

Informe Final

Informe No.:	AI-095-2023	Fecha:	17/05/2023
Detalle:	“Estudio de la gestión de Publicidad Institucional, comunicación Interna y externa”		
Dirigido a:	Director Ejecutivo - Dr. Alejandro Ortega Calderón		
Período auditado:	Períodos 2021, 2022		

<i>Junta Directiva</i>		<i>Formato</i>	<i>Administración</i>		<i>Formato</i>
Junta Directiva	Copia	Digital	Gerente Comunicación e Imagen	Copia	Digital
			Subdirección Ejecutiva	Copia	Digital
			Archivo	Copia	Digital

INDICE	Página
I. Introducción y Alcance del Trabajo	3
II. Normativa Aplicada	4
III. Antecedentes	5
IV. Fortalezas	6
V. Resumen de Observaciones	7
VI. Calificación de Riesgo y Control	7
VII. Descripción de Observaciones	8-19

I. INTRODUCCION Y ALCANCE DEL TRABAJO

INTRODUCCIÓN

El presente informe contiene los puntos más relevantes del estudio de Auditoría denominado “Estudio de la gestión de Publicidad Institucional, comunicación Interna y externa”, el cual se realizó de conformidad con el Plan de Trabajo Anual del 2022, donde se establecieron los siguientes objetivos:

Objetivo General:

Analizar la eficiencia, eficacia y razonabilidad en la gestión del proceso de comunicación y publicidad institucional.

Objetivos Específicos

- a) Verificar si las acciones de comunicación colectiva dirigidas a nivel interno y externo con el fin de mejorar la imagen pública del INFOCOOP, y del sector cooperativo, realizadas por el área están alineadas con el Plan Operativo Institucional.
- b) Identificar los mecanismos que existen para el manejo y control de los siguientes procesos:
 - i. Producción de material audiovisual.
 - ii. Campañas de comunicación/publicidad, en diferentes medios de comunicación o digitales.
 - iii. Atención de prensa.
 - iv. Comunicados institucionales.
- c) Verificar el cumplimiento de las metas establecidas en los planes operativos en los periodos bajo alcance, señalados en los informes de gestión.
- d) Validar la gestión para la atención de solicitudes de servicios tanto de instancias internas como del sector Cooperativo.
- e) Verificar la metodología de trabajo en cuanto a la realización de eventos protocolarios, informativos, educativos, culturales, deportivos, virtuales y comerciales y otros como patrocinios.
- f) Identificar el nivel de cumplimiento del SEVRI por parte del departamento.
- g) Analizar el comportamiento presupuestario versus el cumplimiento de metas de los últimos 5 periodos (del 2018 al 2022).

ALCANCE DEL ESTUDIO

La evaluación comprendió el análisis de la información y las acciones realizadas en los periodos 2021 y 2022 (para una verificación en términos presupuestarios se analizaron desde los periodos 2018 al 2022), el alcance consideró las siguientes actividades:

- a) Se aplicó la Guía General para Desarrollar Estudios de Auditoría, que incluyó la identificación de riesgos asociados, la determinación de áreas críticas y se complementó con la elaboración de pruebas de cumplimiento y analíticas; finalmente, la obtención de observaciones que permitieran realizar comentarios, conclusiones y recomendaciones.
- b) Se realizaron cuestionarios o entrevistas al personal del área.
- c) Mediante una muestra de expedientes se verificó el cumplimiento de la normativa técnica aplicable y metodologías de trabajo en la ejecución de los diferentes servicios que brinda Comunicación e Imagen.
- d) Mediante pruebas sustantivas se verificaron los objetivos específicos indicados anteriormente.

En el desarrollo del estudio no se presentaron limitaciones al alcance.

II. NORMATIVA APLICADA

Nuestra Auditoría fue realizada en aplicación de la siguiente normativa:

- a) Ley General de Control Interno 8292
- b) Ley de Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos 8131.
- c) Ley contra la Corrupción y Enriquecimiento Ilícito en la Función Pública, Ley #8422.
- d) Normas Generales de Auditoría para el Sector Público (R-DC-064-2014).
- e) Normas para el Ejercicio de la Auditoría Interna en el Sector Público (R-DC-119-2009).
- f) Normas de Control Interno para el Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE).
- g) Reglamento interno de Patrocinios otorgados por el Instituto Nacional de Fomento Cooperativo.
- h) Protocolo de Atención a Medios de Comunicación y Manual de Gestión de Crisis de Comunicación.
- i) Ley 8346 Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural (SINART).
- j) Decreto 32871 Reglamento artículo 19 de la Ley 8346 Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural (SINART).

Las actividades de este estudio fueron realizadas de acuerdo con la normativa aplicable al ejercicio de la auditoría interna, con base en el programa de aseguramiento de calidad de este despacho.

La Administración es responsable del diseño, implementación y mantenimiento de políticas y procedimientos de control interno necesarias para proteger los recursos del Instituto, cumplir con las diferentes normativas aplicables a la operación. Al respecto se mencionan las siguientes disposiciones:

- a) Artículo 10 de la Ley General de Control Interno: “Serán responsabilidad del jerarca y del titular subordinado establecer, mantener, perfeccionar y evaluar el sistema de control interno institucional. Asimismo, será responsabilidad de la administración activa realizar las acciones necesarias para garantizar su efectivo funcionamiento”.
- b) Artículo 18 de la Ley de Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos: “El control interno será responsabilidad de la máxima autoridad de cada dependencia. En los procesos donde participen dependencias diferentes, cada una será responsable de los subprocesos o actividades que le correspondan...”.
- c) Dado el carácter a posteriori de sus revisiones, esta Auditoría Interna se reserva el derecho de una evaluación posterior.

III. ANTECEDENTES

Según el organigrama institucional, el área de Comunicación e Imagen es un área asesora y de soporte o staff, del programa administrativo, en cuyos periodos de alcance se establecieron las siguientes metas:

Periodo 2021

“Desarrollar acciones de comunicación corporativa hacia lo externo y lo interno para posicionar la imagen institucional y del cooperativismo durante el 2021 ...”

Periodo 2022

“Impulsar planes y acciones de comunicación colectiva dirigidas a interlocutores internos y externos con el fin de mejorar la imagen pública del Infocoop y del sector cooperativo.

Realizar un diagnóstico a nivel nacional que mida el estado de la imagen del Infocoop y del sector cooperativo e identifique áreas de mejora a mediano y largo plazo.

Redactar y publicar la Memoria del 50 aniversario del Infocoop...”

Así mismo el Reglamento Orgánico del INFOCOOP en su artículo 17 indica:

“Del área de Comunicación e Imagen. El área de Comunicación e Imagen depende jerárquicamente de la Dirección Ejecutiva y tiene por objetivo planificar, organizar, integrar al personal, dirigir y controlar el proceso de comunicación, para lo cual desarrolla procesos planificados y participativos de comunicación masiva e interpersonal orientados a la educación cooperativa y a fortalecer la rendición de cuentas del INFOCOOP y del

cooperativismo: Logros, servicios, programas, proyectos, la buena imagen pública y la articulación del sector.”

Visto lo anterior es importante señalar que las acciones que desarrolla el área son dirigidas desde el programa administrativo orientadas hacia el quehacer institucional, por lo que las acciones orientadas al cooperativismo deben obedecer a posiciones institucionales de articulación del Sector a nivel general, si fuera necesario la intervención del departamento en acciones específicas dirigidas a cooperativas están deben ser gestionadas por el departamento que corresponda del área sustantiva con el apoyo del área de Staff de Comunicación e imagen.

Dentro de las acciones o servicios que brinda el área se encuentran:

- Atención de consultas realizadas por diferentes medios, o canales
- Gestión de Prensa
- Producción de Videos.
- Comunicados externos.
- Acompañamiento a Dirección Ejecutiva y Junta Directiva
- Gestión de Pauta Publicitaria.
- Eventos Participación Institucional (Patrocinios).
- Requerimientos WEB
- Comunicación interna
- Diseños e impresos
- Otros Proyectos

IV. FORTALEZAS

De acuerdo con el seguimiento de recomendaciones del departamento se ha realizado una atención oportuna de recomendaciones o bien se han realizado avances para su cumplimiento, en ese sentido según lo indicado en la etapa preliminar por parte de la Gerencia a. i. se está trabajado en el procedimiento de manejo de eventos, producciones audiovisuales y solicitudes de parte grafica.

V. RESUMEN DE OBSERVACIONES

Resumen de observaciones identificando la cantidad y su clasificación por tipo de nivel de riesgo:

N°	Observaciones	Riesgo	Pág.
1	Cumplimiento Ley 8346 y Decreto 3781 para pauta en el SINART	Alto	8-9
2	Carencia de Fiscalización técnica de Contrataciones.	Alto	10-11
3	Indicadores Imprecisos en los Informes de Gestión.	Medio	11-12
4	Deficiencias en los Planes de Pauta Institucional	Medio	13-14
5	Carencia de Definición de Etapas de Planificación, Ejecución, Finalización y Seguimiento de la oferta de Servicios.	Medio	14-16
6	Deficiencias en Expedientes de los Servicios.	Medio	16-18
7	Gestión Interna de Patrocinios	Medio	18-19

DESCRIPTORES

ALTO: Las observaciones identificadas comprometen directamente la razonabilidad de las operaciones de la institución y requieren de atención inmediata.

MEDIO: Las observaciones identificadas son significativas y comprometen medianamente las operaciones de la institución y requieren una atención a corto o mediano plazo

VI. CALIFICACIÓN DE RIESGO Y EL CONTROL

De acuerdo con la naturaleza, impacto y prioridad de las observaciones detalladas en el presente informe, el control interno se define en el siguiente nivel:

Muy Bueno	Aceptable	Necesita Mejorar	Insatisfactorio
		✓	

DESCRIPTORES DE RIESGO

NECESITA MEJORAR: Las actividades de control implementadas por la Administración Activa son buenas, pero requieren mejoras que requieren la implementación de recomendaciones para subsanar dichos aspectos.

Hecho por:

Lic. Esteban Salazar Mora
Auditor Asistente

Revisado por:

Aprobado por:

Licda. Alejandra Calvo Jiménez
Supervisora Auditoría

Lic. Guillermo Calderón Torres
Auditor Interno

VII. DESCRIPCIÓN DE OBSERVACIONES

OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN
Área: Comunicación e Imagen
Observación No.1 Cumplimiento Ley 8346 y Decreto 3781 para pauta en el SINART

Con respecto al cumplimiento de la ley 8346 “*Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural (SINART)*” y el decreto 32871 denominado: “*Reglamento al inciso c) del artículo 19 de la Ley N° 8346*”, durante los periodos 2021 y 2022 se determinó:

- a) Durante el periodo 2021 no se evidencia aporte para pauta al ente estatal, a pesar de que durante dicho periodo se ejecutaron ₡6.235.300,00 en la partida de Publicidad y Propaganda, por lo que el monto que correspondía al SINART para pautar en dicho medio en el periodo debió ser al menos de ₡623,530.00. (si la base imponible no corresponda al alguna de las excepciones señaladas en el criterio 11461 de la CGR). Cabe mencionar que en el periodo 2022 según se evidencia en los planes de pauta dicho aporte se calcula sobre el monto de presupuesto y no sobre lo realmente ejecutado como lo indica el criterio 11461 de la CGR.
- b) No se evidencia un cumplimiento del Reglamento (estipulado vía decreto 32871 referente al inciso c) del artículo 19 de La Ley N° 8346), con respecto a lo indicado en el artículo 3° referido a la remisión de informes de pauta realizada por el INFOCOOP al finalizar cada trimestre, ni de remisión del plan de pauta anual cada enero como lo menciona el decreto.

En relación con la condición anterior la siguiente normativa señala:

- Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural (SINART)

“...Artículo 19.-Financiamiento. El SINART, S. A., se financiará de la siguiente manera:

c) La Asamblea Legislativa, la Defensoría de los Habitantes de la República, la Contraloría General de la República, las instituciones autónomas y semiautónomas, las empresas públicas y demás entes menores, así como todas las instituciones y dependencias del Poder Ejecutivo, pautarán en el SINART, S. A., mediante la agencia de publicidad del SINART, S. A., creada en esta Ley, por lo menos el diez por ciento (10%) de los dineros que destinen a publicidad e información en radio, televisión u otros medios de comunicación...”

- Decreto 32871 Reglamento al inciso c) del artículo 19 de La Ley N° 8346

Artículo 3° "...-Los órganos y entidades establecidas en el artículo 1°, remitirán al Sinart S. A. en la primera semana de enero de cada año, una programación trimestral de los recursos que se destinarán para el cumplimiento de lo dispuesto en el inciso c) del artículo 19 de la Ley N° 8346. Asimismo, para cumplir con las pautas en el Sinart S. A., remitirán a dicho Sistema un informe trimestral, durante los primeros quince días de vencimiento del trimestre, conteniendo el monto de los recursos ejecutados en la subpartida de publicación e información en radio, televisión u otros medios de comunicación de su presupuesto anual...”

- Criterio 11461 de la División de Fiscalización Operativa y Evaluativa Área de Fiscalización de Servicios Económicos de la Contraloría General de la República.


OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN
Área: Comunicación e Imagen

“...2. El monto de la partida presupuestaria que debe pautarse con el SINART es sobre el gasto efectivamente ejecutado dentro del período fiscal correspondiente, y no sobre el monto inicialmente presupuestado y aprobado...”

La Gerente a.i. de Comunicación e Imagen indicó que en el periodo 2021 se hizo un plan de pauta que contemplaba contratar una agencia que manejara toda la colocación publicitaria en los diferentes medios, mediante una contratación normal con un alcance de 2 o 3 periodos, sin embargo, el proceso tuvo muchos atrasos y reprocesos del cartel, y cuando finalmente este se logró se declaró infructuosa la licitación porque estaba dos meses de iniciar la veda publicitaria por el proceso electoral. Al atraso indicado se le suma el tiempo que la institución estuvo son junta Directiva, por esa razón no se dio una pauta en ese año.

Además, según lo indicado por los encargados del área no tenían conocimiento del Decreto 32871, y señalan que el SINART no ha solicitado dicha información.

Esta situación de no corregirse podría provocar la materialización de los siguientes riesgos:

1. Giro de recursos en exceso para pauta en el SINART sin justificación técnica para delimitar su uso en ese medio.
2. Uso inadecuado de recursos públicos.
3. Incumplimiento del Decreto 32871 lo que puede repercutir en prevenciones institucionales
4. Exposición de la institución a cobros por la vía administrativa o judicial por de sumas no giradas

Recomendaciones:
Gerencia de Comunicación e Imagen

7.1.1. Realizar un recalcule del aporte al SINART de los últimos 4 periodos incorporando las subpartidas a nivel institucional y no solo de Comunicación e Imagen de: Publicidad y Propaganda, Información, para lo cual se debe aplicar lo dispuesto en el criterio del oficio Criterio 11461 de la División de Fiscalización Operativa y Evaluativa Área de Fiscalización de Servicios Económicos de la Contraloría General de la República respecto a las excepciones en el cálculo, lo anterior para determinar si el cálculo para para cada periodo fue de al menos el 10% del monto destinado a Publicidad y Propaganda, Información a nivel institucional, si se comprueba un giro menor de pauta se debe incorporar dicho monto en el plan de pauta del próximo periodo.

7.1.2. Aplicar en todos sus externos lo señalado en el Decreto 32871 Reglamento al inciso c) del artículo 19 de La Ley N° 8346.

Respuesta de la administración

La Gerente de Comunicación e Imagen a.i. acepta las recomendaciones

Responsable directo

Gerencia Comunicación e Imagen a.i. Licda. Liseth Guzman Sandí

Responsable indirecto

Dr. Alejandro Ortega Calderón, Director Ejecutivo




OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN
Área: Comunicación e Imagen
Observación No.2 Carencia de Fiscalización técnica de Contrataciones

En cuanto al desarrollo de las contrataciones durante los periodos de alcance, en el 100% de los casos de la muestra (3 contrataciones) no se logra evidenciar una fiscalización técnica de etapas de planificación, elaboración y presentación de bienes o servicios contratados, solamente se da una fiscalización formal en términos contractuales y recepciones de temporales y definitivas.

En el caso específico de las contrataciones realizadas a las empresas Brújula S.A y COM Digital, S.A. correspondientes a gestión de prensa y manejo de redes sociales respectivamente, no se evidencia dentro del expediente en la plataforma SICOP ni en el expediente digital que maneja el departamento, una fiscalización técnica del detalle de productos que realiza el contratista. Se limitan a la recepción provisional y definitiva de los productos, pero no se logra determinar aspectos como revisión de comunicados, observaciones de la gestión de prensa, reuniones de análisis de las estrategias de comunicación, en si acciones de fiscalización técnica de aspectos de fondo de los productos contratados, específicamente en cuanto a producción y aprobación de los insumos a publicar.

Para la contratación de la Imprenta Nacional, dirigida a la impresión de material, libros, banderas etc. Al igual que las anteriores no se evidencia una trazabilidad de aspectos como, solicitud del insumo, justificación de la solicitud, beneficiario, aspectos de ejecución como revisión de artes, comunicaciones tanto con el solicitante como con el contratista validando bocetos para la impresión o tiraje etc., se limitan a la recepción provisional y definitiva de los órdenes de pedido

Las normas de control interno para el Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE) indican en su Capitulo IV lo siguiente referido a este tipo de observaciones

CAPÍTULO IV: NORMAS SOBRE ACTIVIDADES DE CONTROL
4.4.1 Documentación y registro de la gestión institucional

- a. *El jerarca y los titulares subordinados, según sus competencias, deben establecer las medidas pertinentes para que los actos de la gestión institucional, sus resultados y otros eventos relevantes, se registren y documenten en el lapso adecuado y conveniente, y se garanticen razonablemente la confidencialidad y el acceso a la información pública, según corresponda*

Según lo externado por el personal del departamento la fiscalización si se realiza, sin embargo, la misma no se documenta dentro de un expediente por contratación, las misma se ejecuta por medio de reuniones y visto buenos de gerencia para su posterior publicación o tiraje, etc

Los principales efectos que puede acarrear una adecuada fiscalización son:

- Falta de claridad o bien transparencia en la ejecución de las contrataciones.
- Uso ineficiente de recursos, tanto humanos, como materiales y financieros.
- Dificulta los procesos de fiscalización y transparencia en la rendición de cuentas posterior.


OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN
Área: Comunicación e Imagen
Recomendaciones:
Gerencia de Comunicación e Imagen

7.2.1. Establecer una guía de fiscalización desde un punto de vista técnico para cada contratación, de manera que se estandaricen etapas de planificación, ejecución y presentación del bien o servicio contratado, lo anterior estableciendo los requerimientos básicos que deban cumplirse para cada uno de ellos y documentando de manera suficiente en un archivo centralizado de manera digital.

7.2.2 Complementar los expedientes de las contrataciones vigentes con los elementos señalados en el punto anterior.

Respuesta de la administración

La Gerente de Comunicación e Imagen a.i. acepta las recomendaciones

Responsable directo

Gerencia Comunicación e Imagen a.i. Licda. Liseth Guzman Sandí

Responsable indirecto

Dr. Alejandro Ortega Calderón, Director Ejecutivo


OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN
Área: Comunicación e Imagen
Observación No.3 Indicadores Imprecisos en los Informes de Gestión.

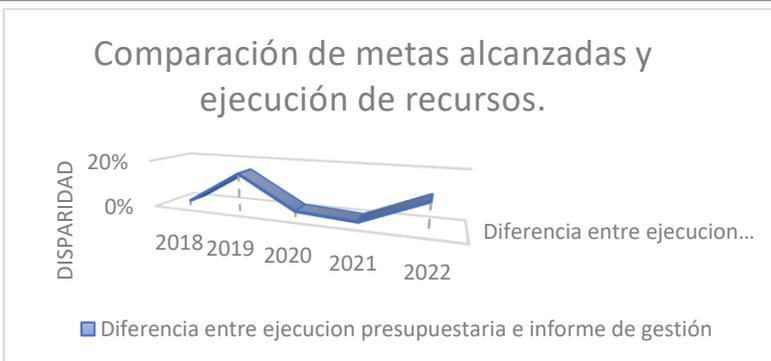
Mediante la revisión de los informes de gestión sobre el plan anual operativo del área de Comunicación e Imagen para los periodos 2021 y 2022, y el presupuesto para los periodos 2019 al 2022, se determinaron las siguientes situaciones:

- Se utiliza como indicador "Solicitudes de Servicios" (Solicitud atendida/solicitud recibida), la cual para determinar la meta programada versus la meta alcanzada se señalan cantidades de servicios recibidos y/o atendidos, se observó que dicho informe indicaba que el 100% de las solicitudes fueron atendidas, sin embargo si bien se cuenta con un registro de servicios brindados, no poseen un control de cuantas solicitudes se presentan, por lo que las cifras que se muestran en el informe corresponde a gestiones realizadas, así las cosas, mostrar un 100% de cumplimientos de metas es un dato impreciso, si no se cuenta con el dato o estadística de solicitudes totales en el departamento.
- En 2 de los 5 periodos analizados (2019 y 2022) se evidencia una disparidad entre el porcentaje de metas alcanzado versus la ejecución presupuestaria, con diferencias mayores al promedio del resto de los periodos, las cuales oscilaron entre un 1% y 2%; para el periodo 2019 se dio una diferencia del 16%, y en el periodo 2022 del 11%.



OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN
Área: Comunicación e Imagen

Periodo	Porcentaje metas alcanzado	Ejecución presupuestaria	Diferencia entre ejecuciones%
2018	97%	95%	2%
2019	98%	82%	16%
2020	96%	98%	2%
2021	83%	82%	1%
2022	100%	89%	11%



(Fuente: Elaboración propia)

La guía metodológica para la definición y medición de indicadores de los planes anuales y plurianuales del INFOCOOP, señala:

“Indicadores de actividades (proceso): mide el conjunto de actividades que se realizan a partir de la transformación de los insumos para obtener los productos determinados (por ejemplo: procedimientos de compra, procesos tecnológicos, procesos de producción), es decir, son aquellas acciones realizadas a través de las cuales se movilizan los insumos para generar los productos (bienes o servicios) a un usuario final. Los indicadores de actividades son útiles para identificar duplicidad de funciones, cuellos de botella, aprovechamiento del tiempo, etc. y con su medición, se busca mejorar el proceso de implementación de la intervención para garantizar el cumplimiento de los objetivos planteados inicialmente...”

Según lo expresado por la Gerente a.i. de Comunicación e Imagen, no se cuenta con un control de solicitudes recibidas, solo un registro de acciones o servicios brindados, así mismo las diferencias entre ejecución de metas y presupuesto se da en gran medida por problemáticas en contrataciones tanto en la etapa del proceso de contratación como ejecución al presentarse menos demanda de servicios y contrataciones infructuosas y desiertas.

Lo anterior provoca una disparidad entre la ejecución de metas y la ejecución presupuestaria, lo que provoca datos imprecisos y falta de transparencia en la rendición de cuentas que se muestra en los informes de gestión institucional, lo que podría afectar la toma de decisiones a nivel superior como Dirección Ejecutiva y Junta Directiva, así como remisión de información imprecisa a órganos fiscalizadores

Recomendación:

Gerencia de Comunicación e Imagen

7.3.1 Incorporar dentro de la propuesta de procedimientos que se está llevando a cabo un control sobre el formulario único de solicitud de servicios, o bien crear un procedimiento interno para tal fin que permita definir de manera fiel la cantidad de solicitudes de servicios recibidas y las efectivamente atendidas.

Respuesta de la administración

La Gerente de Comunicación e Imagen a.i. acepta la recomendación.

Responsable directo

Gerencia Comunicación e Imagen a.i. Licda. Liseth Guzman Sandí

Responsable indirecto

Dr. Alejandro Ortega Calderón, Director Ejecutivo


OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN
Área: Área: Comunicación e Imagen
Observación No.4 Deficiencias en los Planes de Pauta Institucional

Para el periodo 2021, no se ejecutó un plan de pauta, lo anterior debido a retrasos en el proceso de contratación, así como las vedas publicitarias por elecciones nacionales.

Para el 2022, se detalla dentro del informe de gestión el Indicador de Planes de pautas con una ejecución del 100%, sin embargo, no se evidencia dentro de la información proporcionada por el área, que dicha ejecución del plan presentado se ejecutara tal y como lo señala, por ejemplo, para el 2022 se presupuestaba patrocinios por una cifra cercana a los 10 millones de colones, sin embargo no se cumplió, por lo que el porcentaje de ejecución de dicho plan no llegó al 100% detallado en el informe de gestión.

El artículo 15 de la Ley General de Control Interno 8292, señala:

“Actividades de control: Respecto de las actividades de control, serán deberes del jerarca y de los titulares subordinados, entre otros, los siguientes:

Documentar, mantener actualizados y divulgar internamente las políticas, las normas y los procedimientos de control que garanticen el cumplimiento del sistema de control interno institucional y la prevención de todo aspecto que conlleve a desviar los objetivos y las metas trazados por la institución en el desempeño de las funciones...”

Las normas de control interno para el Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE) establece en el apartado “4.5 Garantía de eficiencia y eficacia de las operaciones” lo siguiente:

4.5.2 Gestión de proyectos. El jerarca y los titulares subordinados, según sus competencias, deben establecer, vigilar el cumplimiento y perfeccionar las actividades de control necesarias para garantizar razonablemente la correcta planificación y gestión de los proyectos que la institución emprenda, incluyendo los proyectos de obra pública relativos a construcciones nuevas o al mejoramiento, adición, rehabilitación o reconstrucción de las ya existentes...”

Así mismo el Decreto 32871 Reglamento al inciso c) del artículo 19 de La Ley N° 8346 Artículo 3° e cual indica

“...-Los órganos y entidades establecidas en el artículo 1°, remitirán al SINART S. A. en la primera semana de enero de cada año, una programación trimestral de los recursos que se destinarán para el cumplimiento de lo dispuesto en el inciso c) del artículo 19 de la Ley N° 8346...”

Esta situación evidencia una planificación tardía del plan de pauta publicitaria institucional, así como ausencia de una evaluación o informe que analice la ejecución del plan de manera integrada, su alcance, sus resultados, limitaciones, y se generen acciones correctivas o de mejora etc.

La ausencia de un plan de pauta oportuno afecta el cumplimiento de metas y de una adecuada publicidad y comunicación que podría generar beneficios o incremento de servicios que brinda la institución, así como desaprovechar espacios al tener ausencia de imagen institucional positiva en medio de comunicación y en la


OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN

Área: Área: Comunicación e Imagen

población en general, otro efecto se traduce en un uso ineficiente de recursos, tanto humanos, como materiales y financieros, por último se presenta un incumplimiento de normativa de remisión de información al SINART.

Recomendaciones:

Gerencia de Comunicación e imagen

7.4.1 Incorporar el plan de pauta publicitaria y de comunicación institucional dentro de la planificación operativa institucional, de manera que el mismo sea conocido, evaluado y aprobado por las instancias correspondientes en el último trimestre del año anterior a su ejecución.

7.4.2 Crear un procedimiento previo, general y formal de planeación, ejecución, y seguimiento permanente del plan de pauta de manera que quede evidencia suficiente acerca de los procesos de producción y aprobación de los elementos informativos que se utilizaran en dicho plan de pauta, así como de su evaluación posterior lo que permita definir si cumplió con los objetivos esperados o bien se visualicen observaciones de mejora a incorporar en siguiente plan de pauta.

Respuesta de la administración

La Gerente de Comunicación e Imagen a.i. acepta las recomendaciones

Responsable directo

Gerencia Comunicación e Imagen a.i. Licda. Liseth Guzman Sandí

Responsable indirecto

Dr. Alejandro Ortega Calderón, Director Ejecutivo


OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN

Área: Comunicación e Imagen

Observación No.5. Carencia de Definición de Etapas de Planificación, Ejecución, Finalización y Seguimiento de la oferta de Servicios.

Se determinó que no se encuentran definidas de forma previa, formal y general, las etapas, procedimientos o metodologías de ejecución de los diferentes 11 servicios que brinda el área de Comunicación e imagen, según la siguiente oferta:

- Atención de consultas realizadas por diferentes medios, o canales.
- Producciones audiovisuales
- Prensa.
- Comunicados.
- Acompañamiento D.E. y J.D.
- Pautas.
- Eventos


OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN
Área: Comunicación e Imagen

- Requerimientos WEB
- Comunicación interna
- Diseños
- Otros Proyectos

Al respecto, solo fue posible seguir la trazabilidad parcial de las etapas de origen, planificación, ejecución y conclusión de productos o servicios entregados o brindados, en forma parcial sobre el servicio de "Producciones audiovisuales" en vista que, de acuerdo con la información suministrada, se da un punto de inicio y finalización del servicio.

El artículo 15 de la Ley General de Control Interno 8292, señala:

“Actividades de control: Respecto de las actividades de control, serán deberes del jerarca y de los titulares subordinados, entre otros, los siguientes:

Documentar, mantener actualizados y divulgar internamente las políticas, las normas y los procedimientos de control que garanticen el cumplimiento del sistema de control interno institucional y la prevención de todo aspecto que conlleve a desviar los objetivos y las metas trazados por la institución en el desempeño de las funciones...”

Las normas de control interno para el Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE) establece en el apartado “4.5 Garantía de eficiencia y eficacia de las operaciones” lo siguiente:

4.5.2 Gestión de proyectos. El jerarca y los titulares subordinados, según sus competencias, deben establecer, vigilar el cumplimiento y perfeccionar las actividades de control necesarias para garantizar razonablemente la correcta planificación y gestión de los proyectos que la institución emprenda, incluyendo los proyectos de obra pública relativos a construcciones nuevas o al mejoramiento, adición, rehabilitación o reconstrucción de las ya existentes...”

Según se indica por la Gerencia a.i. del departamento Liseth Guzman esta falta de estandarización de servicios, su abordaje técnico, plazos de atención promedio y compromisos asumidos por las partes, es causada en gran medida por aspectos operativos del departamento como de cargas de trabajo por ausencia de personal por diferentes motivos como traslados internos, labores administrativas y de inmediatez en la solicitudes de servicios, ya que no existe una planificación para los servicios o eventos que le son comunicados en muchas ocasiones para la participación de apoyo del departamento.

La ausencia de procesos claros, previos y formales en el desarrollo de los servicios provoca principalmente:

- Exceso de carga de trabajo, debido al limitado recurso de funcionarios lo que puede afectar su productividad.
- Extensiones de los servicios., reduciendo la efectividad de estos,
- Uso ineficiente de recursos, tanto humanos, como materiales y financieros.
- Dificulta los procesos de fiscalización y transparencia en la rendición de cuentas posterior.


OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN
Área: Comunicación e Imagen
Recomendaciones:
Gerencia de Comunicación e Imagen.

7.5.1 Crear una política que englobe la oferta de servicios que brinda el INFOCOOP por medio de comunicación e imagen que defina desde de un marco técnico, la conveniencia institucional en las solicitudes de aportes económicos, logísticos, y de recursos humanos o materiales que lleguen a presentar entes cooperativos o u otros, de manera que se defina de manera estandarizada la eventual participación del INFOCOOP.

7.5.2 Evaluar la definición de un procedimiento o guía de atención desde un punto de vista técnico para cada servicio, de manera que se estandaricen etapas de planificación, ejecución y presentación de resultados, así como tiempos promedios que deban cumplirse para la oferta de servicios, lo anterior estableciendo los requerimientos básicos que deban cumplirse para cada uno de ellos.

7.5.3 En el caso de consultas de ciudadanos establecer una política institucional y remitirla para la aprobación respectiva que contemple tiempos máximos de respuesta tanto para consultas que sean atendidas por Comunicación e Imagen como para aquellas trasladadas a otras dependencias, de manera que se acorten tiempos de respuesta y no se desmejore la imagen institucional por dicho motivo.

7.5.4 Ejecutar mensualmente un informe que indique cantidad de consultas, total de consultas atendidas, tiempos mínimos, máximos y promedio de consultas que permita identificar aspectos de mejora en esta gestión.

Respuesta de la administración

La Gerente de Comunicación e Imagen a.i. acepta las recomendaciones

Responsable directo

Gerencia Comunicación e Imagen a.i. Licda. Liseth Guzman Sandí

Responsable indirecto

Dr. Alejandro Ortega Calderón, Director Ejecutivo


OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN
Área: Comunicación e Imagen
Observación No.6 Deficiencias en Expedientes de los Servicios

Se seleccionó una muestra de expedientes abarcando los 10 servicios brindados por el área, para los periodos 2021 y 2022, se determinaron las siguientes oportunidades de mejora en cuanto a la documentación soporte y custodia de estos:

- a) No se nos remitió información de 3 de los 10 servicios, debido a que la información está en custodia de cada funcionario y no de manera centralizada generando la problemática que dichos funcionarios no se encuentran en el departamento en la actualidad por renunciadas y suspensiones, por lo que los funcionarios actuales no tienen acceso a dicha información.



OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN
Área: Comunicación e Imagen

- b) Para los restantes 7 servicios se observa una breve descripción de cómo se desarrollan a nivel general y a criterio de cada técnico que atendió el tipo de servicio.
- c) No se poseen expedientes que contengan aspectos esenciales como:
 - Índice
 - Solicitud del servicio
 - Planificación del servicio a brindar
 - Ejecución del servicio.
 - Entrega o finalización del servicio.
 - Seguimiento o evaluación.
- d) Se carece de un procedimiento que indique las etapas que posee cada uno de los servicios brindados, así como la documentación que debe respaldar las mismas, ni cual debe ser la política de archivo o custodia de información (ya sea digita o física) para la constitución de expedientes de la oferta de servicios que se brinda.

Las normas de control interno para el Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE) indican en su Capítulo IV lo siguiente referido a este tipo de observaciones

NORMAS SOBRE ACTIVIDADES DE CONTROL

4.4.1 Documentación y registro de la gestión institucional

El jerarca y los titulares subordinados, según sus competencias, deben establecer las medidas pertinentes para que los actos de la gestión institucional, sus resultados y otros eventos relevantes, se registren y documenten en el lapso adecuado y conveniente, y se garanticen razonablemente la confidencialidad y el acceso a la información pública, según corresponda

La gerencia actual de Comunicación e Imagen indica que una gran limitante o aspecto que provoca esta condición en gran medida es por la ausencia de personal asignado al área, por decir un ejemplo actualmente un 50% del personal del área no se encuentra activo, dentro de ellos la asistente administrativa cuya labor operativa y de control documental es muy relevante y cuya ausencia ha sido prolongada por la administración por traslados internos , aunado a la falta de políticas internas de archivo.

La condición anterior limita para efectos de transparencia la identificación del servicio que se brinda, así mismo pone en riesgo de pérdida de información que limite la rendición de cuentas adecuada y de una manera fiable, de acuerdo los resultados que se presenten.

Recomendaciones:

Gerencia de Comunicación e Imagen

7.6.1 Establecer un procedimiento para la documentación de los servicios brindados, con fases establecidas y la documentación soporte que deben tener, y que el mismo se ejecute de forma estándar por cada funcionario.

7.6.2 Incorporar dentro de cada expediente un índice que documente cada una de las etapas de los servicios desde su inicio hasta su cierre.



OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN
Área: Comunicación e Imagen

7.6.3 Establecer un punto de control que verifique que los funcionarios a cargo de los servicios documenten en un tiempo razonable las acciones que se ejecutan dentro de los mismos, de manera que la información se resguarde en el menor tiempo posible y esté disponible para su consulta de una manera centralizada.

Respuesta de la administración

La Gerente de Comunicación e Imagen a.i. acepta las recomendaciones

Responsable directo

Gerencia Comunicación e Imagen a.i. Licda. Liseth Guzman Sandí

Responsable indirecto

Dr. Alejandro Ortega Calderón, Director Ejecutivo



OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN
Área: Comunicación e Imagen

Observación No.7 Gestión Interna de Patrocinios

Existe un cumplimiento parcial del análisis del beneficio que el patrocinio conlleva, ya que se incorpora de manera escueta en la justificación del patrocinio el análisis desde el punto de vista social y/o metodológico (medios de difusión analizados, análisis cualitativo y cuantitativo del público meta, según corresponda.), y no se detallan los beneficios en términos cualitativos, o bien una sección en el análisis que se refiera a los mismos, por lo que da un cumplimiento del reglamento de patrocinios correspondiente en un 96% del total de los requerimientos señalados en el "REGLAMENTO INTERNO DE PATROCINIOS OTORGADOS POR EL INSTITUTO NACIONAL DE FOMENTO COOPERATIVO", sin embargo no se evidencia un análisis del evento como tal por parte del área de comunicación e imagen que permita concluir si el patrocinio cumplió con los objetivos del mismo a nivel de comunicación y posicionamiento del INFOCOOP, ni se evidencia una remisión de resultados a la junta directiva para su información y valoración del patrocinio otorgado

Al respecto el *Reglamento Interno De Patrocinios Otorgados Por El Instituto Nacional De Fomento Cooperativo*, establece:

Artículo 7º—Contenido del estudio costo-beneficio: Tal y como lo establece el Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa, para que un patrocinio sea procedente, debe fundamentarse en un estudio costo-beneficio que les catalogue como una buena solución de proyección en comparación con las demás opciones que ofrece el medio para fortalecimiento de la imagen institucional, divulgación de servicios y logros.

Este estudio contendrá como mínimo:

- a. Comparación entre el monto otorgado como patrocinador y el valor de los beneficios ofrecidos
- b. Cuantificar estos beneficios en términos monetarios, de manera que puedan compararse diferentes beneficios entre sí y contra los costos de obtenerlos.
- c. Análisis del beneficio que el patrocinio conlleva, desde el punto de vista social y/o metodológico (medios de difusión analizados, análisis cualitativo y cuantitativo del público meta, según corresponda.)
- d. Análisis de beneficios adicionales (interés público, aporte social, fortalecimiento de imagen institucional, etc.)



OBSERVACIÓN/RECOMENDACIÓN
Área: Comunicación e Imagen

Así mismo se reitera que las normas de control interno para el Sector Público (N-2-2009-CO-DFOE) indican en su Capítulo IV lo siguiente referido a este tipo de observaciones

CAPÍTULO IV: NORMAS SOBRE ACTIVIDADES DE CONTROL

4.4.1 Documentación y registro de la gestión institucional

- a. *El jerarca y los titulares subordinados, según sus competencias, deben establecer las medidas pertinentes para que los actos de la gestión institucional, sus resultados y otros eventos relevantes, se registren y documenten en el lapso adecuado y conveniente, y se garanticen razonablemente la confidencialidad y el acceso a la información pública, según corresponda*

Según lo indica la Gerencia a.i. Liseth Guzman esto es provocado por la falta de un instrumento estandarizado de valoración del patrocinio que permita de una manera más eficiente verificar el cumplimiento de requerimientos.

Esta situación expone a la institución a una Financiamiento de eventos no aptos de acuerdo con los intereses institucionales traduciéndose en un uso inadecuado de recursos públicos.

Recomendaciones:

Gerencia de Comunicación e Imagen

7.7.1. Crear un instrumento estandarizado de valoración del patrocinio con los requerimientos que señala el Reglamento Interno De Patrocinios Otorgados por El Instituto Nacional De Fomento Cooperativo.

7.7.2. Incluir un informe interno antes de realizar el pago del patrocinio para que se justifique que la inversión fue efectivamente realizada por el solicitante y verificada por el área de comunicación e imagen del INFOCOOP, dicho informe deberá presentarse a la autoridad que aprobó el patrocinio respectivo.

Respuesta de la administración

La Gerente de Comunicación e Imagen a.i. acepta las recomendaciones

Responsable directo

Gerencia Comunicación e Imagen a.i. Licda. Liseth Guzman Sandí

Responsable indirecto

Dr. Alejandro Ortega Calderón, Director Ejecutivo