

MORENA ILEANA VALDEZ VIGIL
EL SALVADOR
ADMINISTRADORA DE EMPRESAS EXPERTA EN
ESTRATEGIA DE IMAGEN PAÍS COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, COMERCIAL Y
DE PROYECTOS SOCIALES

Licenciada en Administración de Empresas de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” UCA de El Salvador. Ha recibido diferentes cursos especializados tales como: Estrategias publicitarias: Brief Creativo, Medios y estrategias; Desarrollo Humano; Género en Políticas Públicas, Planificación del Desarrollo y Protección Social.

En 1996 trabaja en H. Marketing una división de McCann Erickson Publicidad en el área de investigación de mercados para clientes tales como: Pan Bimbo, Coca Cola, entre otros. Entre 1998 y 2001 realiza diferentes consultorías de investigación social y de mercadeo.

A partir del 2001 hasta 2006 trabaja en el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) de El Salvador en las áreas de Desarrollo Humano y Gobernabilidad. **En el año 2006** se traslada a trabajar con el Gobierno de El Salvador como asesora de **monitoreo y visibilidad social** del programa de Transferencias Monetarias Condicionadas; en el 2007 pasa al Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local como **Especialista de Monitoreo y Visibilidad Social** y luego como **Especialista de Planificación** trabajando con especial énfasis en la ejecución de los programas sociales.

En el año 2011 se traslada al Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA) como **Gerente de Comunicaciones y Mercadeo Institucional**, en febrero del año 2017 es nombrada **Directora Nacional de Marca País El Salvador**, como responsable de **implementar la estrategia integral de “Imagen País” a nivel nacional e internacional.**

A partir del 2010 es catedrática de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera en las carreras de Comunicación y Diseño Estratégico y asesora de trabajos de tesis de ambas carreras. Además, es catedrática de la Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN) de la carrera de economía y negocios.

La experiencia adquirida desde hace más de 20 años tanto en las áreas de administración, planificación de proyectos y evaluación de los mismos, como en promoción y comunicación social e institucional y en investigación de mercado le permite tener una visión amplia de cómo se deben gestionar proyectos en forma integral y construir estrategias de proyectos sociales a nivel nacional e internacional.

EXPERIENCIA LABORAL RELEVANTE

Noviembre 2011- hasta la fecha

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

Cargos desempeñados:

- Directora Nacional de Marca País (Febrero 2017- hasta la fecha)
- Gerente de Comunicaciones y Mercadeo Institucional (Noviembre 2011- Enero 2017)

Principales responsabilidades como Directora Nacional de Marca País El Salvador:

- Dirigir la estrategia de *Imagen país de El Salvador* con instituciones gubernamentales, privadas, academia, sociedad civil, organismos internacionales a nivel nacional e internacional que incluye:
 - **Realizar alianzas y convenios con sector público, privado, académico y sociedad civil.**
 - **Administración del Sistema Nacional de Gestión de Marca País El Salvador.**
 - **Gestión de proyectos para la captación de recursos de cooperación internacional para la sostenibilidad.**
 - **Seguimiento, evaluación y medición de resultados.**
 - **Diseño e implementación del Plan de medios y de la estrategia en medios digitales a nivel nacional e internacional (www.enelsalvador.sv, Facebook, Twitter, Instagram y Youtube: @ElSalvadorMarcaPaís)**
 - **Plan de promoción nacional e internacional con énfasis a la región centroamericana , Estados Unidos, Canadá y España.**
 - **Plan de Relaciones Públicas.**
- Administrar fondos de cooperación internacional para ejecución de proyectos principalmente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y del Fondo FANTEL.
- Fundadora y representante de El Salvador en el Consejo Latinoamericano de Marcas Países, siendo los países miembros: Colombia, Uruguay, Honduras y El Salvador.
- Representar a El Salvador en los foros latinoamericanos de Marcas Países:
 - II Foro Internacional Marca País, Santiago- Chile. Noviembre 2014
<https://marcachile.cl/foromarcapais/>
Participación en panel: “Posicionamiento de una Marca País”
<https://www.youtube.com/watch?v=L9HlPjb12SI&t=5s>
 - III Foro Internacional Marca País, Lima- Perú. Noviembre 2015
 - IV Foro Internacional Marca País, Córdoba, Argentina. Noviembre 2016
Participación en panel: La Marca País como Herramienta de comunicación
<http://foromarcapais.com.ar/prensa/>

Principales responsabilidades como Gerente de Comunicaciones y Mercadeo Institucional:

- Administrar presupuesto de comunicación institucional
- Seguimiento y evaluación del proyecto
- Editar y revisar publicaciones institucionales
- Organizar y pautar entrevistas con medios de comunicación
- Gestionar contrataciones de servicios de promoción, publicidad y artículos promocionales.

- **Relanzar el diseño y mantenimiento del sitio web de la institución**
(www.proesa.gob.sv)
- **Diseñar e implementar la estrategia de redes sociales de PROESA: Twitter, Youtube**
- Coordinación editorial de materiales promocionales de la institución tales como: Guía del inversionista, guías sectoriales, directorio de proveedores, brochures para la promoción de exportaciones y atracción de inversiones, entre otros
- Manejo de Relaciones Públicas de la institución
- Supervisar el manejo de prensa (convocatorias y conferencias)
- Coordinación de eventos institucionales (i.e. foros internacionales, ruedas de negocios, lanzamientos de programas institucionales, etc.). Supervisar misiones institucionales
- Elaborar informes de gestión y comunicación institucional Ejecutar campañas de comunicación de las diferentes áreas que la Agencia promociona desde inversiones y exportaciones.

Enero 2010- a la fecha

Escuela de Comunicación Mónica Herrera

- Cátedra de clase “Evaluación de proyectos de comunicación social”, Cuarto año de la carrera Comunicación Estratégica (2010-2016)
- Cátedra de clase “Desarrollo de propuestas escritas”, Cuarto año de la carrera Diseño Estratégico (2011-2016)
- Asesora y jurado de trabajos de tesis de las carreras de Comunicación Estratégica y Diseño Estratégico. (2011- a la fecha)

Junio 2017- a la fecha

Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN)

- Cátedra de clase “Marca País”, Cuarto año de la carrera de Economía.
- Cátedra de clase “Mercadeo 2”, Cuarto año de la carrera de Economía.

Febrero 2007- Noviembre 2011

Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local

En el marco del programa Red Solidaria:

- Administración de proyectos de ejecución para la comunicación del programa a través de fondos de Unión Europea y de Cooperación de Luxemburgo.
- Edición, supervisión de diseño, diagramación e impresión del Protocolo de capacitación para las familias beneficiarias del programa Red Solidaria para los temas: Equidad de Género, violencia intrafamiliar, salud y nutrición familiar, trabajo infantil, derechos de las niñas, niños y adolescentes y Objetivos de Desarrollo del Milenio
- Coordinación y ejecución de las reuniones y talleres con las instituciones de gobierno, sociedad civil y agencias de cooperación.
- Definir, establecer y desarrollar los mecanismos para la cobertura de comunicaciones del programa Red Solidaria a nivel interinstitucional.
- Supervisión de investigación, edición, diseño, diagramación de los documentos “Senderos de vida: Familias de Red Solidaria” y “Diagnóstico de infraestructura básica y necesidades de inversión en los 100 municipios de pobreza extrema severa y alta”

Publicaciones

- Documento Técnico, Programa Red Solidaria. STP, 2007
- Sinopsis Documento Técnico, Programa Red Solidaria. STP, 2007
- Diagnóstico de Infraestructura y Necesidades de Inversión en los 100 municipios más pobres de El Salvador. STP/BID. Febrero 2008
- Senderos de Vida: Familias de Red Solidaria. STP, 2008

Junio 2000- Octubre 2006

Programa de las Naciones Unidas (PNUD),

Asistente de programa- Unidad de Desarrollo Humano y Objetivos de Desarrollo del Milenio. (UDH)

- Administración del proyecto del Informe sobre Desarrollo Humano El Salvador (IDHES), Informe Municipal sobre Desarrollo Humano y seguimiento Objetivos del Milenio y otras publicaciones: IDHES 2001; IDHES 2003: Desafíos y Opciones en tiempos de globalización e IDHES 2005: Una mirada al nuevo Nosotros. El impacto de las migraciones
- Apoyo técnico a la oficina del Informe Regional de Desarrollo Humano 2005
- Operativización de la estrategia de comunicaciones y difusión de los IDHES 2001, 2003 y 2005
- Apoyo técnico en la planificación del Informe Municipal 262 y de tres monografías municipales.

Publicaciones 2005:

- Informe 262: Indicadores municipales sobre Desarrollo Humano y Objetivos de Desarrollo del Milenio

Publicaciones 2006:

- Monografía sobre Desarrollo Humano y Objetivos de Desarrollo del Milenio: Municipios de Torola, Conchagua y Guaymango

CA-5, Consultores Internacionales, S.A. de C.V (Enero 98- Junio 2000)

Directora de proyectos de comunicación social y de mercadeo.

- Coordinación de consultorías de comunicación social
- Coordinación de investigaciones de mercado
- Asistencia a consultorías de investigación económica y social

Consultorías de investigación social económica realizadas

- **Sistema de Integración Económica de Centroamérica (SIECA)**, Elaboración de base de datos para los sectores de transporte y servicios relacionados con los acuerdos del Mercado Común Centroamericano en equidad e igualdad de oportunidades. Consultores encargados: Dr. William Pleitez y Lic. Carlos Orellana Merlos
- **Cámara Americana de Comercio (AMCHAM)**, “Guía práctica para hacer negocios en El Salvador”, recolección de datos del entorno económico salvadoreño, así como también de sus aspectos turísticos. Consultor principal: Lic. Carlos Orellana Merlos.

Otras Consultorías de Investigación de Mercado, proyectos de Merchandising y comunicación social

- Responsable de planificar y llevar a cabo investigaciones de tipo cuantitativo, así como de realizar el informe y presentación de los resultados. Encargada de elaborar guías de

discusión para estudios cualitativos y de moderar focus groups. Asesoría para proyectos de comunicación social.

- **EYMSA de Costa Rica**, Coordinación y moderación Focus Group para evaluación de mercados de nuevos productos.
- **IPSOS de Costa Rica**, Coordinación de Focus Group para evaluación de mercados. Coordinación de investigaciones cuantitativas a nivel nacional.