la información enviada oportunamente”*, la que no consta agregada en autos, como asimismo no surge la autoría de las anotaciones referidas a las tarifas. En la Muestra 3 la orden de publicidad es anulada y reemplazada por otra, cuyo objeto es la misma cantidad de gigantografías pero por un importe menor (la mitad), aclarándose luego que había un contrato mensual con la firma adjudicada;
- * Orden de publicidad nº 20828/01/1: correo electrónico enviado por la Directora Publicidad Oficial solicitando la publicación el día domingo 18 de enero, en tanto que se termina pautando para el jueves 22 de enero;
- * Orden de publicidad nº 23909/04/6: constan dos correos de los que no surgen el contenido, el que recién aparece mencionado con la certificación del proveedor;
- * Orden de publicidad nº 20840/01/2: en la solicitud se indica *“debemos repetir pauta radios gba e interior del país gestión nna”*, sin especificación del tipo de radio ni la cobertura buscada, del texto o textos de los spots, mencionándose exclusivamente la mención a que se trata de una campaña “institucional”;

* Orden de publicidad nº 23943/01/2: en la solicitud se indica exclusivamente “a pedido de minint debemos pautar a partir del 4 de agosto...radio cap e interior...”.

ANEXO C

Corresponde al punto 4.6.4. 'Análisis de procedimientos de caja menor'

- Caja Menor N° 152/09, cuyo objeto fue la adquisición de resmas de papel, adjudicado a la empresa CPT Integral S.A. por un monto de \$6746,50, los oferentes presentados no acompañan la documentación solicitada en el pliego de condiciones particulares (en especial los pliegos firmados), siendo que tampoco figuran – pese a su requerimiento - los balances del 2008/9 ni las actas de designación de representante legal o apoderado de la empresa en el registro de proveedores de la empresa.
- En la Caja Menor N° 35/09, cuyo objeto fue la adquisición de ocho toner negro phaser 4500 de alto rendimiento, adjudicado a la firma Quidpro, por un monto de \$ 9530,76, el pliego de condiciones particulares no estableció el plazo de entrega, en tanto que el acta de apertura de ofertas y el cuadro comparativo de ofertas contienen diversos errores formales y de transcripción.
- Caja Menor N° 167/09, cuyo objeto fue la adquisición de extinguidores, adjudicado a la firma Fuegomat SRL, por un monto de \$ 9122,94, la urgencia alegada no está debidamente justificada y en el legajo del proveedor se verificó que el último balance presentado corresponde al año 2007 y el 'Formulario 931 Aportes y Contribuciones a la Seguridad Social' data de 2008.
- Caja Menor N° 132/09, cuyo objeto fue la adquisición de wacom, adjudicado a la firma AR Computación SA, por un monto de \$ 9996=, el legajo del proveedor no se encuentra actualizado (último formulario 931 del año 2007).
- Caja Menor N° 210/09, cuyo objeto fue la adquisición de mini dvm 60 tipo sony o similar, adjudicado a la firma AR Computación SA, por un monto de \$ 9100=, no se justifica el precio de compra.