



Informe de investigación

Subvenciones del Fondo Mundial a Panamá

Fraude de proveedores en subvención para VIH

GF-OIG-15-023

4 de enero de 2016

Ginebra, Suiza

Este informe es una traducción de cortesía, la versión de referencia es el documento en lengua inglesa

Gastos no conformes: 104.911 USD

Recuperación propuesta: 104.911 USD

Categorías: fraude, colusión e incumplimiento de Acuerdos de Subvención

 **The Global Fund**

Office of the Inspector General

Índice de materias

I.	Antecedentes y alcance	3
II.	Resumen ejecutivo	4
III.	Hechos constatados y Acciones de Gestión Acordadas	6
01	Prácticas fraudulentas por parte de la propietaria de Conceptos Advertising	6
02	Prácticas colusorias de empleados de GPP+ y Emessar	10
03	Cicatelli no proporcionó suficiente orientación a los sub-receptores	12
IV.	Conclusión.....	15
V.	Tabla de acciones de gestión acordadas	16
Anexo A:	Metodología.....	18
01	Conceptos aplicables de fraude y abuso.....	19
02	Determinación del cumplimiento	20
03	Reembolsos o sanciones	22
Anexo B:	Transacciones entre los sub-receptores y Conceptos Advertising	23
Anexo C:	Comparación entre los presupuestos y los importes facturados por Conceptos Advertising	28
Anexo D:	Apéndices	29

I. Antecedentes y alcance

El Fondo Mundial ha comprometido fondos para Panamá en virtud de una subvención para VIH y una subvención para tuberculosis (TB) por un total de 4.851.170 USD, que se han desembolsado en su totalidad.¹ La subvención para VIH (PAN-H-CAI) se inició el 1 de enero de 2012 y finalizó el 31 de diciembre de 2014.

Panamá sufre una epidemia concentrada en las poblaciones de más alto riesgo, que afecta especialmente a transexuales, hombres que tienen relaciones sexuales con hombres y trabajadoras del sexo. La inversión del Fondo Mundial en Panamá se ha centrado en la prevención del VIH y en los derechos humanos, así como en la reducción de la transmisión del VIH y en la mejora de la calidad de la atención a personas con coinfección por VIH-TB.

El Receptor Principal de la subvención para VIH fue Cicatelli Associates Inc., que ha recibido 4.298.000 USD en total. La subvención para VIH atendía a dos objetivos principales: reducir la transmisión sexual del VIH mediante el uso de intervenciones basadas en pruebas para las poblaciones de más alto riesgo y aumentar la capacidad organizativa de las organizaciones que atienden a estas poblaciones con objeto de garantizar una respuesta integral a la epidemia de VIH.

El 25 de febrero de 2015, la Secretaría del Fondo Mundial notificó a la Oficina del Inspector General (OIG) que había detectado irregularidades en los gastos en mercadeo social de los sub-receptores durante una revisión del Agente Local del Fondo de la subvención para VIH. Estas irregularidades incluían indicaciones de prácticas fraudulentas en las transacciones entre cuatro de los seis sub-receptores y un proveedor local, denominado Conceptos Advertising. Las transacciones estaban relacionadas con la compra de productos destinados a promocionar los mensajes esenciales de la subvención, tales como vídeos, folletos, pancartas y prendas de vestir.

La OIG inició una investigación centrada en las transacciones entre los cuatro sub-receptores y Conceptos Advertising, por un valor total de 118.245 USD durante el periodo de la subvención completo. En el marco de su investigación, la OIG inició una misión en Panamá en abril de 2015, que incluyó la realización de entrevistas a los representantes del Receptor Principal, cuatro sub-receptores, el proveedor Conceptos Advertising y otros proveedores locales de materiales de mercadeo social.

¹ No incluye los fondos desembolsados en Panamá en virtud de las subvenciones «para varios países» del Fondo Mundial.
4 de enero de 2016
Ginebra, Suiza

II. Resumen ejecutivo

La propietaria del proveedor local Conceptos Advertising llevaba a cabo prácticas fraudulentas consistentes en falsificar presupuestos a nombre de otros proveedores de materiales de mercadeo social sin su conocimiento. Esto creaba la impresión de que las licitaciones ganadas por Conceptos Advertising habían sido competitivas, con lo que se infringía el Código de Conducta para Proveedores (*Code of Conduct for Suppliers*) del Fondo Mundial.

Estas prácticas fraudulentas han puesto en tela de juicio transacciones entre Conceptos Advertising y los cuatro sub-receptores de la subvención por un total de 104.911 USD (consulte el anexo B)², que la OIG considera gastos no conformes y, por consiguiente, potencialmente recuperables.

Los empleados del sub-receptor GPP+ y de Emessar, la organización responsable de llevar a cabo las compras para el sub-receptor Mujeres Luchando Por una Nueva Vida (MLPNV), conocían el hecho de que las licitaciones en que participaba Conceptos Advertising no eran competitivas. Los empleados de estas dos organizaciones, además, incurrieron en prácticas colusorias al comunicar los límites presupuestarios de algunas compras a Conceptos Advertising.

Si bien no existen pruebas del cobro de sobrepagos significativos en las facturas emitidas por Conceptos Advertising, la OIG no pudo obtener suficiente evidencia que permitiera comprobar que los materiales suministrados por Conceptos Advertising se hubieran entregado a los sub-receptores y distribuido a los beneficiarios. El motivo es la inexistencia de un rastro de auditoría debidamente documentado.

La investigación permitió comprobar que Ciatelli Associates Inc., el Receptor Principal, no había proporcionado suficiente orientación a sus sub-receptores sobre cómo debían llevar a cabo licitaciones competitivas de forma justa y transparente ni sobre cómo mantener un rastro de auditoría documentado para efectuar el seguimiento de la recepción y distribución de los materiales de mercadeo social adquiridos. Ciatelli Associates Inc. tampoco respondió como debía cuando identificó las semejanzas entre los presupuestos de distintos proveedores de materiales de mercadeo social.

Acciones de la Secretaría

La Secretaría ha solicitado al Receptor Principal, Ciatelli Associates Inc., el reembolso de los gastos no conformes identificados en este informe.

Acciones de Gestión Acordadas

Tras la investigación, la OIG y la Secretaría acordaron las siguientes acciones, que se detallan en la Sección V:

- finalizar y obtener la recuperación de los gastos no conformes identificados en este informe;
- estudiar la adopción de acciones y/o medidas restrictivas apropiadas respecto a la propietaria de Conceptos Advertising;
- asegurarse de que todos los receptores futuros de subvenciones del Fondo Mundial en Panamá reciban formación sobre la importancia de respetar el Código de Conducta para Proveedores (*Code of Conduct for Suppliers*) y el Código de Conducta para Receptores de Recursos del Fondo Mundial; y
- asegurarse de que el futuro Receptor Principal de subvenciones del Fondo Mundial en Panamá desarrolle orientación sobre procesos de adquisición e imparta formación a los sub-

² Otras transacciones con Conceptos Advertising por un total de 13.334,10 USD no presentaban indicaciones de fraude por alguno de estos motivos: bien la transacción no requería tres presupuestos; bien no existían presupuestos de otros proveedores; o bien los presupuestos de los demás licitadores no contenían indicaciones de fraude.

receptores de tal forma que estos puedan llevar a cabo licitaciones competitivas de forma justa y transparente, así como mantener un rastro de auditoría documentado para registrar la recepción y distribución de los materiales adquiridos.

III. Hechos constatados y Acciones de Gestión Acordadas

01 Prácticas fraudulentas por parte de la propietaria de Conceptos Advertising

La propietaria de Conceptos Advertising falsificó presupuestos a nombre de otros proveedores de materiales de mercadeo social sin su consentimiento en más de 100 licitaciones. La finalidad era dar la impresión de que las licitaciones ganadas por Conceptos Advertising habían sido competitivas, lo que constituye una infracción de la Sección 10 del Código de Conducta para Proveedores (*Code of Conduct for Suppliers*) del Fondo Mundial.

Estas prácticas fraudulentas han puesto en tela de juicio las transacciones entre Conceptos Advertising y los cuatro sub-receptores por un total de 104.911 USD que la OIG considera gastos no conformes y, por consiguiente, son potencialmente recuperables en virtud del Artículo 21(d) de los Términos y Condiciones Estándares (*Standard Terms and Conditions*) del Acuerdo de Subvención.

Si bien Cikatelli aplicó un cierto grado de vigilancia a los sub-receptores mediante visitas de supervisión, la OIG considera que Cikatelli Associates Inc. (Cikatelli) no respondió como debía cuando identificó las semejanzas entre los presupuestos de distintos proveedores de materiales de mercadeo social. Por consiguiente, Cikatelli infringió la Sección 8.1 del Código de Conducta para Receptores de Recursos del Fondo Mundial.

Antecedentes

Entre el 1 de julio de 2012 y el 31 de diciembre de 2014, los sub-receptores de la subvención efectuaron pagos por un total de 118.245 USD a un proveedor local de artículos de mercadeo social denominado Conceptos Advertising. Esto representa el 47 % de todos los gastos en mercadeo social efectuados por los sub-receptores durante el periodo de la subvención.

Los pagos efectuados a Conceptos Advertising se referían a más de 100 transacciones independientes con cuatro de los seis sub-receptores de la subvención, a saber: Grupo Génesis Panamá Positivo (GPP+); Mujeres con Dignidad y Derecho de Panamá (MDDP); Asociación Panameña de Personas Trans (APPT); y MLPNV (consulte el anexo B para ver una lista de estas transacciones)³.

El sub-receptor GPP+, además, llevaba a cabo los procesos de adquisición del sub-receptor MDDP. Los procesos de identificación, selección y pago de proveedores en nombre de MDDP eran los mismos que GPP+ empleaba para sus propias adquisiciones. El sub-receptor MLPNV no llevaba a cabo sus propios procesos de adquisición. Otra organización, Emessar, los efectuaba en su nombre.

Elementos idénticos en los presupuestos de los proveedores

La OIG descubrió que el mismo grupo reducido de proveedores participaba en las licitaciones ganadas por Conceptos Advertising (los «licitadores perdedores»); a saber: Licitador perdedor 2, Licitador perdedor 1, Licitador perdedor 3, Licitador perdedor 4, Licitador perdedor 5, Licitador perdedor 6, Licitador perdedor 7 y Licitador perdedor 8. Los presupuestos a nombre de estos licitadores perdedores contenían elementos de formato que eran idénticos en los presupuestos de Conceptos Advertising y en los de otros licitadores perdedores (consulte los apéndices del 1 al 7 del anexo D).

³ Otras transacciones con Conceptos Advertising por un total de 13.334,10 USD no presentaban indicaciones de fraude por alguno de estos motivos: bien la transacción no requería tres presupuestos; bien no existían presupuestos de otros proveedores; o bien los presupuestos de los demás licitadores no contenían indicaciones de fraude.

Entrevista con la propietaria de Conceptos Advertising

La OIG mostró a la propietaria de Conceptos Advertising un ejemplo de un presupuesto a nombre de Conceptos Advertising (consulte el apéndice 8 en el anexo D) y esta confirmó que era la responsable de dicho presupuesto.

La propietaria de Conceptos Advertising confirmó asimismo que había solicitado servicios a Licitador perdedor 1, pero aseguró que no había trabajado con ningún otro proveedor. Negó haber falsificado presupuestos a nombre de otros proveedores y declaró que nunca había entregado presupuestos de otros proveedores a los sub-receptores de la subvención.

Cuando se le preguntó si podía explicar las semejanzas entre los presupuestos presentados por Conceptos Advertising y por otros proveedores, la propietaria de Conceptos Advertising dijo a la OIG que creía que se trataba del estilo estándar utilizado en Panamá para presentar propuestas a las empresas.

Entrevistas con los proveedores perdedores

El propietario de Licitador perdedor 1 declaró que había presentado presupuestos a los sub-receptores de la subvención a través de su punto de contacto, la propietaria de Conceptos Advertising. Sin embargo, cuando se le mostró un ejemplo del presupuesto presentado en nombre de Licitador perdedor 1, negó a la OIG haberlo creado pero mantuvo que parecía ser una copia del formato utilizado por Licitador perdedor 1.

También explicó a la OIG que Licitador perdedor 1 solamente había participado en entre tres y cinco licitaciones con los sub-receptores de la subvención, aunque la OIG había comprobado que se habían presentado presupuestos a nombre de Licitador perdedor 1 en 53 licitaciones ganadas por Conceptos Advertising.

Los responsables de Licitador perdedor 2, Licitador perdedor 3 y Licitador perdedor 4 manifestaron a la OIG que no conocían a los cuatro sub-receptores de la subvención y que jamás les habían presentado presupuestos. Cuando se les mostraron ejemplos de los presupuestos que se habían entregado en nombre de sus empresas para licitaciones ganadas por Conceptos Advertising, confirmaron que sus empresas no habían creado tales presupuestos.

No fue posible localizar a los demás licitadores perdedores, Licitador perdedor 6, Licitador perdedor 7 y Licitador perdedor 8, en las direcciones que constaban en sus presupuestos ni tampoco en los teléfonos que aparecían en ellos. Estas tres empresas tampoco figuraban en el sitio web del organismo oficial panameño en el que se registran las empresas⁴.

Entrevistas con los sub-receptores

La Directora Ejecutiva de APPT refirió a la OIG que la propietaria de Conceptos Advertising le había traído personalmente tres presupuestos para presentarlos a licitaciones en el marco de procesos de adquisición: uno de Conceptos Advertising y dos de sendos proveedores. La Contable del Proyecto de APPT declaró a la OIG que los presupuestos de Conceptos Advertising siempre eran los más baratos.

La OIG preguntó a la Directora Ejecutiva de APPT si la propietaria de Conceptos Advertising le había explicado cómo había identificado a los otros dos proveedores. La Directora Ejecutiva de APPT respondió «no, pero me mostró que existían porque me enseñó que esta [empresa] se encuentra aquí y esta se encuentra aquí».

⁴ Ministerio de Economía y Finanzas, Dirección General de Ingresos.
4 de enero de 2016
Ginebra, Suiza

La OIG mostró al Director Ejecutivo y a su Contable ejemplos de presupuestos de Conceptos Advertising y otros licitadores perdedores. Ambos coincidieron en que los presupuestos eran muy parecidos, pero añadieron que no habían advertido las semejanzas antes. A la pregunta de si los presupuestos que recibían de los proveedores llegaban por separado o juntos enviados desde una misma fuente, el Director Ejecutivo de GPP+ respondió: «Deberían llegar por separado, pero no lo sé en este caso». El Director Ejecutivo de GPP+ añadió que había mantenido contacto con Licitador perdedor 1, pero no con ningún otro proveedor.

La OIG mostró a la Coordinadora del Proyecto de Emessar ejemplos de las semejanzas entre los presupuestos de Conceptos Advertising y los licitadores perdedores. Ella afirmó que no observaba nada anómalo y añadió que la Contable de Emessar tampoco le había comentado que existiera ningún problema con los presupuestos.

Entrevista con los empleados de Cicatelli

El Contable del Proyecto de Cicatelli indicó a la OIG que había comenzado a realizar visitas de supervisión a los sub-receptores en torno a finales de 2012. Manifestó que el propósito de estas visitas de supervisión era asegurarse de que los sub-receptores estuvieran siguiendo procedimientos correctos y, en caso de identificarse algún problema, ponerlo en conocimiento de la dirección del sub-receptor en cuestión mediante una carta formal. También informó a la OIG de que, durante estas visitas, se insistía en el requisito de Cicatelli de obtener tres presupuestos.

La OIG mostró al Contable del Proyecto de Cicatelli ejemplos de los presupuestos de Conceptos Advertising y de diversos licitadores perdedores. Este reconoció que sus formatos y tipografías contenían elementos idénticos. Dijo a la OIG que había observado semejanzas en los presupuestos en algún momento durante sus visitas de supervisión, tal vez a mediados de 2013, pero que no se lo había comentado a ninguno de los sub-receptores.

A la pregunta de la OIG de por qué no había planteado estas observaciones a los sub-receptores, el Contable del Proyecto de Cicatelli respondió que, si bien había sospechado algo, no consideró que fuera lo bastante grave para plantárselo a los representantes de los sub-receptores. Añadió que era posible que hubiera informado al Director del Proyecto de Cicatelli de las semejanzas observadas entre los presupuestos de los proveedores. El Director del Proyecto de Cicatelli negó a la OIG haber sido informado de tales irregularidades. El Contable del Proyecto de Cicatelli tampoco planteó sus dudas al Fondo Mundial.

Vinculación de la propietaria de Conceptos Advertising con otra subvención del Fondo Mundial

La propietaria y única empleada de Conceptos Advertising es también Presidenta de una organización no gubernamental (ONG) denominada Fedutech. Fedutech ha actuado como «organización rectora»⁵ para el sub-receptor MDDP desde el 7 de agosto de 2014 respecto de la subvención regional «RedTraSex» MAT-011-Go1-H del Fondo Mundial.

El acuerdo entre Fedutech y el Receptor Principal de RedTraSex estipulaba que Fedutech únicamente utilizaría su condición jurídica para actuar como «avalista» de MDDP y que Fedutech no extraería ningún beneficio económico de este acuerdo. Sin embargo, el memorando de entendimiento entre Fedutech y MDDP contenía elementos adicionales, tales como la prestación a MDDP de apoyo administrativo y técnico, lo que incluía asistencia con la elaboración de materiales de comunicación.

La OIG constató que Conceptos Advertising había dejado de proporcionar materiales a los sub-receptores en virtud de la subvención para VIH de Panamá antes de la fecha en que Fedutech asumió

⁵ Una organización rectora se utiliza cuando una organización sub-receptora evaluada no cuenta con todas las capacidades o con la condición jurídica necesarias para gestionar directamente los fondos que se le asignan. Por ejemplo, podría desempeñar la función de aportar su propia condición jurídica para permitir que una organización que no se ha constituido jurídicamente abone los costos de los servicios públicos de sus oficinas.

la función de organización rectora de MDDP. La OIG no halló ninguna evidencia de que la propietaria de Conceptos Advertising hubiera exhibido alguna conducta que pudiera haber sido constitutiva de conflicto de intereses, como suministrar materiales de mercadeo social a MDDP mientras Fedutech actuaba como organización rectora.

Conclusión resumida y Acciones de Gestión Acordadas

La OIG descubrió que la Conceptos Advertising era responsable de haber falsificado presupuestos a nombre de los licitadores perdedores y de su entrega a los sub-receptores, lo que constituye una infracción de la Sección 10 del Código de Conducta para Proveedores del Fondo Mundial.

Estas prácticas fraudulentas han puesto en tela de juicio las transacciones entre Conceptos Advertising y los cuatro sub-receptores por un total de 104.911 USD que la OIG considera gastos no conformes y, por consiguiente, son potencialmente recuperables en virtud del Artículo 21(d) de los Términos y Condiciones Estándares del Acuerdo de Subvención.

Si bien la Secretaría ya ha solicitado el reembolso de todos los gastos no conformes al Receptor Principal, Cicatelli, la OIG recomienda que la Secretaría finalice y gestione la recuperación con el Comité de Recuperación de los gastos no conformes identificados en este informe.

Acción de Gestión Acordada 1: La Secretaría finalizará y obtendrá un importe recuperable adecuado. La Secretaría determinará este importe de conformidad con su evaluación de los derechos y obligaciones legales aplicables y con la determinación correspondiente de recuperabilidad.

Si bien la OIG no halló pruebas de que la propietaria de Conceptos Advertising hubiera incurrido en conductas indebidas en su calidad de Presidenta de Fedutech, debido a las prácticas fraudulentas identificadas durante la investigación la OIG recomienda que la Secretaría adopte las acciones y/o medidas restrictivas apropiadas respecto a la propietaria de Conceptos Advertising.

Acción de Gestión Acordada 2: La Secretaría enviará una carta de gestión formal a los Receptores Principales y a los subreceptores de las subvenciones a Panamá y RedTraSex para informarles de que, debido a los hechos constatados por la OIG, no deben continuar trabajando con la propietaria de Conceptos Advertising cualquiera que sea la función que esta desempeñe, ni con ninguna entidad asociada con ella, en virtud de ninguna subvención del Fondo Mundial. Esta norma será de aplicación por tiempo indefinido.

La OIG comprobó también que el Contable del Proyecto de Cicatelli no respondió como debía cuando identificó las semejanzas entre los presupuestos de distintos proveedores de materiales de mercadeo social. Por consiguiente, al no informar al Fondo Mundial de su descubrimiento, Cicatelli infringió la Sección 8.1 del Código de Conducta para Receptores de Recursos del Fondo Mundial⁶.

Acción de Gestión Acordada 3: La Secretaría se asegurará de que se informe al Receptor Principal (PNUD) y a los sub-receptores de las subvenciones a Panamá firmadas recientemente del Código de Conducta para Proveedores (Code of Conduct for Suppliers) y del Código de Conducta para Receptores de Recursos del Fondo Mundial y de que estos Códigos formen parte de la formación que se imparta a todos los sub-receptores que vayan a gestionar procesos de adquisición en virtud de la subvención. El Receptor Principal deberá impartir esta formación antes de que finalice el mes de junio de 2016.

⁶ La Sección 8.1 del Código de Conducta para Receptores de Recursos del Fondo Mundial dice así: «[...] Los Receptores notificarán al Fondo Mundial cualquier conducta que sea inconsistente con el presente Código tan pronto como la descubran y tomarán de forma oportuna medidas correctivas apropiadas en tales situaciones y, si fuera necesario, coordinarán dichas medidas con la Secretaría y la OIG del Fondo Mundial».

02 Prácticas colusorias de empleados de GPP+ y Emessar

Los importes de algunas de las facturas de Conceptos Advertising por los materiales suministrados a GPP+, MDDP y Emessar eran total o prácticamente idénticas a los importes de los respectivos presupuestos asignados a los sub-receptores para adquirir los materiales (consúltese el anexo C). La OIG descubrió que los empleados de GPP+ y Emessar incurrieron en prácticas colusorias al comunicar los límites presupuestarios de algunas adquisiciones a Conceptos Advertising.

Además, GPP+ y Emessar continuaron obteniendo presupuestos de los licitadores perdedores a pesar de que estos nunca hubieran proporcionado presupuestos inferiores a los de Conceptos Advertising; el proveedor Licitador perdedor 2 perdió en 66 licitaciones y Licitador perdedor 1, en 53 de ellas. Esto permitió a la OIG constatar, además, que los empleados de GPP+ y Emessar sabían que las licitaciones en que tomaba parte Conceptos Advertising no eran competitivas. La OIG no identificó sobreprecios en las facturas presentadas por Conceptos Advertising.

La propietaria de Conceptos Advertising afirmó que había conocido a la Coordinadora del Proyecto de Emessar en 2011. Añadió que esta última la invitó a participar en el proyecto del Fondo Mundial en 2012 y que, desde ese momento, Conceptos Advertising empezó a trabajar con los sub-receptores del proyecto.

Cuando se le preguntó cómo entregaba los presupuestos de Conceptos Advertising a los sub-receptores, la propietaria de Conceptos Advertising confirmó que los había entregado personalmente. Indicó que sus contactos en GPP+ y APPT eran sus respectivos directores ejecutivos.

La propietaria de Conceptos Advertising añadió «pedían lo que querían y yo recomendaba qué usar, a quién recurrir, los materiales y el mensaje que se iban a utilizar [...] Les dejaba [los presupuestos] en sus oficinas porque me llamaban y nos reuníamos. Ellos me solicitaban los servicios».

Contradiendo el relato de la propietaria de Conceptos Advertising, el Director Ejecutivo de GPP+ afirmó que no tenía ningún contacto directo con los proveedores y que esto era la responsabilidad de los auxiliares administrativos de GPP+. Además, manifestó a la OIG que algunos mensajes de correo electrónico de la propietaria de Conceptos Advertising se encontraban en las cuentas de correo electrónico de los Auxiliares Administrativos de GPP+. GPP+ no ha proporcionado a la OIG ningún mensaje de correo electrónico de Conceptos Advertising para GPP+.

GPP+ también indicó a la OIG que no consideraba que hubiera nada de malo en que los proveedores conocieran los «precios de referencia». La Coordinadora del Proyecto de Emessar declaró a la OIG que sus proveedores siempre enviaban los presupuestos por correo electrónico. Emessar no ha proporcionado a la OIG ninguna prueba de la existencia de estos mensajes de correo electrónico.

Conclusión resumida y Acción de Gestión Acordada

Los empleados de GPP+ y Emessar comunicaron a Conceptos Advertising los límites presupuestarios de algunos procesos de adquisición y sabían que las licitaciones en que participaba Conceptos Advertising no eran competitivas.

En la Sección 3.2.2 del Código de Conducta para Receptores de Recursos del Fondo Mundial se establece la prohibición de que los receptores cometan colusión. Por consiguiente, la OIG recomienda que todos los receptores futuros de subvenciones del Fondo Mundial en Panamá reciban formación sobre la importancia de respetar el Código de Conducta para Receptores de Recursos del Fondo Mundial.

Acción de Gestión Acordada 3: La Secretaría se asegurará de que se informe al Receptor Principal (PNUD) y a los sub-receptores de las subvenciones a Panamá firmadas recientemente del Código de Conducta para Proveedores (Code of Conduct for Suppliers) y del Código de Conducta para

Receptores de Recursos del Fondo Mundial y de que estos Códigos formen parte de la formación que se imparta a todos los sub-receptores que vayan a gestionar procesos de adquisición en virtud de la subvención. El Receptor Principal deberá impartir esta formación antes de que finalice el mes de junio de 2016.

03 Cikatelli no proporcionó suficiente orientación a los sub-receptores

Aunque Cikatelli proporcionó cierta orientación limitada sobre procedimientos de adquisición de materiales no sanitarios a los sub-receptores, la OIG detectó que carecían de detalles suficientes para permitirles llevar a cabo licitaciones competitivas, justas y transparentes dirigidas a obtener materiales de mercadeo social. La OIG considera además que esta ausencia de orientación detallada sobre procesos de adquisición facilitó las prácticas fraudulentas y colusorias identificadas en esta investigación.

A esto hay que añadir el hecho de que los sub-receptores no mantenían una documentación apropiada sobre los materiales recibidos y distribuidos, lo que impidió a la OIG obtener una garantía suficiente de que dichos sub-receptores hubieran recibido y distribuido a sus beneficiarios los materiales adquiridos a Conceptos Advertising. Cikatelli tampoco había proporcionado orientación suficiente a sus sub-receptores sobre cómo mantener un rastro de auditoría documentado que permitiese realizar el seguimiento de la entrega y distribución de los materiales de mercadeo social adquiridos.

Orientación sobre procesos de adquisición: entrevista con empleados de Cikatelli

El Contable del Proyecto de Cikatelli, que también era responsable de monitorear los procesos de adquisición de los sub-receptores, dijo a la OIG que no tenía experiencia previa en la gestión de procesos de adquisición, sino «solo conocimientos generales» al respecto. También informó a la OIG de que, al principio del periodo de la subvención, Cikatelli organizó un taller dirigido a los representantes de los sub-receptores. Durante este taller, se les informó del requisito de obtener tres presupuestos para la adquisición de productos por valores superiores a 500 USD.

El Contable del Proyecto de Cikatelli afirmó que se había constatado la capacidad insuficiente de los sub-receptores, motivo por el cual recibieron la orientación sobre procesos de adquisición de manera simplificada. Además, explicó que el motivo de transferir a los sub-receptores la responsabilidad de llevar a cabo sus propios procesos de adquisición fue desarrollar su capacidad, que era uno de los principales objetivos de Cikatelli para el proyecto.

Aunque el Contable del Proyecto de Cikatelli manifestó a la OIG que no se habían facilitado a los sub-receptores otras instrucciones formales sobre cómo gestionar procesos de adquisición competitivos, posteriormente Cikatelli presentó a la OIG pruebas de que había enviado una copia del borrador de su manual de políticas y procedimientos de proyectos a los sub-receptores en septiembre de 2012.

La OIG revisó este borrador del manual de políticas y procedimientos de proyectos de Cikatelli y halló que contiene una breve sección sobre procesos de adquisición de materiales no sanitarios, en la que se incluye el requisito de obtener tres ofertas competitivas «escritas y documentadas» para los pedidos de valor superior a 500 USD, además de establecer las bases para seleccionar al proveedor ganador.

Sin embargo, la OIG descubrió también que el borrador del manual de políticas y procedimientos de proyectos de Cikatelli no contiene ninguna otra indicación sobre cómo llevar a cabo licitaciones competitivas, tales como el motivo por el que se han de obtener tres presupuestos, cómo identificar y seleccionar a los proveedores, cómo solicitar y recibir presupuestos o la importancia de la transparencia en los procesos de adquisición.

Orientación sobre procesos de adquisición: entrevistas con los sub-receptores

Los representantes de GPP+, Emessar y APPT confirmaron a la OIG que habían seguido el requisito de Cikatelli de obtener tres presupuestos de proveedores para los pedidos valorados en más de 500 USD.

La Directora Ejecutiva de APPT no recordaba si APPT había recibido algún documento de Cicatelli en que se establecieran los procedimientos, pero creía que se los había explicado oralmente el Coordinador del Proyecto de Cicatelli al principio de la subvención.

El Director Ejecutivo de GPP+ afirmó que Cicatelli no había proporcionado a GPP+ ninguna otra formación documentada o formal sobre procedimientos de adquisición. Sí corroboró que el Contable del Proyecto de Cicatelli visitaba periódicamente las oficinas de GPP+ para revisar su documentación de adquisición, aunque añadió que estas visitas dejaron de producirse en un momento dado.

El Director Ejecutivo de GPP+ manifestó también a la OIG que, a finales de 2013, Cicatelli recomendó a GPP+ que «por motivos de transparencia», debía trabajar con otros proveedores distintos de Conceptos Advertising. Él entendió que se debía a que Conceptos Advertising había sido el único proveedor de materiales de mercadeo social de GPP+ desde el principio del proyecto en 2012.

La Coordinadora del Proyecto de Emessar señaló que, en los procesos de adquisición, Cicatelli había exigido que se obtuvieran tres presupuestos. Si bien Cicatelli no había proporcionado a Emessar instrucciones por escrito, ella entendía que la Contable de Emessar había recibido formación sobre los procedimientos en las oficinas de Cicatelli.

Documentación insuficiente de la recepción de materiales

La OIG observó que todas las facturas de Conceptos Advertising contenían la firma de la propietaria de Conceptos Advertising a modo de acreditación de la recepción satisfactoria de los materiales, en lugar de la firma de los propios sub-receptores. La propietaria de Conceptos Advertising explicó a la OIG que su firma en las facturas de Conceptos Advertising pretendía certificar la recepción del pago de los materiales.

El Contable del Proyecto de Cicatelli confirmó que un representante de los sub-receptores debería haber firmado las facturas de Conceptos Advertising para confirmar la recepción de los materiales. Además, aseveró que no recordaba si había observado este error durante sus visitas de supervisión a los sub-receptores ni si se lo había notificado a alguna persona. También indicó a la OIG que la mayoría de los sub-receptores no mantenían albaranes de recepción de los materiales ni listas de inventario de los materiales adquiridos.

Sin embargo, el Coordinador del Proyecto de Cicatelli declaró a la OIG que los sub-receptores mantenían registros de los destinatarios de los materiales de mercadeo social distribuidos. También manifestó que Cicatelli contaba con dos responsables de proyecto que, en ocasiones, acompañaban a los sub-receptores cuando estos distribuían los materiales de mercadeo social. Cicatelli no presentó a la OIG ningún documento que corroborase esta afirmación.

La OIG también comprobó que el borrador del manual de políticas y procedimientos de proyectos que Cicatelli envió a la OIG no contenía ninguna instrucción sobre cómo registrar la recepción y distribución de materiales no sanitarios, incluidos los materiales de mercadeo social.

La Directora Ejecutiva de APPT afirmó que no mantenía albaranes de entrega, pero sí hojas de cálculo para realizar el seguimiento de los artículos adquiridos. Posteriormente, APPT proporcionó a la OIG hojas de cálculo en las que, aparentemente, se realiza el seguimiento del inventario de materiales de mercadeo social.

El Director Ejecutivo de GPP+ afirmó que GPP+ conservaba en ocasiones los albaranes de entrega. Sin embargo, GPP+ no ha presentado a la OIG ningún albarán de recepción de materiales ni ninguna otra documentación que demuestre la recepción de los productos de Conceptos Advertising por parte de GPP+ o MDDP.

La Coordinadora del Proyecto de Emessar manifestó a la OIG que Emessar mantenía albaranes de entrega, una hoja de cálculo de seguimiento de la distribución de los materiales de mercadeo social y hojas de distribución a los beneficiarios. Emessar no ha presentado a la OIG ningún documento que demuestre que ha recibido y distribuido los materiales de Conceptos Advertising.

Cicatelli proporcionó después a la OIG cuatro ejemplos de documentos mantenidos por el sub-receptor MLPNV para confirmar la recepción de los materiales de Emessar. Sin embargo, estos documentos no incluyen el nombre del proveedor y en ellos constan descripciones sumamente breves de los materiales, tales como «300 cajitas». Además, tanto Emessar como MLPNV llevaban a cabo estos procedimientos sin haber recibido instrucciones de Cicatelli al respecto.

Pruebas de entrega insuficientes

Cicatelli, GPP+, APPT y la propietaria de Conceptos Advertising presentaron a la OIG fotografías de los materiales de mercadeo social en los que aparecen los logotipos de los cuatro sub-receptores. La información facilitada por Cicatelli y GPP+ asocia algunas fotografías con transacciones concretas de Conceptos Advertising.

Sin embargo, en las fotografías no queda claro qué proveedor ha suministrado los materiales y la OIG no pudo comprobar la relación entre estas y transacciones concretas de Conceptos Advertising, al no existir documentación de recepción de materiales.

Por consiguiente, aunque la OIG recibió alguna información demostrativa de la entrega, la ausencia de un rastro de auditoría documentado ha impedido a los investigadores asegurarse razonablemente de que los sub-receptores hubieran recibido los materiales adquiridos a Conceptos Advertising y de que estos se hubieran distribuido a los beneficiarios.

Por consiguiente, la OIG recomienda que todos los futuros receptores de subvenciones del Fondo Mundial en Panamá posean o reciban orientación y formación detalladas que les permitan llevar a cabo licitaciones competitivas de forma justa y transparente, así como mantener un rastro de auditoría claro para registrar la recepción y distribución de los materiales adquiridos.

Acción de Gestión Acordada 4: La Secretaría se asegurará de que de que el Receptor Principal de las subvenciones del Fondo Mundial a Panamá firmadas recientemente desarrolle un manual concreto sobre procesos de adquisición que proporcione instrucciones suficientemente detalladas a los sub-receptores que gestionarán procesos de adquisición y/o distribución de materiales, de tal forma que estos puedan llevar a cabo licitaciones competitivas de forma justa y transparente, así como mantener un rastro de auditoría documentado para registrar la recepción y distribución de los materiales adquiridos. El Receptor Principal impartirá formación sobre el proceso a los sub-receptores al amparo de esta subvención. La orientación y la formación deberán impartirse antes de que finalice el mes de junio de 2016.

IV. Conclusión

Después de que la Secretaría notificase a la OIG las irregularidades en los gastos en mercadeo social de los sub-receptores de la subvención para VIH a Panamá, una investigación de la OIG descubrió que un proveedor local había incurrido en prácticas fraudulentas que han dado lugar a gastos no conformes y, por consiguiente, potencialmente recuperables, por un total de 104,911 USD.

La investigación descubrió asimismo que los representantes de los sub-receptores habían incurrido en prácticas colusorias al comunicar al proveedor local los límites presupuestarios de algunos procesos de adquisición. Por otra parte, la OIG no pudo asegurarse razonablemente de que los sub-receptores hubieran recibido los materiales adquiridos al proveedor local. La OIG descubrió que las prácticas colusorias y la ausencia de un rastro de auditoría documentado de los materiales adquiridos se facilitaron porque el Receptor Principal no había proporcionado la orientación suficiente a sus sub-receptores.

La Secretaría ha solicitado al Receptor Principal el reembolso del importe total de los gastos no conformes identificados en la investigación. También ha acordado con la OIG asegurarse de que los procesos de adquisición futuros en Panamá se lleven a cabo de manera transparente y justa y de que todos los receptores futuros de subvenciones del Fondo Mundial de Panamá cumplan el Código de Conducta para Receptores de Recursos del Fondo Mundial y mantengan un rastro de auditoría documentado para registrar la recepción y distribución de los materiales adquiridos.

V. Tabla de acciones de gestión acordadas

N.º	Categoría	Acción de gestión acordada	Fecha fijada	Responsable
1	Riesgos financieros y fiduciarios	La Secretaría finalizará y obtendrá un importe recuperable adecuado. La Secretaría determinará este importe de conformidad con su evaluación de los derechos y obligaciones legales aplicables y con la determinación correspondiente de recuperabilidad.	31 de diciembre de 2016	Comité de Recuperaciones
2	Gobernanza, supervisión y riesgos de gestión	Acción de Gestión Acordada 2: La Secretaría enviará una carta de gestión formal a los Receptores Principales y a los subreceptores de las subvenciones a Panamá y RedTraSex para informarles de que, debido a los hechos constatados por la OIG, no deben continuar trabajando con la propietaria de Conceptos Advertising cualquiera que sea la función que esta desempeñe, ni con ninguna entidad asociada con ella, en virtud de ninguna subvención del Fondo Mundial. Esta norma será de aplicación por tiempo indefinido.	31 de marzo de 2016	Jefe de la División de gestión de subvenciones
3	Gobernanza, supervisión y riesgos de gestión	La Secretaría se asegurará de que se informe al Receptor Principal (PNUD) y a los sub-receptores de las subvenciones a Panamá firmadas recientemente del Código de Conducta para Proveedores (Code of Conduct for Suppliers) y del Código de Conducta para Receptores de Recursos del Fondo Mundial y de que estos Códigos formen parte de la formación que se imparta a todos los sub-receptores que vayan a gestionar procesos de adquisición en virtud de la subvención. El Receptor Principal deberá impartir esta formación antes de que finalice el mes de junio de 2016.	30 de junio de 2016	Jefe de la División de gestión de subvenciones
4	Gobernanza, supervisión y riesgos de gestión	La Secretaría se asegurará de que el Receptor Principal de las subvenciones del Fondo Mundial a Panamá firmadas recientemente desarrolle un manual concreto sobre procesos de adquisición que proporcione instrucciones suficientemente detalladas a los sub-receptores que gestionarán procesos de adquisición y/o distribución de materiales, de tal forma que estos puedan llevar a cabo licitaciones competitivas de forma justa y transparente, así como mantener un rastro de auditoría documentado para registrar la recepción y distribución de los materiales adquiridos.	30 de junio de 2016	Jefe de la División de gestión de subvenciones

		El Receptor Principal impartirá formación sobre el proceso a los sub-receptores al amparo de esta subvención. La orientación y la formación deberán impartirse antes de que finalice el mes de junio de 2016.		
--	--	---	--	--

Anexo A: Metodología

La Unidad de Investigación de la OIG es responsable de llevar a cabo investigaciones en caso de sospecharse la existencia de algún fraude, abuso, apropiación indebida, corrupción o gestión incorrecta (colectivamente, «(el) fraude y (el) abuso») en los programas financiados por el Fondo Mundial y por parte de los Receptores Principales y los sub-receptores (colectivamente, los «implementadores de subvenciones»), de los Mecanismos de Coordinación de País, los Agentes Locales del Fondo y los proveedores de productos y servicios.⁷

Si bien el Fondo Mundial no mantiene habitualmente una relación directa con los proveedores de los receptores, el ámbito del trabajo de la OIG⁸ abarca las actividades de estos proveedores en relación con el suministro y la prestación de productos y servicios. La autoridad necesaria para cumplir este mandato incluye el acceso a los documentos y responsables de los proveedores.⁹ La OIG depende de la cooperación de estos proveedores para delegar debidamente su mandato.¹⁰

Los objetivos de las investigaciones de la OIG son: (i) identificar la naturaleza y la amplitud concretas del fraude y el abuso que afectan a las subvenciones del Fondo Mundial; (ii) identificar a las entidades responsables de la conducta indebida; (iii) determinar el importe de los fondos del Fondo Mundial que podrían encontrarse en tela de juicio a causa del fraude y el abuso; y (iv) situar a la organización en la mejor posición para obtener la recuperación de los fondos mediante la identificación de la ubicación o los usos a que se han destinado los fondos empleados indebidamente.

La OIG lleva a cabo investigaciones administrativas, no penales. Sus conclusiones se basan en hechos y en el análisis correspondiente de estos, lo que puede incluir la deducción de conclusiones razonables basadas en los hechos constatados. Los hechos se constatan en virtud de la preponderancia de pruebas creíbles y sustanciales. La OIG tiene en cuenta todas las pruebas disponibles, lo que incluye la información inculpatoria y exculpatoria.¹¹

La OIG descubre y evalúa los hechos y elabora un informe basado en ellos. Sobre esa base, adopta una determinación respecto a la conformidad de los gastos en virtud de los Acuerdos de Subvención y detalla Acciones de Gestión Acordadas que prioriza en atención al riesgo. Estas Acciones de Gestión Acordadas pueden incluir, en concreto, la identificación de los gastos considerados no conformes para su recuperación, acciones administrativas recomendadas en relación con la gestión de las subvenciones y recomendaciones de acciones al amparo del Código de Conducta para Proveedores (*Code of Conduct for Suppliers*)¹² o el Código de Conducta para Receptores de Recursos del Fondo

⁷ Carta de la Oficina del Inspector General (*Charter of the Office of the Inspector General*) (19 de marzo de 2013), disponible en: http://www.theglobalfund.org/documents/oig/OIG_OfficeOfInspectorGeneral_Charter_en/, con acceso el 1 de noviembre de 2013.

⁸ Carta de la Oficina del Inspector General (*Charter of the Office of the Inspector General*) (19 de marzo de 2013), apartados 2, 9.5 y 9.7.

⁹ *Ibid.*, párrafos 17.1 y 17.2

¹⁰ Código de Conducta para Proveedores (*Code of Conduct for Suppliers*) del Fondo Mundial (15 de diciembre de 2009), apartados 17-18, disponible en:

<http://theglobalfund.org/documents/corporate/CorporateCodeOfConductForSuppliersPolicyen/>, con acceso el 1 de noviembre de 2013. Nota: Todas las subvenciones están sujetas a los Términos y Condiciones Estándares (*Standard Terms and Conditions*) que forman parte del Acuerdo de Subvención del Programa del Fondo Mundial firmado para esa subvención. El Código de Conducta anterior podría ser de aplicación a la subvención o no.

¹¹ Estos principios cumplen con las Directrices Uniformes de Investigación (*Uniform Guidelines for Investigations*) de la Conferencia de Investigadores Internacionales (*Conference of International Investigators*), celebrada en junio de 2009 y disponible en: <http://www.un.org/Depts/oios/pages/uniformguidlines.html>, con acceso el 1 de noviembre de 2013.

¹² Véase la nota al pie 16, anterior

Mundial¹³ (los «Códigos»), según proceda. La OIG no determina cómo abordará la Secretaría estas determinaciones y recomendaciones. Tampoco adopta decisiones judiciales ni impone sanciones.¹⁴

Las Acciones de Gestión Acordadas se acuerdan con la Secretaría para identificar, mitigar y gestionar los riesgos para el Fondo Mundial y para las actividades de los receptores. La OIG delega en la Secretaría y, cuando procede, en los receptores, en sus proveedores y/o en los organismos nacionales de cumplimiento de la ley las acciones que han de emprenderse respecto a las conclusiones de sus informes.

La OIG es un órgano administrativo sin facultades para exigir el cumplimiento de la ley. No puede dictar órdenes ni iniciar enjuiciamientos penales. En consecuencia, su capacidad para obtener información se limita a los derechos que le otorgan los Acuerdos de Subvención celebrados entre los receptores y el Fondo Mundial, lo que incluye las condiciones de sus Códigos, y en la disposición de los testigos y demás partes interesadas a aportar información voluntariamente.

Además, la OIG proporciona a la Junta Directiva del Fondo Mundial un análisis de las lecciones aprendidas, con el fin de entender y mitigar los riesgos identificados para la cartera de subvenciones en relación con el fraude y el abuso.

Por último, la OIG puede remitir a las autoridades nacionales, para su enjuiciamiento, todos los delitos y demás infracciones de las leyes nacionales, así como prestar el apoyo necesario a dichas autoridades durante todo el proceso, según corresponda.

01 Conceptos aplicables de fraude y abuso

La OIG fundamenta sus investigaciones en los compromisos contractuales adoptados por los receptores y proveedores. Lo hace en virtud del mandato establecido en su Carta de asumir las investigaciones de fraude y abuso supuestos en los programas que reciben recursos del Fondo Mundial.

Para ello, se basa en las definiciones de conductas indebidas contenidas en los Acuerdos de Subvención aplicables suscritos con el Fondo Mundial y en los contratos celebrados entre los receptores y otras entidades implementadoras en el marco de la implementación de los programas.

Tales acuerdos con los sub-receptores deben incluir, en concreto, los derechos de delegación de acceso y el compromiso de cumplir las estipulaciones de los Códigos. Los Códigos aclaran de qué modo se espera que los receptores acaten los valores de transparencia, rendición de cuentas e integridad que son vitales para el éxito de los programas financiados. En concreto, el Código de Conducta para Receptores de Recursos del Fondo Mundial prohíbe expresamente a los receptores la participación en prácticas corruptas, lo que incluye el pago de sobornos y comisiones ilegales en relación con las actividades de adquisición.¹⁵

Los Códigos contienen, en particular, las definiciones siguientes de los conceptos pertinentes de conductas indebidas:¹⁶

¹³ Código de Conducta para Receptores de Recursos del Fondo Mundial (16 de julio de 2012) disponible en: <http://theglobalfund.org/documents/corporate/CorporateCodeOfConductForRecipientsPolicyen/>, con acceso el 1 de noviembre de 2013. Nota: Cada subvención está sujeta a los Términos y Condiciones Estándares que forman parte del Acuerdo de Subvención del Programa firmado para esa subvención. El Código de conducta anterior podría ser de aplicación a la subvención o no.

¹⁴ Carta de la Oficina del Inspector General (*Charter of the Office of the Inspector General*) (19 de marzo de 2013), párrafo 8.1.

¹⁵ Código de Conducta para Receptores de Recursos del Fondo Mundial, Sección 3.4.

¹⁶ Disponibles en: <http://theglobalfund.org/documents/corporate/CorporateCodeOfConductForRecipientsPolicyen/> y http://theglobalfund.org/documents/corporate/Corporate_CodeOfConductForSuppliers_Policy_en/

- «Práctica anticompetitiva» se refiere a cualquier contrato, decisión o práctica cuyo objeto o efecto sea restringir o distorsionar la competencia en cualquier mercado.
- «Práctica colusoria» hace referencia a un acuerdo entre dos o más personas o entidades designadas a alcanzar un objetivo impropio, como influir indebidamente en las acciones de otra persona o entidad.
- «Conflicto de interés»: un conflicto de interés surge cuando un Receptor o un Representante del Receptor participa en una cuestión concreta del Fondo Mundial que podría tener un efecto directo y predecible en el interés financiero o de otro tipo de: (a) el Receptor; (b) el Representante del Receptor; o (c) cualquier persona o institución asociada con el Receptor o el Representante del Receptor por una relación contractual, financiera, organizativa, laboral o personal. Por ejemplo, los conflictos de interés se pueden dar cuando un Receptor o un Representante del Receptor tiene un interés financiero o de otro tipo que podría afectar al cumplimiento de sus deberes y responsabilidades en la gestión de Recursos del Fondo Mundial. También puede existir un conflicto de interés si los intereses financieros o de otro tipo de un Receptor o un Representante del Receptor comprometen o socavan la confianza de que los Recursos del Fondo Mundial se gestionen y utilicen de manera transparente, justa, honesta y responsable.
- «Práctica corrupta» significa ofrecer, prometer, dar, recibir o solicitar, directa o indirectamente, algo de valor o cualquier otro beneficio a fin de influir indebidamente en las acciones de otra persona o entidad.
- «Práctica fraudulenta» hace referencia a cualquier acto u omisión, incluida la tergiversación que, a sabiendas o imprudentemente, engaña o pretende engañar a una persona o entidad para obtener un beneficio financiero o de otro tipo o para evitar una obligación.
- «Apropiación indebida» es el uso o desvío indebido e intencional de fondos o propiedad para fines contrarios al objetivo autorizado y previsto de dichos fondos o activos, incluido el beneficio del individuo, entidad o persona a la que favorecen, directa o indirectamente.

02 Determinación del cumplimiento

La OIG presenta conclusiones basadas en hechos constatados que identifican los incumplimientos de los receptores respecto a las condiciones de los Términos y Condiciones Estándares (STC, *Standard Terms and Conditions*) del Fondo Mundial que forman parte del Acuerdo de Subvención del Programa. Tales incumplimientos pueden estar relacionados con el gasto de los fondos de la subvención por parte de los receptores, lo que, a su vez, plantea la duda de si estos gastos cumplen los requisitos de financiamiento que exige el Fondo Mundial. Este incumplimiento se basa en las disposiciones de los STC.¹⁷¹⁸ No es objetivo de la OIG determinar si corresponde o no solicitar un reembolso a los receptores ni ninguna otra sanción en virtud de las disposiciones del Acuerdo de Subvención del Programa.

Son varias las disposiciones de los STC que proporcionan orientación sobre si un gasto de un programa cumple los requisitos de financiamiento del Fondo Mundial. Cabe destacar que las condiciones descritas en esta sección son de aplicación tanto a los sub-receptores como a los Receptores Principales.¹⁹

En el nivel más fundamental, la responsabilidad del Receptor Principal consiste en «asegurarse de que todos los fondos de las subvenciones se gestionen con prudencia y adoptará todas las medidas

¹⁷ Los STC se revisan cada cierto tiempo, pero las disposiciones que se citan a continuación eran de aplicación a todos los Receptores Principales en el momento de la investigación.

¹⁸ N. de la T.: En el momento de realizar la traducción de este documento, no fue posible disponer de los Términos y Condiciones Estándares en español vigentes, por lo que las citas referentes a este documento se han traducido libremente, no se han copiado del documento oficial en español.

¹⁹ Términos y Condiciones Estándares (Standard Terms and Conditions) (2012.09), Artículo 14(b):

<http://www.theglobalfund.org/documents/core/grants/CoreStandardTermsAndConditionsAgreementen>

4 de enero de 2016

Ginebra, Suiza

necesarias para asegurarse de que tales fondos se empleen sola y exclusivamente para los fines del Programa y de manera coherente con las condiciones de este Acuerdo».²⁰

En la práctica, esto implica llevar a cabo las actividades y respetar los límites presupuestarios propuestos en las Solicitudes de Desembolso que, a su vez, deben corresponderse con los Resúmenes Presupuestarios adjuntos al anexo A del Acuerdo de Subvención del Programa. Si bien este es uno de los motivos por los cuales los gastos no cumplen los requisitos, emplear los fondos de la subvención de forma que se incumplan otras disposiciones del Acuerdo de Subvención del Programa también da lugar a la determinación de incumplimiento.

Aunque los gastos se efectúen de acuerdo con los planes de trabajo y los presupuestos aprobados y aunque se contabilicen correctamente en los libros y registros del programa, estos gastos deben ser consecuencia de procesos y prácticas empresariales justos y transparentes. Los STC exigen expresamente que el Receptor Principal se asegure de que: (i) los contratos se otorguen de forma transparente y competitiva, [...] y (iv) el Receptor Principal y sus representantes no incurran en ningún tipo de práctica corrupta según lo descrito en el Artículo 21(b) de los STC en relación con dichos procesos de adquisición.²¹

Los STC prohíben expresamente la implicación en prácticas corruptas y otros actos relacionados o ilegales al gestionar los fondos de las subvenciones: «El Receptor Principal no se implicará, y se asegurará de que tampoco lo hagan ningún Sub-receptor ni ninguna persona afiliada al Receptor Principal o a cualquier Sub-receptor [...] en ninguna otra práctica que sea o pueda interpretarse como una práctica ilegal o corrupta en el País Anfitrión»²²

Una de las prácticas prohibidas se refiere a la regla de que el Receptor Principal no deberá, y se asegurará de que tampoco lo haga ninguna persona asociada con el Receptor Principal, «participar en ningún plan ni acuerdo entre dos o más licitadores, con o sin el conocimiento del Receptor Principal o del Sub-receptor, diseñado para establecer precios de licitación en niveles artificiales y no competitivos».²³

El Código de Conducta para Proveedores y el Código de Conducta para Receptores de Recursos del Fondo Mundial contemplan además otros principios que deben respetar los receptores y los contratistas, así como los recursos en caso de incumplimiento de estos principios fundamentales de equidad, integridad y buena gestión. Además, los Códigos incluyen definiciones útiles de las conductas prohibidas.²⁴

Los Códigos se incorporan al STC a través del Artículo 21(d), en virtud del cual el Receptor Principal está obligado a garantizar que el Código de Conducta para Proveedores del Fondo Mundial se comunique a todos los licitadores y proveedores.²⁵ Se hace constar de forma explícita que el Fondo Mundial podrá negarse a financiar cualquier contrato con proveedores que no cumplan el Código de Conducta para Proveedores. Igualmente, el Artículo 21(e) contempla la comunicación del Código de Conducta para Receptores de Recursos del Fondo Mundial a todos los sub-receptores, así como su aplicación obligatoria a través de los acuerdos con estos últimos.²⁶

²⁰ Id. Artículos 9(a) y 18(f)

²¹ Id. Artículo 18(a)

²² Id. Artículo 21(b)

²³ Id. Artículo 21(b)

²⁴ Disponibles en: <http://www.theglobalfund.org/documents/corporate/CorporateCodeOfConductForSuppliersPolicyen> ; <http://www.theglobalfund.org/documents/corporate/CorporateCodeOfConductForRecipientsPolicyen>

²⁵ Términos y Condiciones Estándares (Standard Terms and Conditions) (2012.09), Artículo 21(d)

²⁶ Id. Artículo 21(e)

Los Receptores Principales son responsables contractualmente ante el Fondo Mundial por el uso de todos los fondos de las subvenciones, incluidos los gastos realizados por los sub-receptores y contratistas.²⁷

Las conclusiones basadas en hechos constatados de la OIG tras la investigación que se resumen en este informe pueden vincularse a las conductas prohibidas y otros asuntos incompatibles con las condiciones de los Acuerdos de Subvención del Programa.

03 Reembolsos o sanciones

Corresponde a la Secretaría del Fondo Mundial determinar qué acciones de gestión o recursos contractuales pueden adoptarse en respuesta a estas conclusiones.

Tales recursos pueden incluir, entre otros, la recuperación de los fondos que se han visto comprometidos por los incumplimientos contractuales. En el Artículo 27 de los STC se estipula que el Fondo Mundial podrá exigir al Receptor Principal «que reembolse de inmediato al Fondo Mundial todos los desembolsos de fondos de la subvención en la moneda en que se desembolsaron [en aquellos casos en que] se haya producido un incumplimiento del Receptor Principal de cualquier disposición del presente [sic] Acuerdo [...] o cuando el Receptor Principal haya cometido una tergiversación sustancial en relación con cualquier asunto relacionado con este Acuerdo».²⁸

De acuerdo con el Artículo 21(d), «en caso de incumplimiento del Código de Conducta, que el Fondo Mundial determinará según su exclusivo criterio, el Fondo Mundial se reserva el derecho a no financiar el contrato entre el Receptor Principal y el Proveedor o a solicitar el reembolso de los fondos de la subvención si el pago ya se hubiere realizado al Proveedor».²⁹

Además, en virtud de los principios UNIDROIT (2010), que son los principios legales que rigen el Acuerdo de Subvención, en su artículo 7.4.1 contemplan el derecho del Fondo Mundial a solicitar daños y perjuicios al Receptor Principal en caso de incumplimiento, además de cualesquiera otros recursos a que tenga derecho el Fondo Mundial.

Podrán determinarse sanciones adicionales, inclusive con respecto a los proveedores, de conformidad con el Procedimiento Sancionador (*Sanction Procedure*) del Fondo Mundial en caso de incumplimiento de los Códigos.

Al determinar qué gastos no conformes se propondrán para su recuperación, la OIG recomienda a la Secretaría que estos importes deben ser, normalmente: (i) los importes respecto de los cuales no exista una garantía razonable respecto a la entrega de los productos o servicios (gastos sin justificar, gastos fraudulentos o gastos irregulares por cualquier otro motivo sin garantía de entrega); (ii) importes constitutivos de sobreprecio al comparar el precio abonado con el precio de mercado correspondiente por tales productos o servicios; o (iii) importes que no cumplen los requisitos del ámbito de la subvención y sus planes de trabajo y presupuestos aprobados (o no están relacionados con ellos).

²⁷ Id. Artículo 14

²⁸ Id. Artículo 27(b) y (d)

²⁹ Id.

Anexo B: Transacciones entre los sub-receptores y Conceptos Advertising

Sub-receptor	Número Factura o Contrato	Fecha Factura o Contrato	Descripción	Cantidad	Valor	Indicaciones de fraude	Sin indicaciones de fraude
GPP+	13 y 35	10/26/2012 y 11/14/2012	Video Educativo 5 copias	5	2,450.00	2,450.00	
GPP+	19	11/13/2012	Tazas Térmicas	14 docenas	785.00		785.00
GPP+	20	11/12/2012	Cartucheras Impresas	12 docenas	348.50	348.50	
GPP+	21	11/12/2012	Pulseras	12 docenas	217.80	217.80	
GPP+	22	11/12/2012	Camisetas impresas	120	715.00	715.00	
GPP+	24	11/12/2012	Impresión Folletos Trípticos	30,000	9,600.00	9,600.00	
GPP+	68 (USD 194.57) y 92 (USD 194.57)	11/24/2014 y 11/29/2012	Impresión de 408 bolígrafos para la campaña "Hazte la prueba por ti"	408	389.14	389.14	
GPP+	67 (USD 449.55) y 77 (USD 439.5)	11/24/2014 y 11/29/2012	Impresión de tazas térmicas para la campaña "Hazte la prueba por ti"	17 docenas	889.10	889.10	
GPP+	51 (USD 469.75) y 76 (USD 469.75)	11/24/2014 y 11/29/2012	Impresión de cangureras para la campaña "Hazte la prueba por ti"	200	939.50	939.50	
GPP+	50 (USD 169.45) y 75 (USD 170)	11/21/2014 y 11/28/2012	Impresión de 45 suéteres para la campaña "Hazte la prueba por ti"	45	339.45	339.45	
GPP+	50 (USD 314) y 73 (USD 596)	11/28/2012	Confección de stand tipo tolda Campaña 1ero de Dic.	3	910.00	910.00	
GPP+	73 (USD 234) y 49 (USD 234)	11/28/2012 y 11/21/2012	Bordados en Gorras Campaña 1ero de Dic.	108	468.00	468.00	
GPP+	47 (USD 156.57) y 74 (USD 156.57)	11/21/2012 y 11/28/2012	Bolígrafos Campaña 1ero de Dic.	300	313.14	313.14	
GPP+	48 (USD 415.75) y 71 (USD 415.71)	11/21/2012 y 11/28/2012	Cangureras Campaña 1ero de Dic.	175	831.50	831.50	
GPP+	46 (USD 414.55) y 69 (USD 414.55)	11/21/2012 y 11/28/2012	Tazas Campaña 1ero de Dic.	180	832.00	832.00	
GPP+	66 (USD 89.88) y 70 (USD 89.88)	11/24/2012 y 11/28/2012	Bolsas promocionales Campaña 1ero de Dic.	84	179.76	179.76	
GPP+	45 (USD 219.45) y 90 (USD 219.45)	11/21/2012 y 11/28/2012	60 suéteres Campaña 1ero de Dic.	60	438.00	438.00	
GPP+	79	11/28/2012	Banner tipo "roll-up"	1	85.60		85.60
GPP+	98 (USD 1,493) y 116 (USD 1,493)	12/4/2012 y 12/19/2012	Gorras Bordadas a 3 colores	400	2,986.00	2,986.00	
GPP+	103 (USD 1,697.50) y 120 (USD 2,1552.50)	12/4/2012 y 12/19/2012	Vasos térmicos con colores representativos de la organización y ampliación de logo en los vasos.	804	3,853.00	3,853.00	
GPP+	102 (USD 1,067.50) y 119 (USD 1,067.50)	12/4/2012 y 12/19/2012	Llaveros y Bolígrafos	2,000	2,135.00	2,135.00	
GPP+	99 (USD 1,791) y 117 (USD 2,311)	12/4/2012 y 12/19/2012	Cangureras impresas con logo de la organización y lema de la campaña. Ampliación de logo.	720	4,102.00	4,102.00	
GPP+	97 (USD 750) y 115 (USD 750)	12/4/2012 y 12/19/2012	Tarjetas Presentación	11,000	750.00	750.00	
GPP+	101 (USD 1,650) y 118 (USD 1,650)	12/31/2012	Afiches	1,650	1,650.00	1,650.00	
GPP+	104 (USD 85.60) y 121 (USD 85.06)	12/19/2012	Banner	3	85.60	85.60	
GPP+	237 (USD 1,050) y 239 (USD 1,050)	3/29/2013 y sin fecha	Primera edición revista Mundo G	No se indica	1,050.00		1,050.00
GPP+	253 (USD 2,375) y 262 (USD 2,375)	6/24/2013 y 6/29/2013	Folletos	15,000	4,750.00	4,750.00	
GPP+	251 (USD 1,050) y 256 (USD 1,050)	6/24/2013 y 6/29/2013	Abono segunda revista Mundo G	No se indica	2,100.00		2,100.00
GPP+	283 (USD 937.44)	6/29/2013	Gorras bordadas con el logo de la organización	216	937.44	937.44	

Sub-receptor	Número Factura o Contrato	Fecha Factura o Contrato	Descripción	Cantidad	Valor	Indicaciones de fraude	Sin indicaciones de fraude
GPP+	245 (USD 700) y 255 (USD 700)	6/10/2013 y 6/26/2013	Impresión y compra de bolígrafos	1,000	1,400.00	1,400.00	
GPP+	258 (USD 700) y 244 (USD 2,000)	6/10/2013 y 6/26/2013	Compra e Impresión de vasos tipo botellas de agua	600	3,750.00	3,750.00	
GPP+	284 (USD 373)	6/29/2013	Bolsas biodegradables con impresión del logo y datos de la organización a un solo color.	120	373.00	373.00	
GPP+	293	8/30/2013	Abono de 50% por Diseño diagramación e ilustración de la 3ra edición de Revista Mundo G	No se indica	1,050.00		1,050.00
GPP+	297	11/22/2013	Cancelación 4ta edición entrega revista Mundo G	No se indica	1,050.00		1,050.00
GPP+	298	12/12/2013	Abono para la confección de cangureras (sin cantidad)	No se indica	831.25		831.25
GPP+	326	12/30/2013	Cancelación para confección de cangureras (sin cantidad)	No se indica	831.25		831.25
GPP+ Sub-total					54,416.03	46,632.93	7,783.1
MDDP	099 y 2012	10/15/2012 y 12/30/2012	Suéteres tipo polo bordados con logo de MDDP	30	250.00	250.00	
MDDP	14	10/30/2012	Video Educativo para el proyecto PEMAR	1	1,887.50	1,887.50	
MDDP	27	11/12/2012	Impresión de tres modelos de trípticos a full color	4,000	1,200.00	1,200.00	
MDDP	36	11/14/2012	Cancelación 50% Video educativo	1	1,887.50	1,887.50	
MDDP	123	11/30/2012	Suéteres tipo polo bordados con logo de MDDP	200	1,900.00	1,900.00	
MDDP	65	11/28/2012	50% Banner tipo "roll-up"	2	85.60	85.60	
MDDP	106	12/4/2012	50% Bolsas promocionales	250	303.00	303.00	
MDDP	105	12/4/2012	50% Banner tipo "roll-up"	2	85.60	85.60	
MDDP	107	12/15/2012	Abono 50% Bolsos Promocionales Impresos 1 color	500	647.75	647.75	
MDDP	124	12/19/2012	50% Bolsas promocionales	250	303.00	303.00	
MDDP	125	12/30/2013	Cancelación Bolsos Promocionales Impresos 1 color	500	647.75	647.75	
MDDP	132	12/30/2012	Compra de bolígrafos y llaveros	675	1,575.00	1,575.00	
MDDP	100	12/4/2012	50% Impresión de dos modelos de afiches a full color.	950	950.00	950.00	
MDDP	122	12/19/2012	Cancelación Impresión de dos modelos de afiches a full color.	950	950.00	950.00	
MDDP	112 y 130	12/15/2012 y 12/30/2012	50% abono y Cancelación confección de kiosco stand y toldas	3	800.00	800.00	
MDDP	109 y 127	12/15/2012 y 12/30/2012	50% abono y Cancelación paraguas con logo	50	235.00	235.00	
MDDP	113 y 131	12/15/2012 y 12/30/2012	50% abono y Cancelación bolsas de vinil blancas con tiras negras	50	259.75	259.75	
MDDP	110 y 129	12/15/2012 y 12/30/2012	50% abono y Cancelación llaveros con logo	156	179.60	179.60	
MDDP	111 y 128	12/15/2012 y 12/30/2012	50% abono y Cancelación vasos térmicos	156	543.12	543.12	
MDDP	133	12/31/2012	50% abono y Cancelación	156	162.00	162.00	
MDDP	249 y 261	6/10/2013 y 6/27/2012	Vasos con diseños gráficos que llevaran material educativo	400	2,000.00	2,000.00	
MDDP	248 y 260	6/10/2013 y 6/27/2013	Bolígrafos con logo y mensaje de la organización incluye diseño grafico	600	642.00	642.00	
MDDP	252 y 263	6/24/2013 y 6/29/13	Abono y cancelación Folletos a full color	4,000	1,275.00	1,275.00	
MDDP	259 y 247	6/10/2013 y 6/27/2013	Abono y cancelación cosmetiqueras	300	900.00	900.00	
MDDP	299	Sin Fecha	Abono Revista MDDP 2013	No se indica	1,250.00		1,250.00
MDDP	322	12/30/2013	Pago de Cancelación Revista MDDP 2013 (No se describe cantidad)	No se indica	1,250.00		1,250.00
MDDP	306	6/2/2014	Abono del 50% de las cosmetiqueras proyecto PEMAR, Junio 2014	300	600.00	600.00	

Sub-receptor	Número Factura o Contrato	Fecha Factura o Contrato	Descripción	Cantidad	Valor	Indicaciones de fraude	Sin indicaciones de fraude
MDDP	307	6/9/2014	Pago del 50% restante de las cosmetiqueras proyecto PEMAR, Junio 2015	300	600.00	600.00	
MDDP Sub-total					23,369.17	20,869.17	2,500
APPT	269	6/26/2013	50% Suéteres tipo V impresos a un solo color con el slogan de la organización adelante y atrás	225	1,181.25	1,181.25	
APPT	265	6/26/2013	Folletos (trípticos A) impresos a full color, incluye diseño, diagramación e ilustración.	1,500	525.00		525.00
APPT	268	6/26/2013	Folletos (Trípticos B) impresos a full color, incluye diseño, diagramación e ilustración.	1,500	525.00		525.00
APPT	267	6/26/2013	Suéteres tipo polo con el logo de la organización bordado a la izquierda	40	428.00	428.00	
APPT	269	6/26/2013	50% restante Suéteres tipo V impresos a un solo color con el slogan de la organización adelante y atrás	225	1,181.25	1,181.25	
APPT	272	6/26/2013	Pago por la confección de impresión promocional en bolsas biodegradables.	300	825.00	825.00	
APPT	264	6/26/2013	Bolsas viajeras para portar cosméticos	200	1,926.00		1,926.00
APPT	274	6/26/2013	Bolsas cosmetiqueras impresas con el logo de la organización y un slogan	225	1,444.50	1,444.50	
APPT	275	6/26/2013	Vasos térmicos impresos a un color con logo organización	200	1,070.00	1,070.00	
APPT	266	6/26/2013	1 Capa liviana y 1 kiosco	1 and 1	560.00	560.00	
APPT	270	6/26/2013	Bolígrafos impresos con serigrafía a un solo color	150	325.00	325.00	
APPT	271	6/26/2013	Paraguas impresos a un solo color en dos lados	125	750.00	750.00	
APPT	278	6/26/2013	Pago por diseño, diagramación e ilustración de rotafolio para ser utilizado en capacitaciones.	2	268.00	268.00	
APPT	277	6/26/2013	Pago por la confección de camisas con el logo de la organización	30	390.00	390.00	
APPT	276	6/26/2013	Pago por diseño e impresión de tarjetitas	30	75.00		75.00
APPT	273	6/26/2013	Pago por la confección e impresión en maletines	15	300.00	300.00	
APPT	300	12/13/2013	Cancelación de 1 Banner Tipo Roll Up incluye diseño grafico publicitario y fotografía	1	300.00	300.00	
APPT	232	Sin Fecha	250 Delineadores de Ojos para Kit de Maquillaje	250	625.00	625.00	
APPT	231	6/26/2014	250 Brillos de Labios para Kit de Maquillaje	250	750.00	750.00	
APPT	231	6/26/2014	250 Rubor para kit de maquillaje. Incluye diseño e impresión de arte con mensaje.	250	875.00	875.00	
APPT	231	6/26/2014	250 Sombra para kit de maquillaje. Incluye diseño e impresión de arte con mensaje.	250	750.00	750.00	
APPT	230	6/26/2014	250 contenedores plásticos para kit de maquillaje. Incluye diseño e impresión de arte con mensaje.	250	1,500.00	1,500.00	
APPT Sub-total					16,574.00	13,523.00	3,051
MLPN V / Emme sar	4 y 58	10/10/2012 y 11/23/2012	Abono y cancelación Elaboración de cajitas educativas con mensaje	250	1,200.00	1,200.00	
MLPN V / Emme sar	6 y 59	10/10/2012 y 12/13/2012	Abono y cancelación Elaboración de banners	12	425.00	425.00	
MLPN V / Emme sar	3 y 62	10/10/2012 y 12/18/2012	Abono y Cancelación Kiosco, Stand, Tolda y Porta Brochures	3	600.00	600.00	

Sub-receptor	Número Factura o Contrato	Fecha Factura o Contrato	Descripción	Cantidad	Valor	Indicaciones de fraude	Sin indicaciones de fraude
MLPN V / Emme sar	015 y 028	11/1/2012 y 11/12/2012	Abono y Cancelación Elaboración de Trópticos	6,000	3,000.00	3,000.00	
MLPN V / Emme sar	16 y 134	11/12/2012 y 1/21/2013	Abono y Cancelación Videos Educativos de 5 a 10 min	30	1,500.00	1,500.00	
MLPN V / Emme sar	31 (USD 635) y 2,033 (USD 635)	11/25/12 y 12/27/12	Abono y Cancelación de Bordados de Suéteres y Gorras	504	1,270.00	1,270.00	
MLPN V / Emme sar	32 (USD 608.20) y 60 (USD 608.20)	11/25/12 y 12/27/13	Abono y cancelación de lipsticks, sombras, paraguas, bolígrafos, cartucheras y cacheteros	1,500	1,216.40	1,216.40	
MLPN V / Emme sar	2035 (USD 175)	12/27/2012	Impresión de logos en bolsas	250	175.00	175.00	
MLPN V / Emme sar	0136 (USD 300) y 2033 (USD 300)	12/31/2012 y 12/28/2012	Diseño, diagramación e impresión de manuales CPV	20	600.0	600.00	
MLPN V / Emme sar	0135 (USD 900) y 061 (USD 900)	1/21/2013 – 12/28/2012	Elaboración de rotafolios	15	1,800.00	1,800.00	
MLPN V / Emme sar	0242 (USD 1,500)	6/3/2013	Pago del 50% por diseño, diagramación e ilustración de juego de bingo.	30	1,500.00	1,500.00	
MLPN V / Emme sar	287	7/22/2013	Pago del 50% por diseño, diagramación e ilustración de juego de bingo.	30	1,500.00	1,500.00	
MLPN V / Emme sar	285	7/22/2013	Cancelación del 50% por diseño, diagramación e ilustración de juego de bingo.	300	1,000.00	1,000.00	
MLPN V / Emme sar	288	7/22/2013	Pago del 50% de impresión de 300 cajitas educativas en material plástico	15	1,000.00	1,000.00	
MLPN V / Emme sar	286	7/22/2013	Pago de 50% Diseño, Diagramación e Ilustración de 15 Rotafolios	30	1,250.00	1,250.00	
MLPN V / Emme sar	292	8/26/2013	Pago del 50% por la producción de un video documental de 5 minutos Proyecto Pemar	300	1,000.00	1,000.00	
MLPN V / Emme sar	295	10/25/2013	Cancelación 50% de impresión de 300 cajitas educativas en material plástico	30	1,250.00	1,250.00	
MLPN V / Emme sar	296	10/25/2013	Cancelar 50% restante por la producción de un video documental de 5 minutos Proyecto Pemar	15	1,000.00	1,000.00	
MLPN V / Emme sar	301	3/26/2014	Pago de 50% restante Diseño, Diagramación e Ilustración de 15 Rotafolios	6	1,300.00	1,300.00	
MLPN V / Emme sar	303	6/5/2014	50% Consultoría, Diseño e Impresión confección de dinámica de expansión de conocimiento modalidad rueda de la fortuna	6	1,300.00	1,300.00	

MLPNV Sub-total

23,886.40

23,886.40

0

Gran total

118,245.6

0

Sub-receptor	Número Factura o Contrato	Fecha Factura o Contrato	Descripción	Cantidad	Valor	Indicaciones de fraude	Sin indicaciones de fraude
Total con indicaciones de fraude						104,911.5	
Total sin indicaciones de fraude*						0	13,334.10

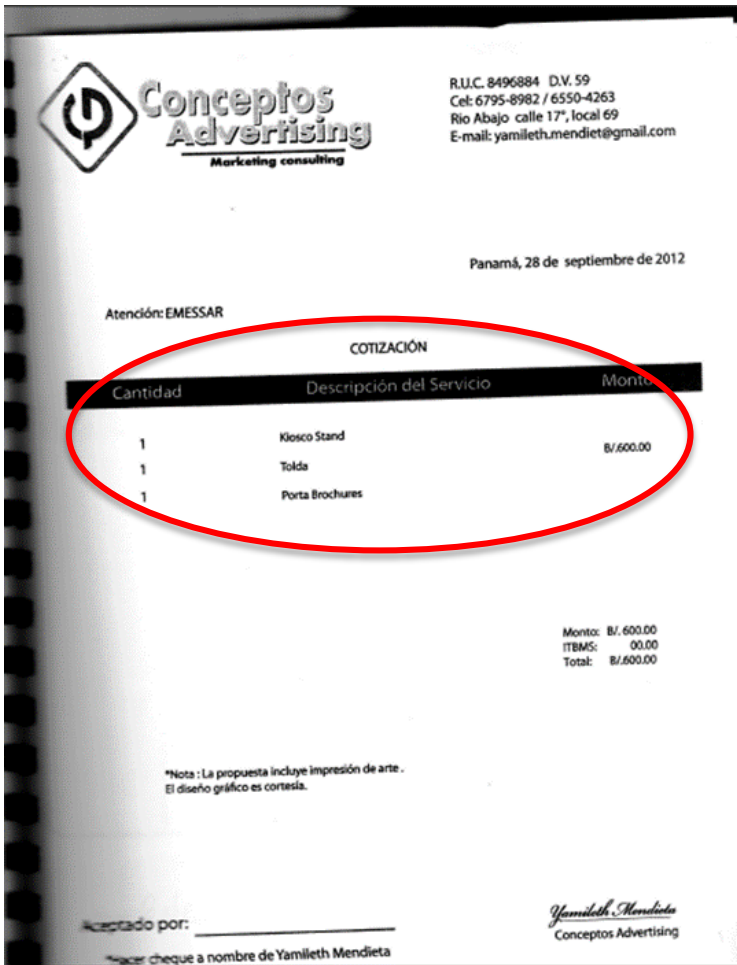
* Para estas transacciones, no existen indicaciones de fraude por alguno de estos motivos: bien la transacción no requería tres presupuestos; bien no existían presupuestos de otros proveedores; o bien los presupuestos de los demás licitadores no contenían indicaciones de fraude.

Anexo C: Comparación entre los presupuestos y los importes facturados por Conceptos Advertising

Sub-receptor	Numero de referencia	Categoría de costo	Sub-tarea no.	Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Presupuesto	Valor de factura de Conceptos Advertising
GPP+	1.3.3.4	Materiales de comunicación	1	Confección de 6 modelos de trípticos	USD 0.32	30,000	USD 9,600.00	USD 9,600.00
GPP+	1.3.3.4	Materiales de comunicación	14	gorras	USD 7.51	400	USD 3,004.00	USD 2,986.00
GPP+	1.3.3.4	Materiales de comunicación	7	Video contra el estigma y la discriminación a los HSH y prevención del VIH	USD 2,461.00	1	USD 2,461.00	USD 2,450.00
GPP+	1.3.3.4	Materiales de comunicación	6	Bolígrafos y llaveros	USD 2.14	1,000	USD 2,140.00	USD 2,135.00
MDDP	1.3.3.4	Materiales de comunicación	1	Confección de trípticos informativos en Prevención de ITS/VIH/Sida, Estigma y Discriminación, Derechos Humanos y autoestima y tríptico de la organización	USD 0.30	4,000	USD 1,200.00	USD 1,200.00
MLPNV / Emmesar	1.3.3.4	Materiales de comunicación	1	Elaboración de 6000 trípticos de ITS-VIH-Sexo protegido, DDHH-estigma-discriminación	USD 0.5	6,000	USD 3,000.00	USD 3,000.00
MLPNV / Emmesar	1.3.3.4	Materiales de comunicación	2	Elaboración de 30 Rotafolio de ITS-VIH-Sexo protegido, DDHH-estigma-discriminación	USD 60.00	30	USD 1,800.00	USD 1,800.00
MLPNV / Emmesar	1.3.3.4	Materiales de comunicación	4	30 Videos educativos sobre ITS-VIH-Sexo protegido, DDHH-estigma-discriminación, pruebas rápidas	USD 50.00	30	USD 1,500.00	USD 1,500.00

Anexo D: Apéndices

Apéndice 1: Elementos idénticos en los presupuestos de Conceptos Advertising y Licitador perdedor 2



Conceptos Advertising
Marketing consulting

R.U.C. 8496884 D.V. 59
Cel: 6795-8982 / 6550-4263
Rio Abajo calle 17*, local 69
E-mail: yamileth.mendiet@gmail.com

Panamá, 28 de septiembre de 2012

Atención: EMESSAR

COTIZACIÓN

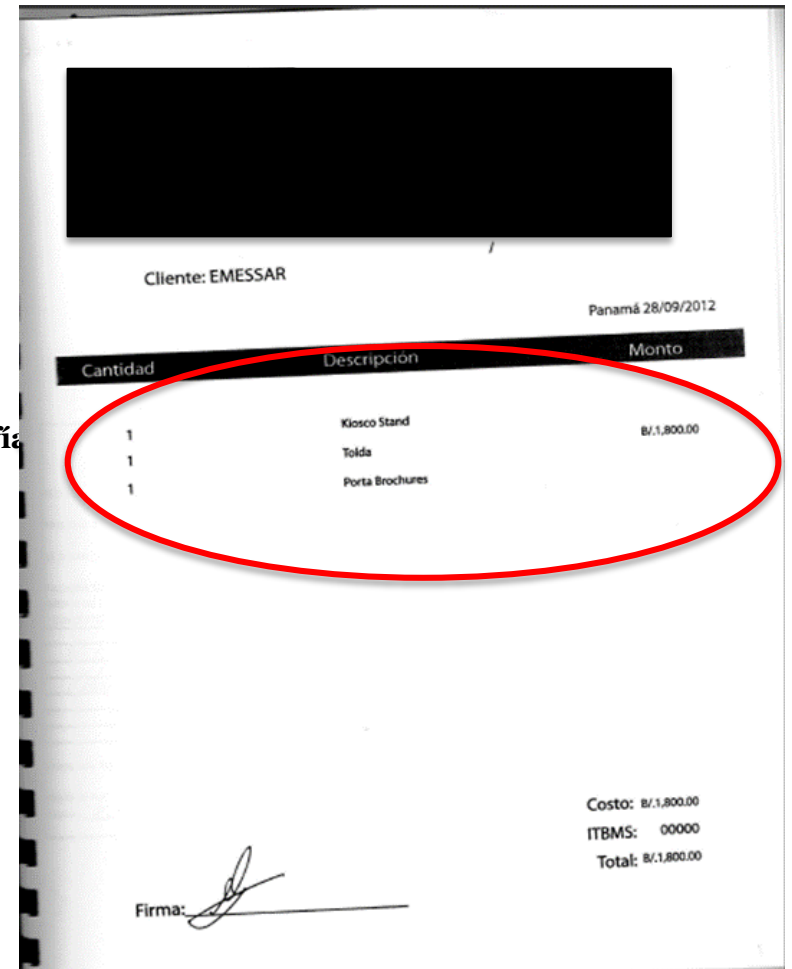
Cantidad	Descripción del Servicio	Monto
1	Kiosco Stand	B/600.00
1	Tolda	
1	Porta Brochures	

Monto: B/. 600.00
ITBMS: 00.00
Total: B/. 600.00

*Nota : La propuesta incluye impresión de arte.
El diseño gráfico es cortesia.

Aceptado por: _____
Yamileth Mendietta
Conceptos Advertising

← Mismo formato y tipografía



Cliente: EMESSAR

Panamá 28/09/2012

Cantidad	Descripción	Monto
1	Kiosco Stand	B/1,800.00
1	Tolda	
1	Porta Brochures	

Costo: B/. 1,800.00
ITBMS: 00000
Total: B/. 1,800.00

Firma: _____

Apéndice 2: Elementos idénticos en los presupuestos de Conceptos Advertising y Licitadores perdedores 1 y 2

APOD. 6-4728 EL DORADO PANAMA REP. PANAMA * TELS.: (507) 222-1141 / 222-1144 FAX: (507) 229-1148

Cliente: Grupo Genesis Panamá 12/11/2012

Cantidad	Descripción	Monto
3	Banner Roul up tamaño 33x78 Impreso a full color.	B/. 285.00

*No incluye diseño gráfico

SUB TOTAL: B/. 285.00
TOTAL: B/. 285.00

Firma: _____

Cliente: Grupo Genesis Fecha: 8-10-2012
Dirección: _____ Teléfono: _____
Crédito Contado

CANTIDAD	DETALLE	TOTAL
3	Banner Roul up tamaño 33x78 Impreso a full color.	B/. 375.00

*No incluye diseño gráfico

SUB TOTAL: B/. 375.00
TOTAL: B/. 375.00

Firma: _____

Mismo formato, tipografía y errores ortográficos

Apéndice 3: Elementos idénticos en los presupuestos de Conceptos Advertising y Licitadores perdedores 2 y 3

Cliente: MDDP / Panamá 4 /12/2012

Cantidad	Descripción	Monto
50	Paraguas con dos impresiones a un sólo color.	B/.229.75

Costo: B/.229.75
ITBMS: 000.00
Total: B/.229.75

Firma: _____

Mismo formato y tipografía

Atención: MDDP Panamá, 5 de diciembre de 2012

COTIZACIÓN

Cantidad	Descripción del Servicio	Monto
50	Paraguas con dos impresiones a un sólo color.	B/.249.75

Monto: B/.249.75
ITBMS: 00.00
Total: B/.249.75

Apéndice 4: Elementos idénticos en los presupuestos de Conceptos Advertising y Licitador perdedor 3

Conceptos Advertising
R.U.C. 8496884 D.V. 59
Cel: 6795-8982 / 6550-4263
Rio Abajo calle 17*, local 69
E-mail: yamileth.mendiet@gmail.com

Panamá, 3 de diciembre de 2012

Atención: MDDP

COTIZACIÓN

Cantidad	Descripción del Servicio	Monto
50	Paraguas con impresión en dos lados	B/.235.50

Monto: B/.235.50
ITBMS: 00.00
Total: B/.235.50

Aceptado por: _____

Yamileth Mendiet
Conceptos Advertising

Panamá, 5 de diciembre de 2012

Atención: MDDP

COTIZACIÓN

Cantidad	Descripción del Servicio	Monto
50	Paraguas con dos impresiones a un sólo color.	B/.249.75

Monto: B/.249.75
ITBMS: 00.00
Total: B/.249.75

Mismo formato y tipografía

Apéndice 5: Elementos idénticos en los presupuestos de Conceptos Advertising y Licitador perdedor 1

Conceptos Advertising
Marketing consulting

R.U.C. 8496884 D.V. 59
Cel: 6795-8982 / 6550-4263
Rio Abajo calle 17*, local 69
E-mail: yamileth.mendieta@gmail.com

Panamá, 28 de septiembre de 2012

Atención: EMESSAR

COTIZACIÓN

Cantidad	Descripción del Servicio	Monto
1	Kiosco Stand	B/ 600.00
1	Tolda	
1	Porta Brochures	

Monto: B/ 600.00
ITBMS: 00.00
Total: B/ 600.00

*Nota : La propuesta incluye impresión de arte .
El diseño gráfico es cortesía.

Aceptado por: _____

Yamileth Mendieta
Conceptos Advertising

Hacer cheque a nombre de Yamileth Mendieta

← Mismo formato y tipografía →

Cliente: EMESSAR Fecha: 27-09-2012

Dirección: _____
Teléfono: _____

Crédito Contado

CANTIDAD	DETALLE	TOTAL
1	Kiosco Stand	B/1,312.00
1	Tolda	
1	Porta Brochures	

*Nota: Esta cotización incluye el monto por diseño gráfico.

Firma: _____

SUB TOTAL: B/1,312.00
ITBMS: _____
TOTAL: B/1,312.00

Apéndice 6: Elementos idénticos en los presupuestos de Conceptos Advertising y Licitadores perdedores 1 y 5

Cliente: Grupo Génesis Panamá S. Rodríguez Fecha: 2/3/2014

Tel: _____ Crédito Contado

CANT	DESCRIPCIÓN	P/U	TOTAL
30	Confección de rotafolios la propuesta incluye diseño gráfico , diagramación, diseño editorial. Levantamiento de texto y diagramación de texto. Cantidad de páginas impresas: 30 impresas a full color, engargolado doble o de metal, cada página plastificada tiro y retro.	B/.200	B/. 6000.00
SUB TOTAL (ITBMS %)			B/. 6000.00 420.00
TOTAL			B/. 6420.00

Cliente: EMESSAR Fecha: 27-09-2012


Dirección: _____

Teléfono: _____ Crédito Contado

CANTIDAD	DETALLE	TOTAL
1	Kiosco Stand	B/.1,312.00
1	Tolda	
1	Porta Brochures	
*Nota: Esta cotización incluye el monto por diseño gráfico.		
SUB TOTAL:		B/.1,312.00
ITBMS:		
TOTLA:		B/.1,312.00

Firma: _____

Apéndice 7: Elementos idénticos en los presupuestos de Conceptos Advertising y Licitador perdedor 7



Conceptos Advertising

R.U.C. 8496884 D.V. 59
 Cel: 6795-8982 / 6550-4263
 Río Abajo calle 17°, local 69
 E-mail: yamileth.mendiet@gmail.com

Panamá, 29 de octubre de 2012

Atención: MDDP

COTIZACIÓN

Cantidad	Descripción del Servicio	Monto
1	Elaboración de un video educativo, donde se exprese el estigma y discriminación al cual son objeto los HSH, además se reforzará la campaña . Se otorgarán 5 copias en formato DVD y mp4.	B/3,775.00

Monto: B/3,375.00
 ITBMS: 00.00
 Total: B/3,375.00

Aceptado por: _____

Yamileth Mendiet
 Conceptos Advertising

Cliente: MDDP

Panamá, 27 de octubre de 2012


COTIZACIÓN

Cantidad	Descripción del Servicio	Monto
	Elaboración de un video educativo de 3 minutos y medios donde se exprese el estigma y discriminación al cual son objeto los HSH, en formato DVD y mp4.	B/3,850.00

Monto: B/ 3,850.00
 ITBMS: 00.00
 Total: B/ 3,850.00

Aceptado por: _____

Apéndice 8: Ejemplo de presupuesto de Conceptos Advertising

 **Conceptos Advertising**

R.U.C. 8496884 D.V. 59
Cel: 6795-8982 / 6550-4263
Rio Abajo calle 17*, local 69
E-mail: yamileth.mendiet@gmail.com

Panamá, 3 de diciembre de 2012

Atención: MDDP

COTIZACIÓN

Cantidad	Descripcion del Servicio	Monto
500	Bolsos promocionales impresos a un sólo color.	B/.1,259.55

Monto: B/.1,259.55
ITBMS: 00.00
Total: B/.1,259.55

Aceptado por: _____

Yamileth Mendiet
Conceptos Advertising