

UNIDAD DE AUDITORIA INTERNA RESUMEN EJECUTIVO

Informe: De Auditoría Interna N° MC-UAI-05/2015, correspondiente al **INFORME DE DE AUDITORÍA OPERACIONAL SOBRE LA EFICACIA DE LOS PROCEDIMIENTOS APLICADOS EN LA EMISIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS GESTIÓN 2014**, efectuado en cumplimiento al Programa Operativo Anual de la Unidad de Auditoría Interna para la gestión 2015.

Objetivo: Emitir una Opinión independiente sobre la eficacia de los procedimientos aplicados en la emisión de campañas publicitarias gestión 2014. Así tenemos los objetivos específicos:

- Verificar el cumplimiento de las metas establecidas en el Programa Operativo Anual en cumplimiento con las metas, objetivos trazados en el POA y presupuesto de la gestión 2014 de las unidades que intervienen en el proceso de emisión de campañas publicitarias.
- Verificar si se cuenta con procedimientos formalizados para la emisión de campañas publicitarias y los mismos se encuentren adecuadamente sustentado, con documentación competente y suficiente cumpliendo con la misión de la entidad.
- Verificar si las campañas publicitarias emitidas en la gestión 2014, emergen de estrategias comunicacionales con el objeto de establecer si cumplen con el objetivo para el cual fue diseñado.

Objeto: El objeto del examen está constituido por los siguientes documentos:

- Programa de Operaciones Anual de la Dirección General de Estrategias gestión 2014
- Programa de Operaciones Anual de la Unidad de Difusión gestión 2014
- Presupuestos aprobados de la gestión 2014, informes y registros de ejecución presupuestaria de recursos y de gastos.
- Documento correspondientes a normativa interna del Ministerio de Comunicación como ser Manual de Organización de Funciones, Reglamento Específico del Sistema de Programación de Operaciones.
- Documentación que respalda los procedimientos aplicados en la emisión de campañas publicitarias en función a los siguientes tipos:
 - Publicidad Televisiva
 - Publicidad Radial
 - Publicidad Prensa
 - Publicidad Alternativa

- Otros documentos que contribuyan a lograr el objetivo de la auditoria

Resultados: Como resultado del examen se identificaron las siguientes debilidades para los procesos de difusión de campañas publicitarias:

1. Ausencia de Manual de Procedimiento donde se establezcan actividades de control para la emisión de campañas publicitarias.
2. Necesidad de actualizar y adecuar el Reglamento Especifico del Sistema de Administración de Bienes y Servicios en función a la naturaleza de la actividad de publicidad.
3. Necesidad de elaborar el manual de puestos.
4. Falta de actividades de control sobre las tareas de seguimiento del POA.
5. Falta de actividades de capacitación al personal involucrado en la emisión de campañas publicitarias.
6. Falta de equipamiento para el desarrollo de actividades

La Paz, 31 de diciembre de 2015