

**CORTE DE CUENTAS DE LA REPÚBLICA
DIRECCIÓN DE AUDITORÍA CUATRO**



INFORME DE AUDITORÍA OPERACIONAL O DE GESTIÓN AL ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR (PROESA), POR EL PERÍODO DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015.



SAN SALVADOR, 22 DE FEBRERO DE 2017.

INDICE	PAG.
1. Resumen ejecutivo.....	1
2. Objetivos y alcance de la auditoría.....	2
2.1 Alcance de la Auditoría.....	2
3. RESULTADOS DE LA AUDITORÍA POR ÁREA O ASPECTO EXAMINADO.....	4
3.1 PROYECTO GESTIÓN OPERATIVA.....	4
3.1.1 Hallazgos del Proyecto Gestión Operativa.....	4
4. Análisis de informes de auditoría interna y externa.....	11
5. Seguimiento a las recomendaciones de auditorías anteriores.....	12
6. Conclusión general.....	12
7. Recomendaciones de auditoría.....	13

1. RESUMEN EJECUTIVO

Entidad Auditada	Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA).
Nombre de la Auditoría:	Auditoría de Gestión.
Período Examinado	Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2015.
Títulos de los Hallazgos:	El hallazgo desarrollado en el Proyecto Gestión Operativa es el siguiente: 1. Incumplimiento de meta "Imagen País".

Señor

Ex - Presidente del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA)

Del 01 de enero al 19 de junio de 2015

Presente.

Señor

Presidente del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA)

Del 20 de junio al 31 de diciembre de 2015

Presente.

El presente informe contiene los resultados de la Auditoría Operacional o de Gestión del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA), por el período comprendido del 01 de enero al 31 de diciembre del 2015, la cual fue desarrollada en cumplimiento al artículo 195 ordinal 4º de la Constitución de la República y las atribuciones y funciones que establecen los artículos 5, numerales 1, 4, 5, 7 y 16; 30 y 31, de la Ley de la Corte de Cuentas de la República.

2. OBJETIVOS Y ALCANCE DE LA AUDITORÍA

a) Objetivo General

Realizar auditoría de gestión al Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA), para determinar el grado de eficiencia, eficacia y economía de la gestión institucional en el período comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre de 2015.

b) Objetivos Específicos

- a) Establecer el grado de economía sobre el cual la administración, efectuó las adquisiciones y contrataciones durante el periodo auditado.
- b) Determinar el grado de eficiencia alcanzado por la administración, en cuanto al manejo de recursos y obtención de resultados durante el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2015.
- c) Verificar el grado de eficacia alcanzado en el logro de objetivos y metas propuestos por la entidad fiscalizada con relación a los resultados alcanzados.

2.1 ALCANCE DE LA AUDITORÍA

Nuestro examen comprendió el análisis de la información relacionada con el cumplimiento del Plan Operativo y Estratégico; Misiones Oficiales y pago de viáticos; registros contables y su documentación de respaldo, documentos que soportan el registro y liquidación de proyectos; cartera de socios públicos privados; estructura organizativa, expedientes de compras, indicadores de gestión, sistema de control interno

y el cumplimiento de los aspectos legales del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA), correspondientes al período del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015.

Nuestro examen incluyó principalmente la revisión de lo detallado a continuación:

➤ **Proyecto Gestión Financiera:**

1. Obtuvimos el detalle de las Misiones Oficiales de los funcionarios y empleados de la Institución, para determinar la razonabilidad de los pagos efectuados en concepto de pasajes aéreos y viáticos por viajes al extranjero realizados por personal de las Direcciones Operativas.
2. Verificamos la documentación de soporte y la oportunidad del registro contable de los gastos efectuados e ingresos recibidos tomando en cuenta su importancia o materialidad.
3. Revisamos los registros contables relacionados con Proyectos y nos aseguramos del cumplimiento de la normativa contable aplicable a los registros de movimientos y cierre contable.
4. Obtuvimos información sobre hechos denunciados, a los cuales dimos seguimiento en el proceso de la auditoría.

➤ **Proyecto Gestión Operativa:**

1. Revisamos el grado de cumplimiento de objetivos y metas del Plan Estratégico y Plan Anual Operativo de las Direcciones de Inversiones y Exportaciones.
2. Verificamos el grado de cumplimiento de los objetivos y metas del Plan Estratégico y Plan Anual Operativo de la Dirección de Asocios Publico Privado.
3. Examinamos los proyectos aceptados dentro del portafolio de oportunidades o cartera de socios públicos privados, con el fin de comprobar su correcta aceptación.

➤ **Proyecto Gestión Administrativa:**

1. Comprobamos que la estructura organizativa esté aprobada por el Consejo Directivo y que esté de acuerdo a la normativa establecida.
2. Verificamos el cumplimiento de Objetivos y Metas del Plan Estratégico y Plan Operativo Anual, aplicando indicadores de gestión en función de los resultados.
3. Examinamos los procesos de adquisiciones y contrataciones a fin de comprobar que los expedientes incluyeran todos los documentos que demuestren sus actuaciones y el cumplimiento de lo dispuesto en la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP) y su Reglamento; así como las políticas del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

3. RESULTADOS DE LA AUDITORÍA POR ÁREA O ASPECTO EXAMINADO

En la Auditoría desarrollada obtuvimos los resultados siguientes:

3.1 PROYECTO GESTIÓN OPERATIVA

3.1.1 HALLAZGOS DEL PROYECTO GESTIÓN OPERATIVA

1. INCUMPLIMIENTO DE META IMAGEN PAÍS.

Comprobamos que la Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo Institucional, incumplió la meta "IMAGEN PAÍS" establecida en el Plan Anual Operativo 2015; ya que no se creó, diseñó, planeó, produjo ni lanzó una estrategia integral de comunicación y mercadeo de "Marca País", justificando ese incumplimiento en la creación de una nueva estrategia general, la cual no fue implementada en el ejercicio auditado.

El Contrato de Préstamo BID N° 2583/OC-ES, celebrado entre el Banco Interamericano de Desarrollo y el Gobierno de El Salvador, en fecha 3 de abril de 2013, en el Componente IV del Programa de Apoyo al Desarrollo Productivo para la Inserción Internacional, denominado "Fortalecimiento Empresarial y Promoción de Exportaciones e Inversiones", en el Anexo Único se estipula lo siguiente:

2.07 Subcomponente 1. Estrategia de imagen/país.

"El objetivo de este subcomponente será mejorar la imagen país para posicionar a El Salvador como país atractivo para la inversión, el comercio y el turismo. Con los recursos del Financiamiento asignados a este subcomponente, la Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA) contratará servicios de consultoría para llevar a cabo tres tipos de actividades: un diagnóstico de la imagen/país, el diseño específico y la ejecución de una campaña de promoción de la imagen/país y la evaluación de impacto de la misma".

2.08 Subcomponente 2. Programa de gestores de inversión.

"El objetivo de este subcomponente será el establecimiento de mecanismos de contacto (*networking*) entre empresarios, ejecutivos y otros ciudadanos salvadoreños en el exterior para atraer inversiones al país. Con recursos del Financiamiento asignados a este subcomponente, PROESA contratará servicios de consultoría para el mapeo y formación de una base de datos de los salvadoreños en el exterior que puedan servir de puentes para este programa de gestores de inversión; el proceso de contacto con dichos salvadoreños a través del establecimiento de una red de gestores, incluyendo el establecimiento de un mecanismo de generación de perfiles de proyectos; la atención especializada al potencial inversionista; y una evaluación del programa de gestores de inversión".

2.09 Subcomponente 3. Herramientas para el desarrollo de sectores de exportación.

"El objetivo de este subcomponente será contribuir a la promoción del conocimiento y al fortalecimiento de la capacidad del sector productivo y exportador nacional. Con los recursos del Financiamiento asignados a este subcomponente, PROESA contratará

servicios para actualizar la información sobre la oferta exportable nacional; capacitar a las MIPYMES en materia de oportunidades de exportación; llevar a cabo mentorías especializadas y otras asesorías para apoyar el desarrollo de procesos de exportación de MIPYMES; realizar estudios de mercado de interés para la exportación salvadoreña; y definir los indicadores de desempeño y evaluación del impacto del subcomponente”.

2.10 Subcomponente 4. Promoción de una cultura exportadora nacional.

“El objetivo de este subcomponente será la promoción y el fomento de una cultura de exportación en la población salvadoreña. Este subcomponente se ejecutará primero como experiencia piloto de menor alcance geográfico para pasar posteriormente a una fase de mayor alcance, que también será financiada por esta operación, luego de evaluar la experiencia piloto. Con los recursos del Financiamiento asignados a este subcomponente, PROESA contratará servicios para: el diseño de la estrategia de promoción de la cultura exportadora; la preparación de materiales didácticos para las diferentes poblaciones meta; la capacitación de profesores y otros instructores y la ejecución de la campaña de promoción dirigida a estudiantes de educación técnica y superior universitaria, de formación vocacional y al empresariado salvadoreño en general; así como para llevar a cabo una evaluación de este subcomponente”.

La Ley de Creación del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA), aprobada mediante Decreto Legislativo N° 663 de fecha 9 de abril de 2014, publicado en el Diario Oficial N° 93, Tomo N° 403 de fecha 23 de mayo de 2014, se establece:

Art. 4 - Atribuciones, literal b):

“Son atribuciones de PROESA:

b) Diseñar y promover la imagen del país, como destino para la inversión”.

Art. 10 – Atribuciones del Presidente de PROESA, literales a), b) y e):

“Corresponde al Presidente:

a) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de PROESA;

b) Implementar y ejecutar las estrategias de promoción de inversiones, socios público privados y exportaciones e impulsar estrategias para internacionalizar el país;

e) Preparar la agenda de las sesiones”.

El Plan Estratégico Institucional 2015-2019, aprobado en Sesión Ordinaria de Consejo Directivo de PROESA N° 12/2015 de fecha 31 de agosto de 2015, en la Programación Estratégica, establece: “Eje 5: Desarrollo de la Marca país; Resultados, R 5.1: Desarrollada la Estrategia de “Marca País” (El Salvador) a nivel nacional, regional e internacional y establecidos los mecanismos para su sostenibilidad; Indicadores, IVO R5.1A: Marca País lanzada y adoptada por sector público y privado de El Salvador; IVO R5.1B: Plataforma institucional y financiera para el funcionamiento sostenible de la Estrategia Marca País funcionando”.

Asimismo, establece para la Presidencia de PROESA, las acciones a ejecutar para el año de 2015, así: “A.1.1.5.: Impulsar la estrategia Marca País y ...”; además para la

Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo Institucional, le corresponde: "A.5.1.5: Gestión, monitoreo, evaluación y sostenibilidad de estrategia de "Marca País" (El Salvador)".

El Plan Anual Operativo del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA) año 2015, aprobado por el Consejo Directivo de PROESA en Acta número dos del 21 de agosto de 2014, dentro de las metas para la Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo Institucional, establece: "Resultado: 12- Imagen país mejorada en sectores y países clave; Producto o Servicio: Imagen país adoptada por actores clave de sector público y privado; Nombre del Indicador: Estrategia de imagen país (El Salvador) diseñada y lanzada; Meta Anual: 1".

La deficiencia fue ocasionada por los Miembros del Consejo Directivo, Ex Presidente, Presidente y Gerente de Comunicaciones y Mercadeo Institucional, al incumplir la meta "IMAGEN PAÍS" establecida en el Plan Anual Operativo 2015.

Como consecuencia, se generó ineficiente ejecución del presupuesto asignado al Componente IV Programa de Apoyo al Desarrollo Productivo para la Inserción Internacional, Estrategia Imagen País.

COMENTARIOS DE LA ADMINISTRACIÓN:

En nota sin referencia de fecha 8 de diciembre de 2016, la Gerente Legal y Apoderada Legal Administrativa en representación del Presidente, sobre este punto manifiesta lo siguiente: "Es preciso aclarar que el cumplimiento de la meta en mención estaba en función de los resultados de la consultoría "Creación, diseño, planeación, producción y lanzamiento de una estrategia integral de comunicación y mercadeo de Marca País (El Salvador).

Al respecto, atentamente hago de su conocimiento que desde que asumí el cargo de Presidente de PROESA el 24 de junio de 2015, encontré iniciado un proceso de selección de los servicios de la consultoría antes referida y PROESA realizó las gestiones pertinentes ante el Consejo Directivo para concretizar la adjudicación. Sin embargo, por las razones expuestas a ustedes en mi nota de fecha 29 de noviembre del presente año, el 30 de septiembre de 2015 el Consejo Directivo tomó la decisión unánime de anular el proceso SBCC 02/2014 con base a lo dispuesto en el numeral 8.1 de la Solicitud Estándar de Propuestas del BID, asimismo solicitó realizar ajustes a los términos de referencia de la consultoría.

Los beneficios de haber tomado esta decisión trascienden la necesidad de haber dado cumplimiento a la meta antes mencionada, ya que los ajustes a los términos de referencia de la consultoría estarían enfocados en obtener un mayor alcance, pasando de una estrategia de comunicación a una estrategia de Marca País El Salvador, proporcionándole a nuestro país una hoja de ruta para el lanzamiento y difusión de la marca en el corto y mediano plazo y además garantizando que sea elaborada por una firma con experiencia internacional comprobada en casos exitosos de Marcas Países o ciudades, dándole al proceso y a la marca el respaldo internacional para promover al país como un destino para inversión, comercio y turismo.

Hago de su conocimiento que dicha meta se cumplirá en el plazo establecido en el Plan Estratégico Institucional y en el Convenio de Préstamo BID No. 2583 OC-ES; además

destacarle que en el presente año se realizó el concurso público internacional para el diseño de la estrategia "MARCA PAÍS EL SALVADOR", proceso que fue publicado en el Sistema Electrónico de Compras Públicas de El Salvador (COMPRASAL) y en otros medios nacionales e internacionales. Dicho proceso fue adjudicado a la Unión de Personas (UDP) INTERBRAND-DDB, asoció internacional con experiencia en marcas países y ciudades, a la fecha de esta nota existen significativos avances en el proceso que están siendo revisados y avalados por el Consejo Directivo de nuestra institución".

En nota sin referencia de fecha 8 de diciembre de 2016, el Ex Presidente y la Gerente de Comunicaciones y Mercadeo Institucional, manifiestan lo siguiente: "Al respecto, atentamente hago de su conocimiento que para dar cumplimiento a la Ley de creación de PROESA y a los compromisos establecidos con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), desde el año 2014 se realizaron las acciones para el cumplimiento de la meta en referencia, tal como se describen a continuación:

- Publicación de convocatoria para presentar expresiones de interés del Concurso Público Internacional SBCC 02/2014: Servicios de consultoría "Creación, diseño, planeación, producción y lanzamiento de una estrategia integral de comunicación y mercadeo de Marca País (El Salvador)" por medio de COMPRASAL, Development Business y en La Prensa Gráfica. Proceso que se llevó a cabo conforme a las políticas de adquisición del Banco Interamericano de Desarrollo (BID);
- Diseño del Sistema Nacional de Gestión de Marca País El Salvador;
- Talleres de brainstorming para la construcción de Marca País El Salvador "¿Qué es lo que queremos los salvadoreños de la Marca País?", realizados con el sector público y privado;
- Nombramiento de la Comisión Evaluadora de Ofertas;
- Se desarrolló el proceso de selección de los servicios de consultoría "Creación, diseño, planeación, producción y lanzamiento de una estrategia integral de comunicación y mercadeo de Marca País (El Salvador)"

También es importante hacer notar que luego de realizar dichas actividades y el proceso de selección, mencionado anteriormente se presentó ante el Consejo Directivo la recomendación de adjudicación en fecha 30 de septiembre de 2015, fecha en la cual por las razones expuestas a ustedes por el Presidente de PROESA en nota de fecha 29 de noviembre del presente año, el Consejo Directivo tomó la decisión unánime de anular el proceso SBCC 02/2014 con base a lo dispuesto en el numeral 8.1 de la Solicitud Estándar de Propuestas del BID, asimismo solicitó realizar ajustes a los términos de referencia de la consultoría de tal forma que los alcances de la misma, fuesen más integrales basados en los casos exitosos de marcas países y ajustar el perfil de la firma en la cual se especifique que se requiere experiencia comprobable en la construcción de "Marcas Países o Ciudades".

Por lo tanto, el cumplimiento de la meta "Imagen País" requería realizar ajustes a los Términos de Referencia, realizar un nuevo proceso de selección y contratación, así como ejecutar la consultoría que daría como resultado el diseño de la estrategia de Marca País, por lo que el tiempo restante del año auditado no era suficiente para que la institución alcanzará esa meta. No obstante, se hace de su conocimiento que a la fecha de esta

nota ya se encuentra trabajando en el diseño de la estrategia Marca País El Salvador, la Unión de Personas Interbrand-DDB.

Los beneficios de haber tomado esta decisión trascienden la necesidad de haber dado cumplimiento a la meta antes mencionada, ya que los ajustes a los términos de referencia de la consultoría estarían enfocados en obtener un mayor alcance, pasando de una estrategia de comunicación a una estrategia de Marca País El Salvador, proporcionándole a nuestro país una hoja de ruta para el lanzamiento y difusión de la marca en el corto y mediano plazo y además garantizando que sea elaborada por una firma con experiencia internacional comprobada en casos exitosos de marcas países o ciudades, dándole al proceso y a la marca el respaldo internacional para promover al país como un destino para inversión, comercio y turismo.

Hago de su conocimiento que dicha meta se cumplirá en el plazo establecido en el Plan Estratégico Institucional y en el Convenio de Préstamo BID No. 2583 OC-ES; además destacarle que en el presente año se realizó el concurso público internacional para el diseño de la estrategia "MARCA PAÍS EL SALVADOR", proceso que fue publicado en el Sistema Electrónico de Compras Públicas de El Salvador (COMPRASAL) y en otros medios nacionales e internacionales, dicho proceso fue adjudicado a la Unión de Personas (UDP) INTERBRAND-DDB, socio internacional con experiencia en marcas países y ciudades, a la fecha de esta nota existen significativos avances en el proceso, que están siendo revisados y avalados por el Consejo Directivo de nuestra institución.

Con base a los argumentos anteriores, espero haber aclarado las acciones que realizó la institución para el cumplimiento de esta meta y además enfatizar que mi rol en este proceso fue como Gerente de Comunicaciones y Mercadeo Institucional, por lo que realicé las acciones que estaban a mi alcance, según el nombramiento antes citado".

En nota sin referencia de fecha 13 de diciembre de 2016, El Secretario Técnico y de Planificación de la Presidencia de la República, Ministro de Hacienda, Ministro de Economía, Ministro de Obras Públicas, Transporte y de Vivienda y Desarrollo Urbano, Representantes del Sector Académico y Sector Privado, todos Miembros del Consejo Directivo, sobre este punto manifiestan lo siguiente: "Es preciso aclarar que el cumplimiento de la meta en mención estaba en función de los resultados de la consultoría "Creación, diseño, planeación, producción y lanzamiento de una estrategia integral de comunicación y mercadeo de Marca País (El Salvador)".

Al respecto, atentamente hacemos de su conocimiento que para dar cumplimiento a la meta en mención el 23 de diciembre del año 2014 PROESA publicó la convocatoria para presentar expresiones de interés del Concurso Público Internacional SBCC 02/2014: Servicios de consultoría "Creación, diseño, planeación, producción y lanzamiento de una estrategia integral de comunicación y mercadeo de Marca País (El Salvador)" por medio de COMPRASAL, Development Business y en La Prensa Gráfica. Proceso que se llevó a cabo conforme a las políticas de adquisición del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

PROESA presentó ante este Consejo el informe de recomendación de adjudicación el 30 de septiembre de 2015. Este Consejo tomó la decisión unánime de anular el proceso SBCC 02/2014 con base a lo dispuesto en el numeral 8.1 de la Solicitud Estándar de Propuestas del BID y considerando las siguientes razones:

a) Se analizó y discutió ampliamente sobre la construcción de una marca país sostenible en el tiempo para mejorar la imagen que posee El Salvador a nivel internacional,

según los resultados del “Estudio de Imagen y Percepción País El Salvador 2014”, y sobre la importancia de incluir a los diversos sectores de la sociedad, tal como lo hacen países que han tenido éxito en este ámbito. Así también, se hizo énfasis que el proceso de construcción de la marca país, debe de ser liderado desde esta instancia, en una estrecha relación con la Presidencia de la República y los sectores de la sociedad. Además se consideró que en el país no existe experiencia en la construcción de marca país, por lo que es necesario garantizar que la empresa que fuera adjudicada tenga la experiencia comprobable en la creación de marcas países o marcas ciudades;

- b) En ese contexto se consideró necesario que los TDR se orientaran hacia una estrategia de “Marca País El Salvador” cuyos productos no se limiten a la marca, sino que también a los lineamientos estratégicos y la ejecución de los procesos de consenso que incluyan a los diversos sectores de la sociedad salvadoreña, así como un plan de activación, difusión y sostenibilidad en el tiempo de la misma. Y lo más importante que las empresas participantes posean experiencia comprobable en el diseño y ejecución de marcas países o ciudades exitosas. Se evidenció que estos elementos no estaban contemplados en los TDR establecidos para el proceso de selección SBCC 02/2014 por lo que fue necesario solicitar a PROESA que ajustara los TDR e iniciara un nuevo proceso;

Los beneficios de haber tomado la decisión de anular el proceso antes referido trascienden la necesidad de haber dado cumplimiento a la meta en referencia, ya que los ajustes a los términos de referencia de la consultoría estarían enfocados en obtener un mayor alcance, pasando de una estrategia de comunicación a una estrategia de Marca País El Salvador, proporcionándole a nuestro país una hoja de ruta para el lanzamiento y difusión de la marca en el corto y mediano plazo y además garantizando que sea elaborada por una firma con experiencia internacional comprobada en casos exitosos de Marcas Países o ciudades, dándole al proceso y a la marca el respaldo internacional para promover al país como un destino para inversión, comercio y turismo. Hacemos de su conocimiento que dicha meta se cumplirá en el plazo establecido en el Plan Estratégico Institucional de PROESA y en el Convenio de Préstamo BID No. 2583 OC-ES; además destacarle que en el presente año se realizó el concurso público internacional para el diseño de la estrategia “MARCA PAÍS EL SALVADOR”, proceso que fue publicado en el Sistema Electrónico de Compras Públicas de El Salvador (COMPRASAL) y en otros medios nacionales e internacionales. Dicho proceso fue adjudicado a la Unión de Personas (UDP) INTERBRAND-DDB, socio internacional con experiencia en marcas países y ciudades, a la fecha de esta nota existen significativos avances en el proceso que están siendo revisados y avalados por este Consejo Directivo de PROESA”.

En notas sin referencia de fecha 27 de enero de 2017, el Presidente y Ex Presidente de PROESA, el Secretario Técnico y de Planificación de la Presidencia, el Ministro de Hacienda, el Ministro de Obras Públicas, Transporte y de Vivienda y Desarrollo Urbano y la Gerente de Comunicaciones y Mercadeo Institucional manifiestan lo siguiente: “Con respecto a esta situación me complace referir lo siguiente:

A.-Que de acuerdo con el literal b) del artículo cuatro de su Ley de Creación, PROESA tiene como una de sus atribuciones “Diseñar y promover la imagen del país, como destino de la inversión”;

B.-Que en términos de “Imagen País” una de las metas del Plan Anual Operativo de PROESA correspondiente al año dos mil quince, posee como indicador “Estrategia de imagen país diseñada y lanzada”;

C.-Que la meta referida en el literal inmediato anterior, no debe verse de manera aislada pues la misma guarda estrecha relación con el contexto internacional y con otros instrumentos de la gestión pública como el Plan Quinquenal de Gobierno 2014-2019, específicamente con los lineamientos para la promoción y atracción de la inversión privada, los cuales están orientados no sólo al corto sino también al mediano y largo plazo (Anexo 7: CD1).

D.-Que la anulación del proceso SBCC-02/2014 obedece precisamente a que atendiendo criterios de economía, eficiencia y eficacia, fue necesario realinear en términos de corto, mediano y largo plazo el contenido de los TDR originales al contexto internacional y a los lineamientos para la promoción y atracción de la inversión privada contenidos en el Plan Quinquenal de Gobierno 2014-2019, entre otros;

E.-Que si bien no se cumplió la meta citada en el literal B, según los términos plasmados en el Plan Anual Operativo del año dos mil quince, eso no significa que PROESA no haya elaborado estrategias e implementado acciones para promover y mejorar la imagen de nuestro país. Entre las principales estrategias y acciones realizadas en tal sentido durante el año dos mil quince están:

- Talleres de brainstorming para la construcción de Marca País El Salvador “¿Qué es lo que queremos los salvadoreños de la Marca País?”, realizados con el sector público y privado.
- Reuniones de socialización sobre la construcción de Marca País El Salvador.
- Diseño del Sistema Nacional de Gestión de Marca País El Salvador.
- Participación en reunión técnica preliminar para el III Foro Internacional Marca País en Buenos Aires, Argentina.
- Participación en el III Foro Internacional Marca País en Lima, Perú.

(Ver Anexo 8: CD 2).

F.-Que lo expuesto en el literal inmediato anterior se resume con el índice “Doing Bussines” emitido por una institución de reconocido prestigio e independencia como lo es el Banco Mundial, el cual para su elaboración toma en cuenta muchos aspectos de la imagen y percepción que presentan los países a escala mundial. De acuerdo con dicho índice, la situación comparativa de la imagen de nuestro país presenta una mejora significativa, pues en el año 2013 nos ubicamos en la posición 113, en el dos mil catorce en la 109 y en el dos mil quince en la 86 (Anexo 9);

G.-Que dicha mejora significativa de la imagen de nuestro país, también se refleja en el hecho de que, de acuerdo con las cifras del BCR, el monto de inversión extranjera directa cerró en el año dos mil quince con \$ 117 millones más, con respecto a la cifra reportada al cierre del año dos mil catorce (Anexo 9); y,

H.-Que estos logros concretos y sustantivos no hubieran sido posibles si PROESA no hubiera atendido con economía, eficiencia y eficacia la adopción de estrategias y la implementación de acciones que coadyuvaran al cumplimiento de la atribución legal que se refiere a la promoción de la imagen de nuestro país como destino de la inversión.

CONCLUSIÓN:

Con fundamento en la explicación anterior, así como en los documentos que conforman los Anexos Siete, Ocho y Nueve, se considera que el hallazgo No. 1 del Proyecto de

Gestión Operativa ha sido desvirtuado, por lo que es procedente tenerlo por desvanecido.

COMENTARIOS DE LOS AUDITORES:

En relación a los comentarios del Presidente, quien justifica la anulación de la meta en comento, para pasar de una meta estratégica de comunicación a una estrategia marca país, para lo cual según expresa contarán con el respaldo de una firma con experiencia internacional, asegurando que la meta se cumplirá en el plazo establecido en el plan estratégico institucional y el Convenio de Préstamo BID No. 2583 oc –es, por lo que se confirma el incumplimiento en el periodo examinado.

Por su parte el Ex Presidente y Gerente de Comunicaciones y Mercadeo Institucional hacen referencia a diferentes acciones realizadas en relación a esa meta, entre las cuales recomendó al Consejo Directivo la adjudicación del proceso; sin embargo el mismo decidió anularlo para pasar de una estrategia de comunicación a una de marca país El Salvador, por lo que en sus comentarios ratifican que esa meta se cumplirá en el futuro.

De igual forma, los miembros del Consejo Directivo bajo los argumentos ya planteados justifican el incumplimiento a esa meta.

A nuestro juicio los argumentos planteados, no son suficientes para justificar el incumplimiento de la meta señalada, ya que la misma se origina en ejercicios anteriores al periodo auditado, por consiguiente la administración contó con el tiempo necesario para realizar los ajustes pertinentes y convertirla en una estrategia de país, tal cual se ha planteado en sus comentarios.

4. ANÁLISIS DE INFORMES DE AUDITORÍA INTERNA Y EXTERNA

El Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA), cuenta con un Auditor Interno, quien elaboró 6 informes de auditoría relacionados con el periodo examinado; no obstante ninguno de esos informes contiene hallazgos.

Los Informes analizados de Auditoría Interna, fueron los siguientes:

- 1- Informe No. AI-01/2015: Examen del Proceso de Adquisiciones con referencia al 31 de marzo de 2015; Unidades Auditadas: Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional y de Logística y Recursos Humanos, Período Auditado: del primero de enero al treinta y uno de marzo de dos mil quince.
- 2- Informe No. AI-02/2015: Examen del Proceso Financiero con referencia al 30 de junio de 2015; Unidad Auditada: Unidad Financiera Institucional; Período Auditado: del primero de abril al treinta de junio de dos mil quince.

metas institucionales, durante el período comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre de 2015.

7. RECOMENDACIONES DE AUDITORÍA

Este informe no contiene recomendaciones.

El presente informe de auditoría operacional o de gestión al Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA), por el período del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015, se ha elaborado para informar a los funcionarios y servidores actuantes y será de uso exclusivo para la Corte de Cuentas de la República.

San Salvador, 22 de febrero de 2017.

DIOS UNION LIBERTAD


Director de Auditoría Cuatro
Corte de Cuentas de la República.



“ESTA ES UNA VERSIÓN PÚBLICA A LA CUAL SE LE HA SUPRIMIDO LA INFORMACIÓN CONFIDENCIAL O DECLARADA RESERVADA DE CONFORMIDAD CON LA LEY DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA”.

