

**AUDITORÍA INTERNA
INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS**

Informe sobre la “Revisión de las contrataciones efectuadas de enero a mayo del 2023 mediante el contrato directo No. 2020CD-000088-0001000001 Servicios de publicidad, promoción de ventas, mercadeo directo, divulgación, avisos institucionales, relaciones públicas, comunicación integrada e investigación de mercados con el SINART”.

**IA-016-2024
13 DE MARZO DEL 2024**

RESUMEN EJECUTIVO.

El presente informe contiene el resultado de la auditoría de carácter especial que tuvo como objetivo revisar las contrataciones efectuadas de enero a mayo del 2023, mediante el contrato directo No. 2020CD-000088-0001000001 denominado “*Servicios de publicidad, promoción de ventas, mercadeo directo, divulgación, avisos institucionales, relaciones públicas, comunicación integrada e investigación de mercados con el SINART*”.

La revisión se enfocó en el análisis de las contrataciones efectuadas al SINART mediante el contrato directo indicado supra a fin de corroborar el cumplimiento de las condiciones cartelarias por parte de esa entidad estatal.

Producto de la revisión, se identificó la oportunidad de mejora consistente en la actualización del flujograma “*GCM-PRO-0011 Gestión de campañas publicitarias y promocionales*”, a fin de adecuarlo a la operativa que desde ya aplican la Dirección de Mercadeo y la Subdirección de Relaciones Corporativas.

Tabla de contenido

I. INTRODUCCIÓN.....	1
A. Origen del Estudio	1
B. Objetivo General	1
C. Naturaleza y Alcance	1
D. Metodología	1
E. Marco Normativo	2
F. Comunicación de resultados	2
II. RESULTADOS	2
III. CONCLUSIONES	4
IV. RECOMENDACIÓN	4

IA-016-2024
13-03-2024

I. INTRODUCCIÓN.

A. Origen del Estudio.

El presente estudio se efectuó en cumplimiento de la atención de la solicitud efectuada por el Auditor Interno relacionada con la revisión de los hechos publicados en el periódico La Nación el 10 de mayo del 2023 cuyo titular fue “*Instituciones pagan doble comisión al contratar servicios mediante el Sinart*”, en la que fueron enlistados nueve eventos contratados por el INS al SINART de enero a mayo de ese mismo año.

B. Objetivo General.

Corroborar el cumplimiento de las condiciones pactadas por parte de la Institución y el SINART, contenidas en el contrato directo No. 2020CD-000088-0001000001 “*Servicios de publicidad, promoción de ventas, mercadeo directo, divulgación, avisos institucionales, relaciones públicas, comunicación integrada e investigación de mercados con el SINART*”, en las contrataciones efectuadas a esa empresa de publicidad estatal.

C. Naturaleza y Alcance.

Naturaleza: El presente estudio corresponde a una auditoría de tipo especial donde se realizó una revisión sobre el tema en el periodo que se indica en el *Alcance* de conformidad con lo establecido en las Normas para el Ejercicio de la Auditoría Interna y las Normas Generales de Auditoría Interna para el Sector Público.

Alcance: Se revisaron las contrataciones efectuadas entre el INS y el SINART por concepto de publicidad y otros servicios relacionados en el periodo comprendido del 01-01-2023 al 31-05-2023.

D. Metodología.

Las actividades ejecutadas en el presente estudio fueron realizadas en cumplimiento de las Normas Generales de Auditoría para el Sector Público y de conformidad con la normativa aplicable al ejercicio de la Auditoría Interna e incluyó el análisis de la información del contrato No. 2020CD-000088-0001000001 “*Servicios de publicidad, promoción de ventas, mercadeo directo, divulgación, avisos institucionales, relaciones públicas, comunicación integrada e investigación de mercados con el SINART*” extraído del Sistema Integrado de Compras Públicas (en adelante SICOP).

La información se sometió a un análisis documental, además se realizaron consultas y entrevistas a los funcionarios encargados de los procesos y actividades sujetos a revisión.

IA-016-2024
13-03-2024

E. Marco Normativo.

- ✓ Ley No. 7494 - Ley de Contratación Administrativa.
- ✓ Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa.
- ✓ Ley No. 8422 - Ley Contra la Corrupción y el Enriquecimiento Ilícito.
- ✓ Reglamento a la Ley contra la Corrupción y el Enriquecimiento Ilícito en la Función Pública.
- ✓ Ley N° 8292. Ley General de Control Interno.
- ✓ Código de Ética y Conducta del Grupo INS.
- ✓ Manual de Disposiciones Administrativas.
- ✓ Normas de control interno para el Sector Público, N-2-2009-CO-DFOE.

F. Comunicación de Resultados.

La situación sujeta a mejora que se expone en el presente estudio fue presentada por medio del oficio AU-00177-2024 del 23-02-2024 a la jefatura de la Subdirección de Relaciones Corporativas, concretamente a la señora Kattia Castro Cruz y al señor Randall Camacho Solano, subjefe de Dirección de Mercadeo, siendo que mediante el oficio DM-00183-2024 del 27-02-2024, firmado por estos funcionarios, aceptaron la propuesta de mejora, con la salvedad de que dicha recomendación fuera incorporada en el flujograma "GCM-PRO-0011 *Gestión de campañas publicitarias y promocionales*" dado que el procedimiento DM-UMO-003 fue derogado.

Sobre el particular, la Dirección de Mercadeo y la Subdirección de Relaciones Corporativas en el oficio DM-00183-2024 del 27-02-2024, anexaron el oficio DM-00180-2024 del 27-02-2024, en el que se solicitó al Departamento de Calidad lo siguiente:

"[...]"

1. *Incluir dentro del flujo, las siguientes acciones específicas, cada vez donde se ejecuten procesos de contratación:*
 - *Se analiza estudios de mercado para establecer el precio de referencia. En caso de tratarse de una contratación con SINART, este último deberá aportar el estudio de precio de los proveedores.*
 - *En el reporte deberá indicar el número de procedimiento de contratación, en caso de contar con el mismo.*
 - *Con esta base en los estudios presentados, se estima el precio.*
 - *Se confeccionan las órdenes de compra y se envía a cotizar la necesidad.*
 - *Se analiza las propuestas presentadas.*
 - *Se debe respaldar en el expediente de la contratación toda la documentación antes descrita.*

IA-016-2024
13-03-2024

2. *Adicionalmente dentro del alcance del flujo, solicitamos valorar el alcance del proceso determinar si se puede incluir en el mismo flujo a la Subdirección de relaciones corporativas (sic), tal y como lo indica la auditoría”.*

II. RESULTADOS.

Se analizaron los expedientes electrónicos de las contrataciones que el INS realizó con el SINART, suministrados por la Dirección de Mercadeo y la Subdirección de Relaciones Corporativas. Con base en esa información se determinó que en total se contrataron 32 servicios al SINART en el periodo de enero a mayo del año 2023, de los cuales en 18 ocasiones fue presentada una única oferta que recayó en el proveedor del SINART denominado *Inversiones del Aire HM S.A.*, siendo que, en el cartel del contrato directo No. 2020CD-000088-0001000001 suscrito con esa entidad de publicidad estatal, se referencia la presentación de al menos tres ofertas para cada uno de los servicios contratados.

Del análisis de las condiciones técnicas para el adjudicatario, incisos A, E y H del contrato directo No. 2020CD-000088-0001000001 “*Servicios de publicidad, promoción de ventas, mercadeo directo, divulgación, avisos institucionales, relaciones públicas, comunicación integrada e investigación de mercados con el SINART*” y en contraste con el procedimiento utilizado en ese momento tanto por la Dirección de Mercadeo como por la Subdirección de Relaciones Corporativas, se evidenció que en la mayoría de los servicios de publicidad contratados al SINART, esta empresa de publicidad estatal solamente ofreció la cotización con un proveedor, sin que constara en los expedientes revisados mayor respaldo documental para tal acción.

No obstante y de conformidad con el suministro de información adicional proporcionada por esos despachos, se evidenció que a partir de abril del 2023 y luego de acordar con el SINART algunos ajustes a la metodología de presentación de cotizaciones tendentes al cumplimiento de las nuevas disposiciones contenidas en la Ley General de Contratación Pública (LGCP) que incluyen una mayor transparencia y trazabilidad, se implementaron acciones donde, entre otras cosas, esa agencia de publicidad aporta en las cotizaciones de cada uno de los servicios solicitados, la identificación de los procesos de contratación efectuados por esa agencia registrados en el SICOP, donde se consignan a los proveedores precalificados en tales procesos por esa institución y que son los que finalmente efectúan el servicio al INS.

Por su parte y con ocasión de la nueva operativa utilizada por la Dirección de Mercadeo descrita en su oficio DM-00347-2023 para la recepción y trámite de las cotizaciones por parte del SINART, se constató que el flujograma “*GCM-PRO-0011 Gestión de campañas publicitarias y promocionales*”, adolece de los pasos que son desarrollados en la actualidad por esa Dirección y también por la Subdirección de Relaciones Corporativas, así como la ausencia de identificación del o los responsables de incorporar en las carpetas o archivos conformados para tal fin, de la documentación de respaldo, ya sea física o digital, de cada uno de los servicios contratados a las agencias de publicidad cuando por alguna situación especial o de fuerza mayor, no pueden ser cumplidos los términos cartelarios en su totalidad,

IA-016-2024
13-03-2024

ejemplo de ello lo constituye la ausencia del número mínimo de ofertas de parte de los proveedores de la agencia de publicidad del servicio requerido.

Sobre lo anterior, es importante referenciar que mediante el oficio DM-00180-2024 del 27-02-2024, la Dirección de Mercadeo solicitó al Departamento de Calidad la actualización del flujograma “GCM-PRO-0011 *Gestión de campañas publicitarias y promocionales*”, con la finalidad de que se incorporen las recomendaciones sugeridas por esta Auditoría en el oficio AU-00177-2024 del 23-02-2024 mediante el cual se les compartió el borrador del presente informe. La propuesta de la Administración cumple parcialmente con la recomendación, en cuanto a la revisión del flujo propuesto, no obstante, queda pendiente la valoración de su alcance con la finalidad de “[...] *determinar si se puede incluir en el mismo flujo a la Subdirección de relaciones corporativas (sic) [...]*” así como la oficialización de los cambios realizados en el flujograma.

III. CONCLUSIONES.

Analizando la situación descrita, podemos decir que la Institución se expone a la posibilidad de que se materialice un incumplimiento regulatorio por la falta de claridad en el procedimiento correspondiente, situación que podría generar una ausencia de justificación en la atención de las cláusulas convenidas en los contratos suscritos con las agencias de publicidad, así como el riesgo reputacional y el riesgo de fraude, este último enfocado a la falta de la descripción e incorporación de justificantes que impiden la trazabilidad de las transacciones de compra de servicios de publicidad en sus distintas facetas. Riesgos que de llegar a materializarse, podrían ocasionar una serie de perjuicios a la Institución, como podrían ser: beneficios a favor de un proveedor, el enriquecimiento ilícito de empleados a través de actos indebidos, la adquisición de bienes a un precio mayor (no acceder a la mejor opción del mercado), impacto en la eficiencia de las contrataciones, afectación de la imagen comercial ante la opinión pública y de nuestros clientes por la transparencia que deben prevalecer en estos procesos.

IV. RECOMENDACIÓN.

Para la Dirección de Mercadeo y la Subdirección de Relaciones Corporativas.

Revisar, actualizar y oficializar el flujograma “GCM-PRO-0011 *Gestión de campañas publicitarias y promocionales*”, cuyo alcance deberá comprender a la Dirección de Mercadeo y a la Subdirección de Relaciones Corporativas, de tal forma que en aras de la transparencia y trazabilidad, describan y documenten cada uno de los pasos y responsables del trámite de compras o adquisiciones de bienes destinados a campañas publicitarias o promociones que se contratan a través de agencias de publicidad, esto con el propósito de cumplir a plenitud los requerimientos de la nueva Ley General de Contratación Pública.

Prioridad Alta.

IA-016-2024
13-03-2024

Hecho por:

Revisado por:

Bach. Marco Ant. Ramírez Salazar
Auditor I

Lic. Andrés Tosso Villalobos
Auditor II

Aprobado por:

Lic. Mauricio Segura Giró. MBA.
Jefe de Auditoría de Fraudes