

# 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**

<b>Entidad Auditada</b>	Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA).
<b>Nombre de la Auditoría:</b>	Auditoría de Gestión.
<b>Período Examinado</b>	Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2015.
<b>Títulos de los Hallazgos:</b>	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 Asociados Público 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, asocio 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 contaran 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.

- 3- Informe No. AI-03/2015: Examen del Proceso de Adquisiciones con referencia al 31 de agosto de 2015; Unidades Auditadas: Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional y de Logística y Recursos Humanos, Período Auditado: del primero de julio al treinta y uno de agosto de dos mil quince.
- 4- Informe No. AI-04/2015: Examen del Proceso Financiero con referencia al 31 de octubre de 2015; Unidad Auditada: Unidad Financiera Institucional, Período Auditado: del primero de septiembre al treinta y uno de octubre de dos mil quince.
- 5- Informe No. AI-05/2015: Examen del Proceso de Inversiones con referencia al 30 de noviembre de 2015; Unidades Auditadas: Unidad de Logística y Recursos Humanos y Unidad de Tecnología de Información, Período Auditado: del primero de enero al treinta de noviembre de dos mil quince.
- 6- Informe No. AI-06/2015: Examen del Proceso de Gestión de Riesgos con referencia al 30 de noviembre de 2015; Unidades Auditadas: Gerencias Institucionales, Período Auditado: del primero de enero al treinta de noviembre de dos mil quince.

En cuanto a las auditorías externas; comprobamos que para la revisión de las operaciones y actividades de la entidad, no se contrató ese servicio, pero si lo hizo para examinar los fondos del Banco Interamericano para el Desarrollo (BID), dicho informe no contiene observaciones; el cual se denominó de la siguiente manera:

- Auditoría a los Estados Financieros por el período del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015 del Programa de Apoyo al Desarrollo Productivo para la Inserción Internacional financiado por el Contrato de Préstamo por el Banco Interamericano para el Desarrollo (BID) No. 2583/OC-ES Componente IV. La que fue ejecutada por GRANT THORNTON Pérez, Mejía, Navas, S.A. de C.V..



## **5. SEGUIMIENTO A LAS RECOMENDACIONES DE AUDITORÍAS ANTERIORES**

El Informe de Auditoría Financiera al Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA), por el período del 01 de enero al 31 de diciembre de 2014, emitido por la Corte de Cuentas de la República, de fecha 04 de octubre de 2016, no reporta recomendaciones, por consiguiente no se generó un seguimiento.

## **6. CONCLUSIÓN GENERAL**

Con base a los resultados de nuestros procedimientos de auditoría, concluimos lo siguiente:

El Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA), a excepción de las condiciones descritas en los resultados de este Informe, gestionó con eficacia, eficiencia y economía los recursos asignados para el cumplimiento de objetivos y

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.**







**CORTE DE CUENTAS DE LA REPÚBLICA**



**MARA PRIMERA DE PRIMERA INSTANCIA DE LA CORTE DE CUENTAS DE LA REPÚBLICA:** San Salvador, a las ocho horas y cuarenta minutos del día nueve de agosto de dos mil diecisiete.

El presente Juicio de Cuentas número **JC-CI-6-2017-3**, ha sido diligenciado con base al **INFORME DE AUDITORIA OPERACIONAL O DE GESTION AL ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR (PROESA), POR EL PERIODO DEL UNO DE ENERO AL TREINTA Y UNO DE DICIEMBRE DEL DOS MIL QUINCE**; practicado por la Dirección de Auditoria Cuatro de ésta Corte; contra los señores: **OTHON SIGFRIDO REYES MORALES**, Presidente de Consejo Directivo de PROESA; **WILLIAM DALTON GRANADINO FLORES**, Ex-Presidente del Concejo Directivo de PROESA; **FRANCISCO ROBERTO LORENZANA DURAN**, Miembro del Concejo Directivo de PROESA y Secretario Técnico y de Planificación de la Presidencia de la República; **JUAN RAMON CARLOS ENRIQUE CACERES CHAVEZ**, conocido por *CARLOS ENRIQUE CACERES CHAVEZ*, Miembro del Concejo Directivo de PROESA y Ministro de Hacienda; **THARSIS SALOMON LOPEZ**, Miembro del Concejo Directivo de PROESA y Ministro de Economía; **MANUEL ORLANDO QUINTEROS AGUILAR**, conocido por *GERSON MARTINEZ*, Miembro del Concejo Directivo de PROESA y Ministro de Obras Públicas, Transporte, Vivienda y Desarrollo Urbano; **ANGELA LORENA DUQUE DE RODRIGUEZ**, Miembro del Concejo Directivo de PROESA y Representante del Sector Académico y **MORENA ILEANA VALDEZ VIGIL**, Gerente de Comunicaciones y Mercadeo; quienes actuaron en la referida entidad, en los cargos y período ya citados.



Han Intervenido en esta Instancia en Representación del Fiscal General de la República, la Licenciada **INGRY LIZEHT GONZALEZ AMAYA**, fs.112; y en su carácter personal los reparados: **OTHON SIGFRIDO REYES MORALES**, fs. 127; **MORENA ILEANA VALDEZ VIGIL**, fs.138; **WILLIAM DALTON GRANADINO FLORES**, fs.217; **MANUEL ORLANDO QUINTEROS AGUILAR**, conocido por *GERSON MARTINEZ* fs. 220; **FRANCISCO ROBERTO LORENZANA DURAN**, fs. 319; **JUAN RAMON CARLOS ENRIQUE CACERES CHAVEZ**, conocido por *CARLOS ENRIQUE CACERES CHAVEZ* y **ANGELA LORENA DUQUE DE RODRIGUEZ**, fs. 343; **THARSIS SALOMON LOPEZ GUZMAN**, fs. 348 y los Licenciados **JOSE MATEO CABRERA ESCALON** e **IRIS MARLENE ORTEGA RAMIREZ**, en su calidad de Apoderados Especiales Judiciales del señor **FRANCISCO ROBERTO LORENZANA DURAN**, fs.373.

**LEIDOS LOS AUTOS; Y  
CONSIDERANDO:**

I- Que con fecha veintiocho de febrero de dos mil diecisiete, esta Cámara recibió el Informe de Auditoría antes relacionado, procedente de la Coordinación General Jurisdiccional de ésta Corte, el cual se dio por recibido según auto de **fs. 110** y se ordenó proceder al análisis del mismo e iniciar el correspondiente Juicio de Cuentas, a efecto de establecer los reparos atribuibles a cada uno de los empleados actuantes, mandándose a notificar al Fiscal General de la República, acto procesal de comunicación que consta a **fs. 111**, todo en apego a lo dispuesto en el Art. 66 de la Ley de la Corte de Cuentas de la República.

II- De conformidad a lo preceptuado en el Art. 67 de la Ley de la Corte de Cuentas de la República y verificado el análisis del Informe de Auditoría, se determinó procedente el establecimiento de Responsabilidad Administrativa de conformidad al Art. 54 de la Ley antes relacionada; emitiéndose el correspondiente Pliego de Reparos, el cual corre agregado a **fs. 117** del presente Juicio.

III- A **fs. 118**, consta la notificación del Pliego de Reparos, efectuada a la Fiscalía General de la República y de **fs. 119** al **126**, los emplazamientos realizados a los señores: **MANUEL ORLANDO QUINTEROS AGUILAR**, conocido por *GERSON MARTINEZ*, **FRANCISCO ROBERTO LORENZANA DURAN**, **WILLIAM DALTON GRANADINO FLORES**, **MORENA ILEANA VALDEZ VIGIL**, **OTHON SIGFRIDO REYES MORALES**, **ANGELA LORENA DUQUE DE RODRIGUEZ**, **THARSIS SALOMON LOPEZ** y **JUAN RAMON CARLOS ENRIQUE CACERES CHAVEZ**, respectivamente.

IV-A **fs. 127**, se encuentra agregado el escrito presentado y suscrito por el Licenciado **OTHON SIGFRIDO REYES MORALES**, quien en lo conducente manifiesta: “Que he sido notificado el día veinte de abril del corriente año, en las instalaciones del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador-PROESA, de Juicio de Cuentas número 006-2017-3 dirigida a mi persona sobre reparo único: Incumplimiento de ‘Meta Imagen País’. Que consta en el Informe de Auditoría Operacional o de Gestión de PROESA, 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, produjo ni lanzó una estrategia integral de comunicación y mercadeo de ‘Marca País’, justificando ese incumplimiento en la creación de una nueva estrategia institucional, la cual no fue implementada en el ejercicio auditado. Considero oportuno mencionar que a través de la presente vengo en carácter personal y como actual Presidente del Consejo Directivo del Organismo Promotor de exportaciones e Inversiones de El Salvador- PROESA, tal y como consta en el Acta número DIEZ, sesión ordinaria 07/2015, celebrada el día veintinueve de junio del año Dos mil quince, a las siete horas con treinta minutos. Por lo que vengo en este acto a presentar la documentación de soporte, relacionada específicamente con la observación antes descrita, en los términos siguientes: Que 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 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). Por otro lado, se rindió un informe de recomendación de adjudicación el día 30 de septiembre del año 2015. El Consejo Directivo de PROESA, 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 apegado a lo establecido en las atribuciones del Consejo Directivo, en su Art. 6 Literal b) de la Ley de Creación de PROESA, que literalmente manifiesta: “Aprobar y modificar los planes de trabajo y la programación financiera de PROESA”...tomando en cuenta lo siguiente: a) Que 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) Que 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 a 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 IDR e iniciara un nuevo proceso; c) Que este ajuste a los TDR debería tener como objetivo cumplir con la meta en referencia reprogramándola, utilizando los recursos financieros del Estado con eficacia y eficiencia enfocados en obtener un mayor alcance? pasando de una estrategia de comunicación a una estrategia de Marca País El Salvador, con 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 ya se cumplió en marzo del año 2017, fecha que se encuentra en el plazo



establecido en el Plan Estratégico Institucional de PROESA y en el Convenio de Préstamo BID No. 2583 OC-ES; para lograr la meta se realizó en el año 2016 un 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, Asocio Internacional con experiencia en marcas países y ciudades""".

A fs. 138 se encuentra agregado el escrito presentado y suscrito por la Licenciada: **MORENA ILEANA VALDEZ VIGIL**, quien en lo conducente manifiesta: ""Me refiero a Responsabilidad Administrativa, relacionada con el Juicio de Cuentas JC CI 006-2017-3 dirigida a mi persona sobre reparo único: "INCUMPLIMIENTO DE META PAIS de la cual he sido notificada el día veinte de abril del corriente año." Y que textualmente dice: "Consta en el Informe de Auditoría 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, produjo ni lanzó una estrategia integral de comunicación y mercadeo de "Marca País", justificando ese incumplimiento en la creación de una nueva estrategia institucional, la cual no fue implementada en el ejercicio auditado." *Es preciso aclarar que el cumplimiento de la meta en mención estuvo 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 a través de la presente vengo a este acto en carácter personal y como actual Directora de Marca País de PROESA, a. presentar la documentación de soporte relacionada al puesto que desempeñé en este proceso como Gerente de Comunicaciones y Mercadeo, en el cual participé, apoye y ejecuté todas las acciones pertinentes a mi cargo, tal y como se detalla en el Perfil del puesto 2015 (Ver Anexo 1) que sobre este tema dice literalmente: "Participar, apoyar y ejecutar la imagen país", y que en notas de fechas 8 de diciembre de 2016 y 27 de enero de 2017 le fueron detalladas a la jefa de equipo y al director de Auditoría Cuatro de su Institución y que expongo nuevamente a continuación: • Proceso de licitación del Concurso Público Internacional SKCC 02/2014: Servicios de Consultoría "Creación, diseño, planeación, producción y lanzamiento de una estrategia integral de comunicación y mercadeo de Marca País (El Salvador), proceso que se llevó a cabo conforme a las políticas de adquisición del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (Ver en anexo 2) • Elaboración de proyecto términos de referencia nuevos para concurso internacional de consultoría Estrategia Marca País El Salvador (Ver Anexo 3) • 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. (VerAnexo4) • Reuniones de socialización para la construcción del Sistema Nacional de Gestión de Marca País El Salvador. (Ver Anexo 4) • Intercambio de experiencia con países exitosos a través de la participación en reunión técnica preliminar para el III Foro Internacional Marca País en Buenos Aires, Argentina. (Ver Anexos) • Intercambio de experiencia con países exitosos a través de la participación en el III Foro Internacional Marca País en Lima, Perú. (Ver Anexo 5) Después de participar en dichas actividades y ser parte del Comité Evaluador del proceso de licitación del Concurso Público Internacional SBCC 02/2014, se presentó ante el Consejo Directivo la

CORTE DE CUENTAS DE LA REPÚBLICA



recomendación de adjudicación en fecha 30 de septiembre del año 2015 (Anexo 6), obedeciendo al Art. 6 literal m) de la Ley de Creación del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (Anexo 7) el cual dice literal que “es atribución del Consejo Directivo celebrar actos, convenios, y contratos con personas naturales o jurídicas, así como con entidades públicas y privadas, nacionales o extranjeras”, atribución que no está vinculada con mi careo ni mis funciones. Dicho 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 apegado a lo establecido en las atribuciones del Consejo Directivo, en su Art 6 Literal b) de la Ley de Creación de PROESA, que literalmente manifiesta: “Aprobar y modificar los planes de trabajo y la programación financiera de PROESA”. además, solicitó realizar ajustes a los términos de referencia de la consultoría de tal forma que los alcances 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”. Dicha decisión debería tener como objetivo cumplir con la meta en referencia, reprogramándola y maximizando los recursos financieros del Estado con eficacia y eficiencia enfocados en obtener un mayor alcance, pasando de una estrategia de comunicación a una estrategia de Marca País El Salvador. Por tanto, los cambios, modificaciones u otra variación que haya realizado en su momento el Consejo Directivo, son vinculantes a las atribuciones que la Ley le otorga a dicho Consejo y no a las funciones de mi cargo. Asimismo, los criterios utilizados por el Equipo de Auditoria incluyen los Subcomponentes del Proyecto de las 4, acciones que fueron ejecutadas y que al incluirlas como criterio indican que a juicio de los auditores, los mismos no fueron cumplidos; La Ley de Presupuesto General para el Ejercicio Financiero Fiscal del año 2015 hace relación a la Presidencia de la República; el Reglamento de la Ley AFI hace referencia a criterios de eficiencia, eficacia y economía, mismos que no están en discusión y su cumplimiento o no, nunca fueron comprobados por el equipo de auditoria; El acta número 14 del Consejo Directivo de PROESA, hace referencia al informe presentado por el Director de Administración y Finanzas, no de mi cargo. Quedando demostrado que los criterios utilizados por los auditores no aplican para el hallazgo al cual se me relaciona. Así también, informarle que dicha meta ya se cumplió en marzo del año 2017, fecha que se encuentra en el plazo establecido en el Plan Estratégico Institucional de PROESA y en el Convenio de Préstamo BID No. 2583 OC-ES; esta meta se logró gracias a las acciones inmediatas que se realizaron posterior a la decisión del Consejo Directivo de anular el proceso, por lo que se inició un nuevo concurso público internacional a finales del año 2015, este duró aproximadamente laño, tiempo considerado promedio para este tipo de proceso, por lo que considerando este punto de partida el criterio del equipo de Auditoria que se contaba con tiempo suficiente, no aplica. Dicho proceso fue adjudicado a la Unión de Personas (UDP) INTERBRAND-DDB, Asocio Internacional con experiencia en marcas países y ciudades (Anexos)””””



A fs. 217, se encuentra el escrito presentado y suscrito por el Licenciado **WILLIAM DALTON GRANADINO FLORES**, quien en lo conducente expresa: “”””Que he sido notificado el día veinte de abril del corriente año, en las instalaciones del Organismo Promotor de

Exportaciones e Inversiones de El Salvador-PROESA, de Juicio de Cuentas número 006-20173 dirigida a mi persona sobre reparo único: incumplimiento de Meta Imagen País”. Que consta en el Informe de Auditoria Operacional o de Gestión de PROESA, 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, produjo ni lanzó una estrategia integral de comunicación y mercadeo de “Marca País”, justificando ese incumplimiento en la creación de una nueva estrategia institucional, la cual no fue implementada en el ejercicio auditado. Es oportuno mencionar que a través de la presente vengo en mi carácter personal y como ex Presidente del Consejo Directivo del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador-PROESA, ya que en fecha veinticuatro de junio de dos mil catorce a las once horas y diez minutos, fui nombrado Presidente del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador, mediante Acuerdo de la Presidencia de la República, número CIENTO VEINTICUATRO emitido por el Presidente de la República, Salvador Sánchez Cerén, en la Ciudad de San Salvador, Departamento de San Salvador, nombramiento publicado en el Diario Oficial número CIENTO QUINCE, del Tomo CUATROCIENTOS TRES del día veinticuatro de junio de dos mil catorce, de conformidad a lo establecido en el artículo cinco inciso primero literal a) e incisos quinto y séptimo; y artículo nueve de la Ley. Cargo que ostente durante el período que comprende del 24 de junio de 2014 al 1 de junio de 2015 respectivamente. Siendo así comprobable que desde el día 16 de junio de 2015 en adelante ya no me encontraba como Presidente de PROESA, por lo tanto, cuando se rindió el informe de recomendación de adjudicación el día 30 de septiembre del año 2015, en la que el Consejo Directivo de PROESA, 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 apegado a lo establecido en las atribuciones del Consejo Directivo, en su Art. 6 Literal b) de la Ley de Creación de PROESA, que literalmente manifiesta: “Aprobar y modificar los planes de trabajo y la programación financiera de PROESA”, ya no me encontraba fungiendo como Presidente de este Organismo. No obstante lo anterior, vengo en este acto a presentar la documentación de soporte, relacionada específicamente con la observación antes descrita, en los términos siguientes: Que 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 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). Por otro lado, se rindió un informe de recomendación de adjudicación el día 30 de septiembre del año 2015. El Consejo Directivo de PROESA, tomó la decisión unánime de anular el proceso SBCC 02/2014, con base a lo dispuesto en el numeral 8.i de la Solicitud Estándar de Propuestas del BID y apegado a lo establecido en las atribuciones del Consejo Directivo, en su Art. 6 Literal b) de la Ley de Creación



CORTE DE CUENTAS DE LA REPÚBLICA



de PROESA, que literalmente manifiesta: "Aprobar y modificar los planes de trabajo y la programación financiera de PROESA"... tomando en cuenta lo siguiente: a) Que 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) Que 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 a 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 reiniciara un nuevo proceso; c) Que este ajuste a los TDR debería tener como objetivo cumplir con la meta en referencia, reprogramándola, utilizando los recursos financieros del Estado con eficacia y eficiencia enfocados en obtener un mayor alcance, pasando de una estrategia de comunicación a una estrategia de Marca País El Salvador, con 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 ya se cumplió en marzo del año 2017, fecha que se encuentra en el plazo establecido en el Plan Estratégico Institucional de PROESA y en el Convenio de Préstamo BID No. 2583 OC-ES; para lograr la meta se realizó en el año 2016 un 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, Asocio Internacional con experiencia en marcas países y ciudades "\*\*\*\*\*".



A fs. 220, se encuentra agregado el escrito presentado y suscrito por el señor **MANUEL ORLANDO QUINTEROS AGUILAR**, conocido por **GERSON MARTINEZ**, quien en lo conducente manifiesta: "Que en el presente juicio de cuentas, he sido notificado del REPARO ÚNICO: INCUMPLIMIENTO DE META IMAGEN PAÍS, deducido sobre la base del 'INFORME DE AUDITORÍA OPERACIONAL O DE GESTIÓN AL ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR (PROESA), POR EL PERÍODO DEL

UNO DE ENERO AL TREINTA Y UNO DE DICIEMBRE DEL DOS MIL QUINCE”, practicado por la Dirección de Auditoría Cuatro de ese máximo ente contralor de las finanzas públicas. Por lo anterior, y estando dentro del término legal conferido en el emplazamiento, vengo a mostrarme parte en mi carácter personal y a responder a dicho reparo en sentido negativo, con los argumentos y documentación siguiente: Según el informe de la referida auditoría, el equipo auditor afirma que comprobó que la Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo Institucional, incumplió la meta “IMAGEN PAÍS” establecida en el Plan Operativo Anual de dos mil quince; 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. Lo anterior, según lo sostiene el equipo auditor, ocasionó una inobservancia al componente IV del Programa d Apoyo al Desarrollo Productivo para la Inserción Internacional, denominado “Fortalecimiento Empresarial y Promoción de Exportaciones e Inversiones” y los subcomponentes 2.07.1 Estrategia de imagen/país, 2.08.2 Programa de Gestores de Inversión, 2.09.3 Herramientas para el desarrollo de sectores de exportación y 2.10.4 Promoción de una Cultura Exportadora Nacional del Contrato de Préstamo BID N.º 2583/OC-ES celebrado entre el Banco Interamericano de Desarrollo y el Gobierno de El Salvador, los artículos 4 literal b) y 10 literales a), b) y e) de la Ley de Creación del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA), el eje 5: Desarrollo de la Marca País A.1 .1.5 y A 5.1.5 del Plan Estratégico Institucional dos mil quince — dos mil diecinueve, 12, Meta anual 1 del Plan Operativo Anual del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA); generando con esto una presunta responsabilidad administrativa, de conformidad al artículo 54 de la Ley de la Corte de Cuentas de la República y su correspondiente consecuencia. Al respecto, el artículo 4 literal b) de la Ley de Creación del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador, estipula que es atribución de PROESA el diseñar y promover la imagen del país como destino para la inversión, y siendo que de conformidad al artículo 10 literal a) de la citada ley, y al artículo 19 del Reglamento de la Ley de Creación del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador, la representación legal, judicial y extrajudicial de dicho ente, le corresponde al PRESIDENTE DE PROESA COMO SU TITULAR, por ende no corresponde al suscrito como miembro del consejo directivo de dicha institución promover la imagen país. Lo anterior se reafirma a la lectura del artículo 10 literal b) de la normativa en comento que otorgo al presidente de PROESA como otra de sus atribuciones la de “implementar y ejecutar las estrategias de promoción de inversión, socios públicos privados y exportaciones e *impulsar estrategias para internacionalizar el país*” (el resaltado es nuestro). Es decir que, el consejo directivo de PROESA conoce de aquellos asuntos que son sometidos a su consideración por el presidente de dicho ente en cumplimiento a lo estipulado por el artículo 10 literal e) de la Ley de Creación del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador que dice: *Art. 10 Corresponde al Presidente: e) Prepararla agenda de las sesiones*. En consecuencia de lo anterior, según consta en la certificación del punto número dos del acta número veintiséis, de fecha veintisiete de julio de dos mil dieciséis, celebrada en sesión ordinaria número 22/2016 relativo a presentación de resultados del Concurso Público Internacional NY 01/2016 PROESA/FANTEL



DISEÑO DE LA ESTRATEGIA “MARCA IMAGEN PAÍS EL SALVADOR”, los miembros del consejo por unanimidad acordamos adjudicar a la Unión de Personas (UDP) INTERBRAND-DDB, asocio internacional con experiencia en marcas países y ciudades, el diseño de la estrategia “MARCA PAÍS EL SALVADOR”. No obstante, lo anterior, el Manual de Descripción de Puestos de Trabajo de PROESA aprobado en sesión ordinaria de Consejo Directivo de PROESA 07/2015 del 29 de junio de 2015, dentro de la descripción del perfil del Gerente de Comunicaciones y Mercadeo Institucional contempla entre las funciones o actividades básicas que le competen a dicho funcionario la de 4. Participar, apoyar y ejecutar la imagen país, por lo que es posible afirmar que es a este -quien depende jerárquicamente del presidente- a quien le compete cumplir la meta imagen país, lo que se ratifica al revisar la estructura organizativa de la institución a través de su organigrama donde se puede verificar que el presidente de PROESA ejerce autoridad lineal sobre el Gerente de Comunicaciones y Mercadeo Institucional. Considero que el suscrito Ministro de Obras Públicas, Transporte y de Vivienda y Desarrollo Urbano no es responsable objetivo del reparo único. La afirmación anterior, se fundamenta en el principio de culpabilidad que recoge nuestra Constitución en su Art. 12, en el sentido que la pena solo puede imponerse a la persona culpable, por consiguiente, no podría imponerse una pena sobre la base de criterios de “responsabilidad objetiva”. Lo cual permite comprender, que, para la imposición de una sanción por infracción de un precepto administrativo, es indispensable que el sujeto haya obrado dolosamente o cuando menos culposamente, es decir que la trasgresión a la norma haya sido querida o se deba a imprudencia o negligencia los servidores en el ejercicio de sus atribuciones legales concedidas. En nuestro ordenamiento jurídico existe suficiente jurisprudencia sobre la aplicación supletoria de principios de materia penal en el ámbito del derecho administrativo sancionador, encontrándose entre estos del *principio de responsabilidad*, al respecto el Código Penal, define y establece en su “Art 4.- *La pena o medida de seguridad no se impondrá si la acción u omisión no ha sido realizada con dolo o culpa. Por consiguiente, queda prohibida toda forma de responsabilidad objetiva. La responsabilidad objetiva es aquella que se atribuye a una persona sin considerar la dirección de su voluntad, sino únicamente el resultado material al que está unido causal o normativamente el hecho realizado por el sujeto. La culpabilidad sólo se determinará por la realización de la acción u omisión.*” La Sala de lo Constitucional reconoce la validez de los argumentos anteriores a través de sentencia definitiva de proceso de inconstitucionalidad Ref. 65-2007, pronunciada a las 09:00 horas del día 20-1-2009, cuando menciona que para declarar al funcionario o empleado público las responsabilidades previstas en la Ley de la Corte de Cuentas de la República, es requisito constitucional ineludible que se le demuestre que actuó con culpa o dolo. Resolviendo sobre este punto, que sólo podrá responsabilizarse al funcionario por hechos propios cometidos con culpa o dolo. De la doctrina antes expuesta por el máximo tribunal de justicia de nuestro sistema, se extrae que para la declaratoria de responsabilidad de cualquier grado y clase, debe ser necesariamente demostrado que el funcionario o empleado ha actuado con dolo o culpa, lo cual en el presente caso no ha quedado establecido, ya que el mismo equipo auditor en el informe que dio pie al presente juicio reconoce que fue la Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo Institucional, la que incumplió la meta “IMAGEN PAÍS” establecida en el Plan Operativo Anual de dos mil quince; ya que no se



*[Firma manuscrita]*

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; ya que como se ha dejado sentado en los párrafos que anteceden la ley de la materia establece que la autoridad competente es el presidente de PROESA junto al Gerente de Comunicaciones y Mercadeo Institucional. OFRECIMIENTO DE PRUEBA Propongo y presento como prueba documental, lo siguiente: 1. Certificación administrativa del Manual de Descripción de Puestos de Trabajo de PROESA aprobado en sesión ordinaria de Consejo Directivo de PROESA 01/2015 del 29 de junio de 2015. 2. Organigrama de PROESA del año 2015. 3. Certificación del punto del acta número dos del acta veintiséis, de fecha veintisiete de julio de dos mil dieciséis, celebrada en sesión ordinaria número 22/2016, emitida por la Secretaría de Actas del Consejo Directivo de PROESA""".

A fs. 319, se encuentra agregado el escrito presentado y suscrito por el Licenciado **FRANCISCO ROBERTO LORENZANA DURAN**, quien en lo conducente manifiesta: ""Que en fecha veinte de abril del presente año, fui notificado de la resolución proveída por esa digna autoridad, a las once horas y veinte minutos del día a diecisiete de marzo de dos mil diecisiete, mediante la cual fui emplazado a efecto de ejercer mi derecho de defensa en el término de quince días hábiles, contados a partir del día a siguiente de verificado dicho emplazamiento; por lo que encontrándome dentro del plazo legal, con base a lo establecido en el art. 68 de la Ley de la Corte de Cuentas de la República, reformulo mi defensa en los siguientes términos: *INCUMPLIMIENTO DE META IMAGEN PAÍS: "Consta en el Informe de Auditoría 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, produjo ni lanzó una estrategia integral de comunicación y mercadeo de "Marca País justificando ese incumplimiento en la creación de una nueva estrategia institucional, la cual no fue implementada en el ejercicio auditado":* Es preciso aclarar que, mediante Acta número dos de fecha 21 de agosto de dos mil catorce, el Consejo Directivo de PROESA de esa época, aprobó el "Plan Anual Operativo del año 2015", estableciéndose dentro de las metas a cumplir para la Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo Institucional el "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". Para el cumplimiento de la citada meta "Imagen País", se proyectó en un inicio la realización de la consultora denominada "Creación, diseño, planeación, producción y lanzamiento de una estrategia integral de comunicación y mercadeo de Marca País (El Salvador)". Así, el 23 de diciembre del año dos mil catorce, 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). En fecha 30 de septiembre de 2015, el Consejo Directivo de PROESA, luego de analizar el informe de recomendación de adjudicación de la Consultoría,



discutió ampliamente sobre lo conveniente de construir una estrategia “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 debía 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 era necesario garantizar que la empresa que fuera adjudicada tuviera la experiencia comprobable en la creación de marcas países o marcas ciudades. He de recalcar que el objetivo principal de la “Estrategia de Imagen País” es la de mejorar la imagen de El Salvador a fin de posicionarlo como un país atractivo para la inversión, el comercio y el turismo. Por lo que, para lograrlo era necesario trazarse una meta más integral y sostenible en el tiempo, orientada a una “Marca País” y no de “Imagen País”, la cual permitiera obtener mayores alcances en relación al posicionamiento de El Salvador a nivel internacional. No debe perderse de vista que una “meta” es el establecimiento de objetivos específicos o proyecciones que, en su conjunto, buscan lograr el objetivo, general. Como es natural, los objetivos específicos pueden ser modificados en la medida que se ejecuten los mismos, ya sea por comprobarse que no están orientados hacia el logro del objetivo principal o que necesitan ser reorientado para favorecer o enriquecer el logro de este último. Para el caso particular, como bien se ha mencionado, la estrategia de “Marca País” vino a modificar tácitamente el Plan Anual Operativo 2015, en el sentido que la meta inicialmente proyectada como “Imagen País” fue reorientada a efecto de fortalecer y enriquecer el objetivo principal planteado, constituyéndose así la Estrategia de “Marca País” que permitiría a nuestro país una hoja de ruta para el lanzamiento y difusión de la marca en el cono y mediano plazo, y con respaldo internacional para promover al país como un destino para la inversión, comercio y turismo. En ese sentido, el referido Consejo Directivo, en esa misma fecha 30 de septiembre de 2015, tomó la decisión unánime de anular el proceso SBCC 02/20 14, con base a las consideraciones antes expuestas y de acuerdo a lo dispuesto en el numeral 8.1 de la Solicitud Estándar de Propuestas del BID; considerándose además, que previo a realizar un nuevo proceso de selección y contratación de la Consultoría, debían de acomodarse los TDR hacia una estrategia de “Marca País El Salvador”, cuyos productos no solo se limitarían a la marca, sino que también a los lineamientos estratégicos y a 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 poseyeran experiencia comprobable en el diseño y ejecución de marcas países o ciudades exitosas. Hago de su conocimiento que, en el año 2016, se llevó a cabo 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 (UIIP) INTERBRAND-DDB, socio internacional con experiencia en marcas países y ciudades. De manera que la meta “Marca País” fue cumplida en el mes de marzo del presente año, fecha que se encuentra en el plazo establecido en el Plan



8

Estratégico Institucional de PROESA 2015- 2019 y en el Convenio de Préstamo BID No. 2583 OC-ES. Adjunto copia certificada del proceso de selección y contratación. De lo antes expuesto, puede corroborarse que el Consejo Directivo de PROESA si realizó todas las gestiones necesarias para el cumplimiento de la meta inicial de "Imagen País" que luego fue modificada por la meta "Marca País", y que de igual forma efectuó todas las gestiones para el cumplimiento de ésta última. Asimismo, he de aclarar que la no realización de la meta "Marca País" en el año 2015, no cansó ningún efecto negativo en los resultados obtenidos en el Plan Anual Operativo de ese año, ni en el Plan Estratégico Institucional 2015-2019. Por lo que, no existiendo afectación alguna no puede ser sujeto de reparo. OFRECIMIENTO DE MEDIOS DE PRUEBA: En atención a lo dispuesto en el art. 68 de la Ley de Corte de Cuentas de la República, ofrezco y determino la siguiente prueba documental: o Certificación del punto número DOS, del Acta número CATORCE, celebrada el día 30 de septiembre de 2015, en la que se hace constar que los Miembros del Consejo Directivo, de manera unánime, acordaron anular el proceso SBCC 02/2014, denominado "Creación, Diseño, Planeación, Producción y Lanzamiento de una Estrategia Integral de Comunicación y Mercado de Marca País (El Salvador)", y se solicitó ajustar y ampliar los términos de referencia de la citada consultoría de acuerdo a la estrategia de "Marca País". • Certificación del punto número TRES ,del Acta Número QUINCE, celebrada el día 28 de octubre de 2015, mediante la cual se hace constar que el Consejo Directivo de PROESA acordó por unanimidad aprobó los términos de referencia de los servicios para el diseño y ejecución de la "Estrategia de Marca País El Salvador" y se inicie el nuevo proceso de selección y contratación para la adjudicación de la consultoría "Creación, Diseño, Planeación, Producción y Lanzamiento de una Estrategia Integral de Comunicación y Mercado de Marca País (El Salvador)". Certificación del punto número DOS, del Acta Número VEINTISEIS, celebrada el día 27 de julio de 2016, mediante la cual se hace constar que los miembros del Consejo Directivo de PROESA acordaron por unanimidad adjudicar al oferente UDP INTERBRAND-DDB en forma total el Concurso Público Internacional No. 01/2016 PROESA/FANTEL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA "MARCA PAÍS EL SALVADOR"\*\*\*\*\*.

A fs. 325, Se encuentra agregado el escrito presentado y suscrito por el Licenciado **JUAN RAMON CARLOS ENRIQUE CACERES CHAVEZ**, conocido por **CARLOS ENRIQUE CACERES CHAVEZ**, quien en lo conducente manifiesta: ""Que he sido notificado a los ocho días del presente mes y año, del Pliego de Reparos emitido a las once horas y veinte minutos del día diecisiete de marzo de este año, y se me emplaza para que en el término de quince días hábiles, para que ejerza mi derecho de defensa, contados a partir del día siguiente de verificado dicho emplazamiento, de conformidad a lo regulado en los artículos 67y 68 de la Ley de la Corte de Cuentas de la República. 2- Que la respuesta al reparo realizado por ese ente contralor, se ha preparado en forma conjunta con todos los miembros de dicho Consejo Directivo de PROESA, que contiene los comentarios, explicaciones y documentación de soporte, relacionados específicamente con la observación antes descrita, en los términos siguientes: 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; e) Que este ajuste a los TDR debería tener como objetivo cumplir con la meta en referencia, haciendo énfasis en utilizar los recursos financieros del Estado con eficacia y eficiencia 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. III- Hago de su conocimiento que dicha meta ya se cumplió en marzo del año 2017, fecha que se encuentra en el plazo establecido en el Plan Estratégico Institucional de PROESA y en el Convenio de Préstamo BID No. 2583 OC-ES; para lograr la meta se realizó en el año 2016 un 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



4

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. Con los argumentos presentados y la prueba que se aportará en la etapa correspondiente del presente proceso administrativo, deberá tenerse por desvirtuado el resultado preliminar que se ha sido señalado a todos y cada uno de los miembros del Consejo Directivo de PROESA. Por medio de resolución emitida a las once horas y cuatro minutos del día diecinueve de junio de dos mil diecisiete, se tuvo por parte a los funcionarios arriba relacionados y por agregada la documentación aportada.

A fs. 343, Se encuentra agregado el escrito presentado y suscrito por la Ingeniero **ANGELA LORENA DUQUE DE RODRIGUEZ**, quien en lo conducente manifiesta: *“Que consta en el Informe de Auditoria Operacional o de Gestión de PROESA, 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, produjo ni lanzó una estrategia integral de comunicación y mercadeo de “Marca País”, justificando ese incumplimiento en la creación de una nueva estrategia institucional, la cual no fue implementada en el ejercicio auditado. Considero oportuno mencionar que a través de la presente vengo en carácter personal y como miembro del Consejo Directivo del Organismo Promotor de exportaciones e Inversiones de El Salvador-PROESA, tal y como consta en el Acta número DIEZ, sesión ordinaria 01/2015, celebrada el día veintinueve de junio del año Dos mil quince, a las siete horas con treinta minutos. Por lo que vengo en este acto a presentar la documentación de soporte, relacionada específicamente con la observación antes descrita, en los términos siguientes: Que 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 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). Por otro lado, se rindió un informe de recomendación de adjudicación el día 30 de septiembre del año 2015. El Consejo Directivo de PROESA, 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 apegado a lo establecido en las atribuciones del Consejo Directivo, en su Art. 6 Literal b) de la Ley de Creación de PROESA, que literalmente manifiesta: “Aprobar y modificar los planes de trabajo y la programación financiera de PROESA”...tomando en cuenta lo siguiente: a) Que 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) Que 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 a 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; c) Que este ajuste a los TDR debería tener como objetivo cumplir con la meta en referencia, reprogramándola, utilizando los recursos financieros del Estado con eficacia y eficiencia enfocados en obtener un mayor alcance, pasando de una estrategia de comunicación a una estrategia de Marca País El Salvador, con 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 ya se cumplió en marzo del año 2011, fecha que se encuentra en el plazo establecido en el Plan Estratégico Institucional de PROESA y en el Convenio de Préstamo BID No. 2583 OC-ES; para lograrla meta se realizó en el año 2016 un 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, Asocio Internacional con experiencia en marcas países y ciudades"".

A fs. 358, se encuentra agregado el escrito presentado y suscrito por el señor **THARSIS SALOMON LOPEZ GUZMAN**, que en lo conducente manifiesta: ""Que según consta en auto de las once horas y cuatro minutos del día diecinueve del presente mes y año, se me declara REBELDE por no haber hecho uso de mi derecho de defensa, por lo que vengo a esta Cámara a mostrarme parte en el referido Juicio de Cuentas, en relación a la Auditoría efectuada en el periodo del uno de enero al treinta y uno de diciembre del año dos mil quince, en el que fungí como miembro del Consejo Directivo del Organismo Promotor de Exportación e Inversiones de El Salvador, PROESA, y de conformidad a lo establecido en el artículo 68 de la Ley de la Corte de Cuentas de la República, en el momento oportuno presentaré las pruebas pertinentes""". Por medio de resolución emitida a las nueve horas y quince minutos del día veintinueve de junio de dos mil diecisiete, fs.359, se tuvo por interrumpida la rebeldía

decretada a través del auto de fs. 328 y se ordenó tener y por parte en el presente proceso a los peticionarios.

A **fs. 373**, se encuentra agregado el escrito presentado y suscrito por los Licenciados **JOSE MATEO CABRERA ESCALON** e **IRIS MARLENE ORTEGA RAMIREZ**, quienes en lo conducente manifiestan: ""Que somos Apoderados Especiales Judiciales con Cláusula Especial del señor FRANCISCO ROBERTO LORENZANA DURÁN, de generales conocidas en el presente Juicio de Cuentas, tal como lo probamos con fotocopia certificada por notario de Poder Especial Judicial con Cláusula Especial, otorgado en la ciudad de San Salvador, a las nueve horas con treinta minutos del día veintiocho de junio de dos mil diecisiete, otorgado por FRANCISCO ROBERTO LORENZANA DURÁN, a favor de Iris Marlene Ortega Ramírez, y delegado a favor de José Mateo Cabrera Escalón, para que ambos actúen conjunta o separadamente. En ese sentido, venimos a mostrarnos parte como apoderados del señor FRANCISCO ROBERTO LORENZANA DURÁN, en el presente Juicio de Cuentas"". Por medio del auto de fs. 383, se tuvo por parte a los referidos profesionales en la calidad antes indicada.

V- A través de la resolución de **fs. 328** se concedió audiencia a la Fiscalía General de la República, por el término legal, conforme al Art. 69 de la Ley de la Corte de Cuentas de la República, la cual fue evacuada a **fs. 358**, por la Licenciada **INGRY LIZEHT GONZALEZ AMAYA**, quien en lo conducente manifiesta: ""Que he sido notificada de la resolución de las once horas y cuatro minutos del día diecinueve de junio de dos mil diecisiete, por medio de la cual se concede audiencia a la Representación Fiscal, la cual evacuo en los términos siguientes: La Responsabilidad Administrativa se determinó mediante el reparo siguiente: REPARO UNICO RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA Incumplimiento de meta imagen País Los Reparados: Othon Sigfrido Reyes Morales, William Dalton Granadino Flores, Francisco Roberto Lorenzana Duran, Juan Ramón Carlos Enrique Cáceres Chávez, y Morena Ileana Valdés Vigil, presentan escrito en el que manifiestan: Aclaran que el cumplimiento de la meta en mención estaba en función de la consultoría "Creación, diseño, planeación, producción y lanzamiento de una estrategia integral de comunicación y mercadeo de Marca País" (El Salvador). Se llevó a cabo el proceso convocando para que se presentaron las expresiones de interés conforme a las políticas del BID, rindiendo informe al concejo Directivo de PROESA y se anuló el proceso SBCC.02/2014, debido a que se analizó y discutió la construcción de una marca país sostenible en el tiempo para mejorar la imagen que posee El Salvador a nivel internacional, tomando en consideración que el proceso debe ser liderado por esa instancias y con diferentes sectores de la sociedad, por lo que a empresa que lo realice debe tener experiencia en la creación de marcas países de ciudades exitosas, cuyos productos no se limiten a marca sino a lineamientos estratégicos en la ejecución de los procesos de consenso que incluyan diversos sectores de la sociedad, debiendo ser elaborada por una marca de respaldo internacional para promover al país como un destino para inversión, comercio y turismo. Confirmando que dicha

CORTE DE CUENTAS DE LA REPÚBLICA



meta país se cumplió en marzo de 2017, fecha que se encuentra en el Plan Estratégico de PROESA y convenio de préstamo del BID y fue adjudicado a la Unión de Personas (UDP) INTERBRAND-DDB, Asocio internacional con experiencia en marcas países y ciudades. Por lo que, no habiendo afectación alguna, no pueden ser sujeto de reparo y solicitan se les resuelva favorablemente respecto a este Informe de Auditoría. EL Señor William Dalton Granadino Flores, además de las explicaciones arriba expuestas manifiesta: que de conformidad a Acuerdo de la Presidencia de la Republica, numero CIENTO VEINTICUATRO, emitido por el Presidente de la República, Salvador Sánchez Cerén, en la ciudad de San Salvador, Departamento de San Salvador, nombramiento publicado en el Diario Oficial número 115 del tomo 403 del día 24 de junio de 2014, cargo que ostentó durante el periodo que comprende del 24 de junio de 2014 al 15 de junio de 2015 respectivamente, siendo comprobable que desde el día 16 de junio de 2015 en adelante ya no me encontraba como Presidente de PROESA, por lo tanto cuando se rindió el informe de recomendación y adjudicación el día 30 de septiembre de 2015, en la que el Concejo Directivo de PROESA, tomó la decisión unánime de anular el proceso SBCC.02/2014, ya no se encontraba fungiendo como presidente de ese organismo. EL Señor Manuel Orlando Quinteros Aguilar, conocido como Gerson Martínez, además de las explicaciones arriba expuestas manifiesta: que en base al Manual de Descripción de puestos de trabajo de PROESA, dentro de la descripción de perfil del Gerente de Comunicaciones y mercadeo Institucional contempla a dicho funcionario la de participar, apoyar y ejecutar la imagen país, por lo que afirma que a este le corresponde cumplir con la meta país y a través de su organigrama se verifica que el Presente de PROESA ejerce autoridad lineal sobre el Gerente de Comunicaciones y mercadeo Institucional. Por lo que considera que el Ministro MOPTVDU, no es responsable de este reparo, no hay responsabilidad objetiva y relaciona jurisprudencia al respecto. Siendo competencia del presidente y Gerente de Comunicaciones y Mercadeo Institucional de PROESA, la implementación de la marca país cuestionada. Los Señores: Tharsis Salomón López y Ángela Lorena Duque de Rodríguez, según resolución de las once horas y cuatro minutos del día diecinueve de junio de dos mil diecisiete, fueron declarados rebeldes, en virtud que no hicieron uso del derecho de defensa constitucionalmente otorgado. Siendo criterio de la Representación Fiscal que es pertinente se declare la Responsabilidad Administrativa a favor del Estado de El Salvador. La Representación Fiscal de conformidad a las explicaciones y pruebas aportadas por los reparados, soy del criterio que se confirma que las observaciones realizadas por el equipo fiscalizador, en efecto se dieron en el periodo auditado, debido a que la Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo de PROESA incumplió la meta "IMAGEN PAIS", la cual se encontraba contenida en el Plan Anual Operativo 2015, y señalándose que no se creó, diseño, planeó, produjo, ni lanzo una estrategia integral de comunicación y mercadeo de dicha marca, tratando de justificar el incumplimiento con la creación de una nueva estrategia general, comprobándose que no fue implementada en el periodo auditado. Por lo que considero que después de analizar cada uno de los argumentos con las pruebas presentadas, existió una inobservancia a la ley, al no dar cumplimiento en tiempo a la a meta IMAGEN PAIS, en el periodo establecido en el PAO, siendo responsables cada uno de los miembros del Concejo Directivo por la toma de decisiones en lo relativo a la meta incumplida, así como también la Gerente de

Comunicaciones de PROESA, encontrándose todos dentro del periodo cuestionado. Siendo pertinente se declare la inobservancia a la Ley y se imponga la multa en concepto de responsabilidad administrativa a favor del Estado de El Salvador. Para concluir es importante la observancia y aplicabilidad por parte de los reparados a lo prescrito en el artículo 24 de La Ley de la Corte de Cuentas de la República en lo que respecta a las normas y políticas a seguir por las entidades públicas, el cual establece: "que para regular el funcionamiento del Sistema expide de carácter obligatorio las normas técnicas de control interno que sirve como marco básico para que las entidades del sector público y sus servidores controlen la organización y administración de las operaciones a su cargo". La anterior normativa relacionada con el Art. 26 del mismo cuerpo legal que dice: "que cada entidad y organismo del sector publico establecerá su propio sistema de control interno financiero y administrativo "PREVIO", concurrente y posterior, para tener y proveer seguridad razonable, en el cumplimiento de sus objetivos con eficiencia, efectividad y economía, en la transparencia de la gestión; en la confiabilidad de la información; en la observancia de las normas aplicables. Asimismo, es claro el artículo 54 de la Ley de la Corte de Cuentas al definir la Responsabilidad Administrativa, ya que esta se dará por inobservancia de las disposiciones legales y reglamentarias y por incumplimiento de sus atribuciones en su actuación en la Institución. Lo anterior relacionado con el Art. 61 de la referida ley que establece: Que serán responsables no solo por sus acciones sino cuando dejen de hacer lo que les obliga la ley o las funciones de su cargo""". Mediante la resolución de fs. 359, se concedió nuevamente audiencia a la Fiscalía General de la República, por el término legal conforme al Art. 69 Inc. Final de la Ley de la Corte de Cuentas de la República, a efecto de que se pronunciara respecto a los argumentos expuestos por los reparados Ángela Lorena Duque de Rodríguez y Tharsis Salomón López Guzmán y en cuanto a la documentación aportada por la primera mencionada; audiencia que fue evacuada a **fs. 365** por la **Licenciada González Amaya**, quien en lo conducente expone: ""Que he sido notificada de la resolución de las nueve horas y quince minutos del día veintinueve de junio de dos mil diecisiete, por medio de la cual se concede audiencia a la Representación Fiscal, la cual evacuo en los términos siguientes: La Responsabilidad Administrativa se determinó mediante el reparo siguiente: REPARO UNICO RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA Incumplimiento de meta imagen País Los Reparados: Tharsis Salomón López y Ángela Lorena Duque de Rodríguez, presentan escrito en el que manifiestan: El primero de los reparados manifiesta que interrumpe la rebeldía declarada y que en el momento procesal oportuno presentara las pruebas pertinentes. La Segunda reparada manifiesta: Que el cumplimiento de la meta mencionada 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. Se llevó a cabo el proceso convocando para que se presentaron las expresiones de interés conforme a las políticas del BID, rindiendo informe al Concejo Directivo de PROESA y se anuló el proceso SBCC.02/2014, debido a que se analizó y discutió la construcción de una marca país sostenible en el tiempo para mejorar la imagen que posee El Salvador a nivel internacional, tomando en consideración que el proceso debe ser liderado por esa instancias y con diferentes sectores de la sociedad, por lo que a empresa que lo realice debe tener experiencia en la creación de maltas países de ciudades



exitosas, cuyos productos no se limiten a marca sino a lineamientos estratégicos en la ejecución de los procesos de consenso que incluyan diversos sectores de la sociedad, debiendo ser elaborada por una marca de respaldo internacional para promover al país como un destino para inversión, comercio y turismo. Confirmando que dicha meta país se cumplió en marzo de 2017, fecha que se encuentra en el Plan Estratégico de PROESA y convenio de préstamo del BID y fue adjudicado a la Unión de Personas (UDP) INTERBRAND-DDB, Asocio internacional con experiencia en marcas países y ciudades. Por lo que solicita se resuelva favorablemente respecto al presente informe de auditoría. La Representación Fiscal después de tener a la vista los argumentos presentados por los reparados, en primer lugar ratifico la opinión emitida en fecha veintitrés de junio de dos mil diecisiete y en segundo lugar después de analizar los argumentos presentados por la reparada, considero que existió una inobservancia a la ley, al no dar cumplimiento en tiempo a la meta IMAGEN PAIS, en el periodo establecido en el PAO, siendo responsables cada uno de los miembros del Concejo Directivo por la toma de decisiones en lo relativo a la meta incumplida, así como también la Gerente de Comunicaciones de PROESA, encontrándose todos dentro del periodo cuestionado. Siendo pertinente se declare la inobservancia a la Ley y se imponga la multa en concepto de responsabilidad administrativa a favor del Estado de El Salvador. Para concluir es importante la observancia y aplicabilidad por parte de los reparados a lo prescrito en el artículo 24 de La Ley de la Corte de Cuentas de la República en lo que respecta a las normas y políticas a seguir por las entidades públicas, el cual establece: "que para regular el funcionamiento del Sistema expide de carácter obligatorio las normas técnicas de control interno que sirve como marco básico para que las entidades del sector público y sus servidores controlen la organización y administración de las operaciones a su cargo". La anterior normativa relacionada con el Art. 26 del mismo cuerpo legal que dice: "que cada entidad y organismo del sector publico establecerá su propio sistema de control interno financiero y administrativo "PREVIO", concurrente y posterior, para tener y proveer seguridad razonable, en el cumplimiento de sus objetivos con eficiencia, efectividad y economía, en la transparencia de la gestión; en la confiabilidad de la información; en la observancia de las normas aplicables. Asimismo, es claro el artículo 54 de la Ley de la Corte de Cuentas al definir la Responsabilidad Administrativa, ya que esta se dará por inobservancia de las disposiciones legales y reglamentarias y por incumplimiento de sus atribuciones en su actuación en la Institución. Lo anterior relacionado con el Art. 61 de la referida ley que establece: Que serán responsables no solo por sus acciones sino cuando dejen de hacer lo que les obliga la ley o las funciones de su cargo". Por medio de la resolución de fs. 367, se tuvo por evacuada la última audiencia conferida y se ordenó traer el presente Juicio de Cuentas para Sentencia.



VI- Luego de analizadas las explicaciones brindadas, documentación aportada y la opinión fiscal, ésta Cámara se **PRONUNCIA** de la siguiente manera respecto a la **Responsabilidad Administrativa** contenida en el **REPARO UNICO**, bajo el Título: **"INCUMPLIMIENTO DE META IMAGEN PAIS"**. En relación a que *la Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo Institucional, incumplió la meta "IMAGEN PAÍS"*,

establecida en el Plan Anual Operativo dos mil quince; 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. Reparos atribuidos a los señores Licenciado **OTHON SIGFRIDO REYES MORALES**, Presidente del Concejo Directivo de PROESA; Licenciado **WILLIAM DALTON GRANADINO FLORES**, Ex presidente del Concejo Directivo de PROESA; Licenciado **FRANCISCO ROBERTO LORENZANA DURAN**, Miembro del Concejo Directivo de PROESA, Secretario Técnico y de Planificación de la Presidencia de la República; Licenciado **JUAN RAMON CARLOS ENRIQUE CACERES CHAVEZ**, Miembro del Concejo Directivo PROESA y Ministro de Hacienda; Señor **THARSIS SALOMON LOPEZ**, Miembro del Concejo Directivo de PROESA y Ministro de Economía; Señor **MANUEL ORLANDO QUINTEROS AGUILAR**, conocido por **GERSON MARTINEZ**, Miembro del Concejo Directivo de PROESA y Ministro de Obras Públicas, Transporte, Vivienda y Desarrollo Urbano; Ingeniera **ANGELA LORENA DUQUE DE RODRIGUEZ**, Miembro del Concejo Directivo de PROESA, Representante del Sector Académico y Licenciada **MORENA ILEANA VALDEZ VIGIL**, Gerente de Comunicaciones y Mercadeo. Sobre lo cuestionado los reparados *Othon Sigfrido Reyes Morales, Morena Ileana Valdez Vigil, Juan Ramón Carlos Enrique Cáceres Chavez, William Dalton Granadino Flores, Manuel Orlando Quinteros Aguilar, conocido por Gerson Martínez, Francisco Roberto Lorenzana Duran, Ángela Lorena Duque de Rodríguez*, ejercen su defensa de forma separada, pero en identidad de argumentos, indicando que el cumplimiento de la meta en referencia se encontraba 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)", indicando entre otros aspectos que con el fin de cumplir la meta el veintitrés de diciembre de dos mil catorce, 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 Presan Grafica, cuyos procesos se efectuaron conforme a las Políticas de Adquisición del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Por otro lado, siguen argumentando que el Consejo Directivo de PROESA por unanimidad decidió anular el proceso SBCC 02/2014 con base a lo dispuesto en el numeral 8.1 de la Solicitud Estándar de Propuesta del BID y apegado a lo establecido en las atribuciones del Consejo Directivo, lo cual fue por recomendación de un informe de adjudicación del día treinta de septiembre de dos mil quince, relacionando en su libelo las diferentes puntos en análisis efectuados para realizar la anulación, entre los cuales citan en primer lugar que fue analizada y discutida ampliamente la construcción de una marca país sostenible en el



tiempo para el mejoramiento de la imagen de El Salvador; en segundo lugar, se consideró que los Términos de Referencia (TDR) se orientaran a una estrategia de “Marca País El Salvador”, cuyos productos no estuvieran limitados a la marca, sino a los lineamientos estratégicos y ejecución de procesos que incluyeran a diferentes sectores de la sociedad, lo cual aseguran no estaba comprendido en los TDR del proceso de selección SBCC 02/2014; y como tercer lugar que los ajustes efectuados a los TDR tuvieran como objetivo cumplir con la meta cuestionada en el reparo, reprogramándola y utilizando los recursos financieros del Estado con eficacia y eficiencia; en ese orden de ideas, sostienen que la meta fue cumplida en marzo de dos mil diecisiete, fecha que se encuentra establecida en el plazo establecido en el Plan Estratégico Institucional de PROESA y en el Convenio de Préstamo BID N° 2583 OC-ES, indicando que fue adjudicado el proceso de diseño de Marca País El Salvador a la Unión de Personas (UDP INTERBRAND-DDB, Asocio Internacional con experiencia en marcas países y ciudades. Por otra parte, el reparado Granadino Flores, además de lo expuesto, arguye a su defensa de forma adicional que desde el dieciséis de junio de dos mil quince ya no fungió como Presidente de PROESA, relacionado en su libelo el Acuerdo por medio del cual ceso en dicha función y el servidor *Quinteros Aguilar, conocido por Gerson Martínez*, agrega además a su defensa que la responsabilidad recae en el Gerente de Comunicaciones y Mercadeo Institucional de acuerdo al Manual de Descripción de Puestos de Trabajo de PROESA, aprobado en Sesión Ordinaria por el Consejo Directivo de PROESA 07/2015 el veintinueve de junio de dos mil quince, quien depende jerárquicamente del Presidente de PROESA, el cual ejerce una autoridad lineal sobre el citado cargo. Como descargo aportan la documentación de fs. 131 al 137; 140 al 216; 224 al 318; 322 al 324; y 347 al 357. Por otro lado, el reparado **Tharsis Salomón López**, en su libelo únicamente se limitó a mostrarse parte e interrumpir la rebeldía decretada. De igual manera los Licenciados **José Mateo Cabrera Escalón e Iris Marlene Ortega Ramírez**, Apoderados General Judicial del reparado *Lorenzana Duran*, únicamente se mostraron parte en tal calidad, no obstante, cabe señalar que su representado ya había esgrimido argumentos al mostrarse parte de manera personal con anterioridad. Al respecto el **Ministerio Público Fiscal**, al brindar su opinión de mérito hace referencia a cada una de las explicaciones vertidas por los reparados, indicando que después de analizadas las explicaciones y pruebas aportadas por los reparados, es del criterio que la responsabilidad atribuida se confirma, debido a que existió inobservancia al no dar cumplimiento a la meta Imagen País establecida en el PAO, afirmando en esos términos que son responsables cada uno de los miembros del Consejo Directivo por la toma de decisiones; por lo que solicita se imponga la multa respectiva. Concatenado con lo anterior **ésta Cámara**, determina que las explicaciones brindadas por los reparados y la prueba aportada a fs. 131 y siguientes consistente en certificaciones del Punto de Acta Numero Uno contenido en el Acta Número Catorce de



la Sesión Ordinaria N° 11/2015 llevada a cabo a la quince horas y treinta minutos del día treinta de septiembre de dos mil quince; Punto de Acta Numero Uno, contenido en el Acta Número Diez de la Sesión Ordinaria N° 07/2015, celebrada a las siete horas y treinta minutos del día veintinueve de junio de dos mil quince; Punto Numero Dos contenido en el Acta Numero Veintiséis de la Sesión Ordinaria N° 22/2016 de fecha veintisiete de julio de dos mil dieciséis; publicaciones de Periódicos, entre otros; demuestra acciones concretas tomadas por la administración con el objeto de corregir y orientar la estrategia delimitada en el Plan Anual Operativo (PAO), cuyo objetivo era consolidar y englobar de forma general en los Servicios de Consultoría "Creación, Diseño, Planeación, Producción y Lanzamiento de una Estrategia Integral de Comunicación y Mercadeo de Marca País (El Salvador)", que comprendía de una manera general la meta Imagen País proyectada en el Plan Operativo Anual, ya que en dichos acuerdos se establece, en el primero que realizaron ajustes a los términos de referencia de la consultoría mencionada, en el aspecto que tuviera alcances integrales basados en casos exitosos de marcas países y realizar ajustes en el perfil de la firma especificándose la necesidad de experiencia en la construcción de Marcas Países a diferencia de las actuales, que se encontraban enfocadas a la experiencia en la construcción de marcas de entidades públicas y privadas a nivel nacional e internacional, propuesta que sería revisada, ajustada y aprobada por los miembros del Consejo Directivo; en el segundo se delimita claramente la potestad administrativa del Consejo Directivo, el cual dentro de los diferentes puntos aprobados contemplan aprobar las bases de licitación o concurso, adjudicar y suscribir contratos de licitación o concurso relativos a contratación de servicios y suministros necesarios para el funcionamiento de la entidad, entre los cuales se encuentran la contratación de los servicios de publicidad para PROESA y el tercero relativo a la adjudicación efectuada por los miembros del Consejo Directivo al oferente UDP INTERBRAND-DDB en forma total el concurso Público Internacional N° 01/2016 PROESA/FANTEL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA "MARCA PAIS EL SALVADOR", documentos que para los Suscritos demuestran de forma suficiente que la meta programada en el PAO, no fue cumplida durante el periodo auditado por los reparados debido a que se realizaron ajustes a los términos de referencia, cuya consultoría de "Creación, Diseño, Planeación, Producción y Lanzamiento de una Estrategia Integral de Comunicación y Mercadeo de Marca País " se orientara a una estrategia de "Marca País El Salvador", donde los productos no estuvieran limitados a la marca, sino a los lineamientos estratégicos y ejecución de procesos que incluyeran a diferentes sectores de la sociedad, lo cual no estaba comprendido en los TDR del proceso de selección SBCC 02/2014, por lo que es atendible lo expuesto por los reparado que la no ejecución de la marca país en el periodo auditado se debió a factores externos a su voluntad; sin embargo, queda demostrado que esta se ejecutó de una forma más amplia y abarcando diferentes aspectos generales de sectores de la sociedad, lo



CORTE DE CUENTAS DE LA REPÚBLICA



cual constituye un elemento suficiente para concluir con base al Art. 69 Inc. 1° de la Ley de la Corte de Cuentas de la República, que **el Reparó no subsiste**.

**POR TANTO:** De conformidad a los Arts.195 de la Constitución de la República de El Salvador, Arts. 217 y 218 del Código Procesal Civil y Mercantil y Arts. 54, 64, 66, 67, 68, 69, 107 y 108 de la Ley de la Corte de Cuentas de la República y demás disposiciones citadas, a nombre de la República de El Salvador, ésta Cámara **FALLA: I- DECLÁRASE DESVANECIDA LA RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA**, contenida en el **REPARO UNICO** por las razones expuestas en el Romano VI de la presente sentencia y en consecuencia **ABSUELVASE** del pago de multa a los señores: **OTHON SIGFRIDO REYES MORALES, WILLIAM DALTON GRANADINO FLORES, FRANCISCO ROBERTO LORENZANA DURAN, JUAN RAMON CARLOS ENRIQUE CACERES CHAVEZ, THARSIS SALOMON LOPEZ, MANUEL ORLANDO QUINTEROS AGUILAR, conocido por GERSON MARTINEZ, ANGELA LORENA DUQUE DE RODRIGUEZ y MORENA ILEANA VALDEZ VIGIL.** Y II- Apruébese la gestión de los Reparados citados en el Romano I, del presente fallo, en los cargos y período establecido en el preámbulo de esta sentencia y extiéndaseles el finiquito de Ley.

**NOTIFIQUESE.**



Ante mí,

*[Handwritten signature]*  
Secretario de Actuaciones



JC-CI-06-2017-3  
REF. FISCAL: 86-DE-UJC-14-2017.



CÁMARA PRIMERA DE PRIMERA INSTANCIA DE LA CORTE DE CUENTAS DE LA

REPÚBLICA: San Salvador, a las ocho horas y cuarenta minutos del día dieciocho de octubre de dos mil diecisiete.

Transcurrido el término establecido de conformidad con el Art. 70 de la Ley de la Corte de Cuentas de la República, sin que se haya interpuesto Recurso alguno sobre la Sentencia Definitiva pronunciada por ésta Cámara, a las ocho horas y cuarenta minutos del día nueve de agosto de dos mil diecisiete, que corre agregada de folios 386 a folios 397 del presente Juicio, declárase ejecutoriada.

NOTIFIQUESE.

Two handwritten signatures in black ink, one on the left and one on the right, with a blue circular official stamp of the Corte de Cuentas de la República in the center.

Ante mí,

A handwritten signature in black ink, with a blue circular official stamp of the Corte de Cuentas de la República to its right.

Secretario de Actuaciones