

UNIDAD DE AUDITORIA INTERNA RESUMEN EJECUTIVO

Informe: De Auditoría Interna N° MC-UAI-05/2018, correspondiente al **INFORME DE AUDITORIA OPERATIVA SOBRE LA EFICACIA DE ELABORACION, PRODUCCION Y DIFUSION DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS INTRAINSTITUCIONALES E INTERMINISTERIALES - GESTIÓN 2017 DEL MINISTERIO DE COMUNICACIÓN**, efectuado en cumplimiento al Programa Operativo Anual de la Unidad de Auditoría Interna para la gestión 2018.

Objetivo: El objetivo del examen es emitir una opinión independiente, sobre la **eficacia** en la elaboración, producción y difusión de campañas publicitarias intrainstitucionales e interministeriales gestión 2017, del Ministerio de Comunicación.

Objeto: El objeto del examen está constituido por toda la documentación e información relacionada con el proceso de elaboración, producción y difusión de campañas publicitarias intrainstitucionales e interministeriales de la gestión 2017, conformada por la siguiente documentación:

- Programa de Operaciones Anual (POA) gestión 2017 del Ministerio de Comunicación, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 070/2016, en fecha 16 de septiembre de 2016
- Informes de ejecución del POA y hojas de seguimiento al POA, de la gestión 2017 de las Unidades Organizacionales que intervienen en el proceso.
- Indicadores de Gestión determinados para el proceso objeto de la auditoria.
- Documento de sustento del proceso de elaboración, producción y difusión de campañas publicitarias intrainstitucionales e interministeriales de la gestión 2017, así como, se detalla a continuación:
 - Procedimiento de difusión de material audiovisual de televisión
 - Procedimiento de difusión de cuñas radiales
 - Procedimiento de difusión de prensa
 - Políticas generales de selección de medios
 - Cuadro de Información de gestión de difusión (Campañas de televisión)
 - Cuadro de Información de gestión de difusión (Campañas de radio)
 - Cuadro de Información de gestión de difusión (Campañas de prensa escrita)
 - Informes anuales de sobre campañas de televisión, radio y prensa escrita.
- Registros de ejecución de gasto (C-31), sobre el pago de campañas en televisión, radio, prensa escrita, vallas y monitoreo de medios.
- Otra documentación relacionada a nuestro examen.

Resultados:

2.1. Logros alcanzados del proceso de Elaboración, producción y difusión de campañas publicitarias intrainstitucionales e interministeriales gestión 2017.

En función a los resultados obtenidos y de la evaluación a las actividades programadas en relación al proceso de Elaboración, producción y difusión de campañas publicitarias intrainstitucionales e interministeriales gestión 2017, no se ha identificado logros que podamos reportar.

2.2. Eficacia de la Elaboración, producción y difusión de campañas publicitarias intrainstitucionales e interministeriales gestión 2017

Como resultado de la evaluación a la eficacia de la Elaboración, producción y difusión de campañas publicitarias intrainstitucionales e interministeriales gestión 2017 del Ministerio de Comunicación se tiene:

De acuerdo a los resultados de los indicadores de eficacia se tiene un promedio de 335% de eficacia dentro del rango de medición previsto coordinado con los responsables de las unidades ejecutoras se concluye que se encuentra muy por encima de EFICAZ la ejecución de las actividades u operaciones y objetivos de gestión específicos en el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2017, en el proceso de elaboración, producción y difusión de campañas publicitarias intrainstitucionales e interministeriales gestión 2017 del Ministerio de Comunicación.

A continuación se muestra un resumen de los resultados de los indicadores de eficacia:

| Punto | Indicador de eficacia | % Alcanzado | Calificación de eficacia |
|-------------------------------------|--|-------------|--------------------------|
| 2.2.1 | Eficacia en la elaboración de material gráfico y audiovisual con contenidos informativos, coyunturales explicativos y motivacionales sobre la gestión gubernamental (EEM). | 634% | EFICAZ |
| 2.2.2. | Eficacia en la difusión de campañas publicitarias en prensa escrita (EDCP) | 312% | EFICAZ |
| 2.2.3. | Eficacia en la difusión de campañas publicitarias en televisión (EDCT) | 430% | EFICAZ |
| 2.2.4. | Eficacia en la difusión de campañas publicitarias en radio (EDCR) | 346% | EFICAZ |
| 2.2.5. | Eficacia en la difusión de campañas de publicidad vial (EDCV) | 267% | EFICAZ |
| 2.2.6. | Eficacia en el monitoreo a la difusión de campañas publicitarias en medios de comunicación (EMD) | 22% | INEFICAZ |
| Promedio general de eficacia | | 335% | EFICAZ |

En referencia al resultado obtenido de 335%, se identificaron las siguientes causas según explicaciones de la Dirección General de Estrategias:

- A se debe a que las Unidades Organizacionales responsables de la evaluación y seguimiento a la ejecución del POA, no efectuaron una adecuada supervisión respecto a los ajustes o reformulaciones que se debieran realizar a las actividades y metas del POA.
- Respecto al indicador con resultado de Ineficaz, se debe a que el monitoreo a la difusión de campañas publicitarias en medios de comunicación, solo se efectúa a cadenas nacionales y no a la integridad de medios televisivos contratados.

2.3. Debilidades en el Sistema de Control Interno

En el proceso de evaluación a la eficacia del proceso de Producción y Distribución del Periódico Cambio Gestión 2017 del Ministerio de Comunicación, se establecieron deficiencias y recomendaciones de Control Interno, cuya implantación y cumplimiento coadyuvará a la mejora del control interno para el logro de los objetivos de la entidad siendo estas las siguientes:

- 2.3.1. Resultados de la aplicación de indicadores de eficacia, que sobrepasan significativamente al 100%.
- 2.3.2. Inconsistencia entre la cantidad de resultados registrados en el Formulario de seguimiento al POA respecto a la cantidad verificada con documentación de respaldo de material gráfico y audiovisual de la Unidad de Producción
- 2.3.3. Manual de Procesos y Procedimientos de la Unidad de Producción y Unidad de Difusión sin aprobación formal
- 2.3.4. Manual de Puestos de la Dirección General de Estrategias y Unidades Dependientes, no formalizados

2.4. Debilidades en el Sistema de Control Interno recurrentes

- 2.4.1. Ausencia de medios de verificación a la difusión de servicios de publicidad.
- 2.4.2. Falta de aprobación legal del documento de Políticas de Selección de medios para la difusión de campañas

La Paz, 21 de diciembre de 2018