

**CONTRATO No. 07/2016**  
**(Licitación Pública No. 02/2016)**  
**(Resolución de Adjudicación No. 03/2016)**

**“CONTRATACIÓN DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD PARA LA CREACIÓN DE  
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, DISEÑO, PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE  
CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN DEL FOSALUD, DURANTE EL 2016.”**

**ELVIA VIOLETA MENJÍVAR ESCALANTE,**

actuando en mi calidad de Presidenta del Consejo Directivo del Fondo Solidario para la Salud y Representante Legal del Fondo Solidario para la Salud, personería que legitimo con: **a)** Ejemplar del Diario Oficial número DOSCIENTOS TREINTA Y SEIS Tomo número TRESCIENTOS SESENTA Y CINCO de fecha diecisiete de diciembre del año dos mil cuatro, en el que se publica el Decreto Legislativo QUINIENTOS TREINTA Y OCHO que contiene la Ley Especial para la Constitución del Fondo Solidario para la Salud, la cual en su artículo seis literal “a” establece que el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social ahora Ministerio de Salud de acuerdo al Decreto Ejecutivo número cinco, publicado en el Diario Oficial de fecha doce de enero del año dos mil once, será el Presidente del Consejo Directivo del Fondo Solidario para la Salud y ejercerá la Representación Legal del FOSALUD; **b)** Ejemplar del Diario Oficial número OCHO Tomo número TRESCIENTOS NOVENTA, de fecha doce de enero del año dos mil once, en el que se publica el Decreto Ejecutivo Número CINCO, Reformas al Reglamento Interno del Órgano Ejecutivo, y que en su artículo uno de la reforma sustituye en el artículo veintiocho del Reglamento, el número DIEZ por el de: “Ministerio de Salud”; y **c)** Ejemplar del Diario Oficial Número NOVENTA Y NUEVE Tomo Número CUATROCIENTOS TRES de fecha uno de junio del año dos mil catorce, en el que se publica el Acuerdo Ejecutivo Número DIEZ emitido por la Presidencia de la República, en el que consta mi nombramiento como Ministra de Salud y por ende Presidenta del Consejo Directivo del Fondo Solidario para la Salud y Representante Legal del Fondo Solidario para la Salud y que en lo sucesivo y para los efectos de este Contrato me denominaré el **FONDO SOLIDARIO PARA LA SALUD** o simplemente **“FOSALUD”**; y por otra parte

, actuando en mi calidad de Representante Legal de la sociedad **“ANLE,**

1



**SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE”,** que se abrevia **“ANLE, S.A. DE C.V.”**, con Número de Identificación Tributaria

, de nacionalidad Salvadoreña, del domicilio de Antiguo Cuscatlán, Departamento de La Libertad, calidad que compruebo mediante: **a)** Escritura Pública de Constitución de la Sociedad **“ANLE, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE”** que podrá abreviarse **“ANLE, S.A. DE C.V.”**, otorgada en la Ciudad de San Salvador, a las ocho horas del día ocho de marzo de mil novecientos setenta y nueve, ante los oficios notariales de Ana Aracely Henríquez Domínguez; la cual se encuentra inscrita en el Registro de Comercio al número SETENTA Y CUATRO del Libro número DOSCIENTOS CUARENTA Y CINCO del Registro de Sociedades, el día cuatro de mayo de mil novecientos setenta y nueve, **b)** Escritura Pública de Modificación al Pacto Social, otorgada en la Ciudad de San Salvador, a las quince horas y quince minutos del día veintisiete de julio del año dos mil quince, ante los oficios notariales de Mario Oswaldo Ramos Cabrera; la cual se encuentra inscrita en el Registro de Comercio al número CINCUENTA Y CUATRO del Libro número TRES MIL CUATROCIENTOS SETENTA Y NUEVE del Registro de Sociedades, el día catorce de septiembre de dos mil quince, de la cual consta que su denominación, nacionalidad, naturaleza, y domicilio son los antes expresados, que el plazo es indefinido; y en la **CLÁUSULA VIGESIMA CUARTA REPRESENTACION LEGAL**: consta que la representación legal de la Sociedad y el uso de la firma social, corresponderá al Presidente y al Vicepresidente de la Junta Directiva conjunta o separadamente o al administrador único en su caso, o al administrador único; pudiendo celebrar en nombre de la sociedad toda clase de actos o contratos con entera libertad dentro del giro ordinario de los negocios; y durará cinco años en el ejercicio de sus funciones, **c)** Credencial de Elección de Director Presidente y Vicepresidente de la sociedad **ANLE, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE**, inscrita en el Registro de Comercio al número OCHENTA Y TRES del Libro TRES MIL QUINIENTOS DOS del Registro de Sociedades, el día veintinueve de octubre de dos mil quince, y de la cual consta la certificación del PUNTO DOS del Acta número CINCUENTA Y TRES asentada en el libro de actas de Junta General de Accionistas que legalmente lleva la sociedad, celebrada en la Ciudad de Antiguo Cuscatlán, Departamento de La Libertad, a las diecisiete horas del día veintiuno de octubre de dos mil quince, en la cual consta que en el punto dos se acordó elegir la nueva administración de la sociedad, habiendo sido electo para el cargo de Director Presidente el Señor \_\_\_\_\_ y como Vicepresidente el Señor \_\_\_\_\_

, para el período de cinco años, la cual se encuentra vigente a la fecha, y por lo cual me encuentro facultado para otorgar actos como el presente; y en el transcurso del presente instrumento me denominare **“EL CONTRATISTA”** y en las calidades antes expresadas **MANIFESTAMOS**: Que hemos acordado otorgar y en efecto otorgamos proveniente del proceso de Licitación Pública número 02/2016, denominado **“CONTRATACIÓN DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD PARA LA CREACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, DISEÑO, PRODUCCIÓN Y**

**DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN DEL FOSALUD, DURANTE EL 2016**, el presente contrato de conformidad a la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, que en adelante se denominará LACAP, su Reglamento que en adelante se denominará RELACAP, y a las cláusulas que se detallan a continuación: **CLÁUSULA PRIMERA.**

**OBJETO DEL CONTRATO:** El contratista se compromete a proporcionar el servicio objeto de este contrato bajo los términos, condiciones y especificaciones descritas a continuación:

ÍTEM	DESCRIPCIÓN O ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO	U/M	Cantidad	Precio Total IVA INCLUIDO
2	<p>CAMPAÑA COMUNICACIÓN INTERNA /OTRAS NECESIDADES</p> <p>Creación de mensajes, diseños y artes de los materiales contenidos en la estrategia comunicacional de la institución para el fomento de valores internos de FOSALUD; además de la coordinación y montaje de eventos institucionales.</p> <p>Periodo de Difusión: Desde la distribución del contrato hasta el 31 de diciembre de 2016.</p>	SERVICIO	1	\$80,000.00
3	<p>CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL CONSUMO DEL ALCOHOL.</p> <p>Creación de mensajes, diseños y artes de la campaña. Manejo de pauta en medios al alto impacto y estrategias de relaciones públicas mediante entrevistas en radio y espacios televisivos. Además de la coordinación y montaje de eventos y activaciones.</p> <p>Periodo de Difusión: lanzamiento agosto con difusión en periódicos vacacionales de agosto y diciembre</p>	SERVICIO	1	\$99,858.93
5	<p>CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL SOBREPESO Y DE LA OBESIDAD</p> <p>Creación de mensajes, diseños y artes de la campaña. Manejo de pauta en medios al alto impacto y estrategias de relaciones públicas mediante entrevistas en radios y espacios televisivos</p> <p>Periodo de difusión: Junio</p>	SERVICIO	1	\$61,961.88
<b>TOTAL IVA INCLUIDO (ITEMS 2,3 y 5).....</b>				<b>\$ 241,820.81</b>

ITEM	CUADRO RESUMEN PARA LA PRESENTACION DE LAS CAMPANA		
2	Medio	Costo Producción	Costo de Medios
Campaña de	Diseño y arte para todos los materiales de la institución, Ilustraciones en redes sociales.	\$ 40,000.00	\$ -
	Memoria de labores, boletines y revistas		

3

<b>Comunicación interna</b>	institucionales, entre otros.		
	Rendición de cuentas		\$ -
	Toma de Fotografías	\$ 40,000.00	\$ -
	Organización de actividades Institucionales		\$ -
	Compra de medios para reforzar otras campañas		\$ -
	<b>TOTAL</b>	\$80,000.00	\$

ITEM	<b>CUADRO RESUMEN PARA LA PRESENTACIÓN DE LAS CAMPANA</b>		
<b>3</b>  <b>Campaña de Prevención del consumo del Alcohol</b>	<b>Medio</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Costo de Medios</b>
	Radio	\$ -	\$ 31,998.43
	Televisión	\$ -	\$ 34,860.50
	Exteriores	\$ -	\$ 7,000.00
	Traseras de Buses	\$ -	\$ 5,000.00
	Prensa online	\$ -	\$ 5,000.00
	Cine	\$ -	\$ 3,000.00
		\$ -	\$ 2,000.00
	Producción de TV	\$ 5,000.00	\$ -
	Actividades de Marketing	\$ 3,000.00	\$ -
	Evento de lanzamiento	\$ 3,000.00	\$ -
	<b>TOTAL</b>	\$11,000.00	\$ 88,858.93

ITEM	<b>CUADRO RESUMEN PARA LA PRESENTACIÓN DE LAS CAMPANA</b>		
<b>5</b>  <b>Campaña de Prevención del sobrepeso y obesidad</b>	<b>Medio</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Costo de Medios</b>
	Radio	\$ -	\$ 24,994.43
	Televisión	\$ -	\$ 26,967.45
	Cine	\$ -	\$ 3,000.00
		\$ -	\$ 2,000.00
	Producción de TV	\$ 5,000.00	
	<b>TOTAL</b>	\$5,000.00	\$ 56,961.88

**CLÁUSULA SEGUNDA. CONDICIONES GENERALES DEL SERVICIO.** El contratista deberá incluir en el tratamiento de las campañas, el plan de comunicaciones y el manejo de Pautas. **DEFINICION DE LOS MEDIOS PARA EL ITEM NUMERO DOS:** Materiales impresos (trípticos, hojas volantes, afiches, separadores, tarjetas, etc.). Promocionales (tasas, bolsas porta instrumentos, vasos, camisetas, etc. Materiales de utilidad para el desarrollo del trabajo del personal) Diseño de revista interna y carteleras. Sugeridas por el contratista. **DEFINICION DE LOS MEDIOS PARA EL ITEM NUMERO TRES:** Radio con cobertura nacional (San Miguel, Sonsonate y Santa Ana). La pauta deberá ser contratada en horarios de seis a ocho de la mañana y de cuatro a siete de la tarde, con principal énfasis de difusión en la semana de agosto y diciembre. Televisión que comprenda la mayor difusión durante Agosto (Vacaciones de agosto), Noviembre (Día Mundial sin Alcohol) y diciembre (vacaciones de Navidad y fin de año). **DEFINICION DE LOS MEDIOS PARA EL ITEM NUMERO CINCO:** Radio (medio primario). Cuñas pautadas en las franjas de mayor rating a nivel nacional, en horarios de seis a ocho de la mañana y de cuatro de la tarde a siete de la noche. Compra de espacios para pautar spot de TV, treinta segundos en espacios de noticias nacionales, noticieros de mayor rating, con un incremento de la pauta en la semana del veinte al treinta y uno de



diciembre. Compra en la semana de vacaciones de diciembre. Durante los periodos vacaciones de agosto y diciembre, con especial énfasis en las películas de estreno los miércoles y fines de semana. El contratista brindara el servicio para el ITEM **NÚMERO DOS** de la siguiente forma: aplicando su estrategia de comunicación interna según su análisis de contexto. **Objetivo General:** Informar al público interno sobre las actividades que realiza FOSALUD a fin de crear un sentimiento de empoderamiento a través de la cultura de valores institucionales. **Nombre de la campaña: CAMPAÑA INTERNA DE COMUNICACIÓN.** **Identificación y Justificación de los públicos:** Público interno de FOSALUD. **Estrategia de la campaña:** Con la creación de diseños y artes institucionales que generen un empoderamiento en los públicos internos de FOSALUD, se pretende lograr la transmisión de mensaje que promueva los valores institucionales y la filosofía institucional a través de la convivencia. **Posicionamiento de la campaña:** Se posicionara con la viralización de mensajes institucionales por medio de los canales de comunicación formales y no formales de FOSALUD para crear sentimientos de empatía y empoderamiento en los públicos internos. **Descripción de las herramientas a utilizar:** Las herramientas a utilizar son boletines informativos, memoria de labores, ilustraciones para redes sociales entre otros, que permitan en posicionamiento de los diferentes valores y temas institucionales de FOSALUD. **Piezas y lista de los productos finales a entregar:** 1) Línea grafica de la campaña, 2) Adaptaciones para materiales impresos: Trípticos, hojas volantes, afiches, separadores, tarjetas y más, 3) Adaptaciones para promocionales: Tazas, bolsas para instrumentos, vasos, camisetas y lo que sirva para el desarrollo del trabajo diario. 4) Diseño de revista interna y cartelera. 5) Adaptaciones para redes sociales institucionales. Así como ilustraciones y series de gif. 6) E-marketing boletines. 7) Boletín electrónico. 8) Refrescamiento del sitio web en materia de información. 9) Diseño del documento para memoria de labores. 10) Cuaderno de trabajo más otros materiales que complementen la difusión de valores institucionales con el personal. 11) Propuesta visual del evento para Rendición de cuentas. 12) Sesión fotográfica y toma de video para proyecto institucional a definir por FOSALUD. Las actividades a realizar en las reuniones de la región occidental, central, metropolitana, paracentral, oriental y sede administrativa serán las siguientes: Creación de artes de invitación al evento para cada una de las regiones. Elaboración de artes con formatos institucionales para entrega de reconocimientos. Coordinación, montaje y realización de los diferentes eventos en los distintos puntos del país. Alianza estratégica con un ponente para motivación laboral que contribuya a identificación del personal interno con la cultura y filosofía institucional de FOSALUD. Implementación de dinámicas de participación y trabajo en equipo que permitan la integración de personal para alcanzar un objetivo y que pueda ser ganar un incentivo. **Servicios adicionales:** Negociaciones atractivas en las tarifas que publican los diferentes medios de comunicación. Bonificaciones a través de menciones en radio y televisión (en el caso específico de la compra de medios). Entrevistas en los diferentes espacios noticiosos en los diferentes medios de comunicación. Publicación de espacios de entrevista en los diferentes periódicos y revistas del

país. Soporte con personal periodístico asignado para elaborar boletines de prensa. Soporte en la toma de fotografías con personal especializado para las coberturas de prensa. Gestión en cuanto al establecimiento de alianzas estratégicas con clientes de Anle que mantienen buena posición en sus respectivas categorías. Soporte asesoría en temas relacionados a redes sociales. **Para el ÍTEM NÚMERO TRES** de la siguiente forma: aplicando su estrategia de comunicación según su análisis de contexto. **Objetivo General:** Informar sobre los daños e impacto del consumo nocivo de alcohol enfocados en los efectos de la salud, así como las consecuencias sociales y económicas. El propósito es evitar que existan ideas falsas alrededor del consumo del alcohol pues no tiene niveles, ni etapas, siempre conduce a la posibilidad de la enfermedad del alcoholismo. **Objetivos específicos:** 1) Informar a las niñas, niños, adolescentes y jóvenes sobre los daños y consecuencias originadas por el consumo de alcohol con el fin de que conozcan los daños reales de esta nociva práctica. 2) Mostrar situaciones y consecuencias derivadas del uso nocivo del alcohol, esto con el propósito de informar y prevenir acerca del contacto con esta práctica. **Nombre de la campaña: HISTORIAS SIN ALCOHOL,** la cual tendrá un tratamiento discursivo y un tratamiento gráfico de las piezas. **Identificación y Justificación de los Públicos:** Jóvenes y adultos, con especial interés en el rango de edad que va de los dieciocho a los treinta y cinco años. **Estrategia de la campaña:** Plan de medios. Gráficas de gant y anexo número dos de las bases de licitación. **Posicionamiento de la campaña:** Se posicionara en medios tradicionales como no tradicionales de alto impacto, que permitan llegar a jóvenes y adultos de dieciocho a treinta y cinco años. La propuesta de compra es en emisoras y programas televisivos con alto nivel de rating y alcance con los cuales dará impacto al público en general. **Descripción de las herramientas a utilizar:** Las herramientas a utilizar **Radio,** con cobertura nacional (San Miguel, Sonsonate y Santa Ana) considerando los perfiles de juveniles. La pauta tendrá mayor concentración en los periodos vacacionales de agosto y Diciembre, El material a utilizar será cuñas de treinta segundos y menciones de diez segundos. **Televisión,** se realizará una compra en los principales programas noticiosos con alto rating y mayor audiencia en tres canales de cobertura nacional, la distribución de la compra será en el periodo de Agosto, Noviembre y diciembre de dos mil dieciséis, con mayor énfasis en las semanas vacacionales de agosto y diciembre. El material a utilizar será Spot de treinta segundos. **Vallas,** se contratara una Valla unipolar y una pantalla digital, ubicada en lugares estratégicos de alto tráfico, garantizando un significativo número de impactos. Se cubrirá San Salvador con un tráfico vehicular diario promedio de ciento un mil setecientos uno y en pantallas digitales. **Muppies** en centros comerciales, **Trasera de buses,** se utilizara traseras de buses que transitan en zona metropolitana de San Salvador y rutas departamentales en Santa Ana y San Miguel. Serán quince traseras de buses distribuidas en las tres ciudades, además se colocaran un rotulo interno por cada trasera de buses, en total quince rótulos internos al inicio de la pauta. **Periódicos online,** se realizara en cinco de los principales periódicos online con perfiles de noticias, que presentan el mayor número de visitas diarias y mensuales. **Cine,** Se realizará median la compra en las cadenas de cine con

mayor afluencia de público cubriendo las principales ciudades. San Salvador, Santa Ana y San Miguel. El material a utilizar será slide de veinte segundos y será transmitido en un total de catorce salas de estreno con un promedio de cuatrocientos sesenta y seis por semana, se pautará con mayor frecuencia en las vacaciones de agosto y diciembre. **Piezas y lista de los productos finales a entregar:** 1) Piezas madres de campaña (mínimo tres) 2) Adaptaciones de las piezas madre a vallas y muppies (según contratación real de medios). 3) Adaptaciones de las piezas madre a banners digitales (según contratación real de medios) 4) Adaptaciones de las piezas madre a banners digitales (según contratación real de medios) 5) guion de TV y spot final para pautar 6) Adaptación de guion de TV para cine y spot final para pautar. 8) Propuesta visual del lanzamiento de la campaña y diseño de escenografía. **Actividades de Marketing:** se realizarán actividades en zonas en donde los jóvenes tienen exposición mayor al alcohol como en bares, centros comerciales, y parques del centro de San Salvador, mediante display con escenografías y actores que muestren las consecuencias del abuso del consumo del alcohol. Y las acciones para difundir el mensaje será: presentación de la campaña al interior de FOSALUD. Estrategia de difusión en redes sociales. Inclusión de la temática de la campaña en los medios impresos que se utilicen para informar a sus públicos internos, por ejemplo: Gira de medios. Alianzas estratégicas con presentadores de televisión y locutores de radio que nos ayuden a difundir los mensajes de prevención del alcoholismo. Colocación de afiches en carteleras claves al interior de FOSALUD, sus clínicas de atención y regionales. Distribución de promocionales de la campaña. **Para el ÍTEM NÚMERO CINCO** de la siguiente forma: aplicando su estrategia de comunicación según su análisis de contexto. **Objetivo General:** Informar a la población sobre el daño a la salud que ocasionan las cantidades de grasas, azúcares y sal ingeridas diariamente; además de las consecuencias de la vida sedentaria. El fin es lograr incidir en la población para que reflexionen sobre sus hábitos alimenticios y ritmos de vida. **Objetivos específicos:** Mostrar situaciones concretas de malos hábitos alimenticios con el propósito de seguir educando a la población en relación a sus estilos de vida y tipos de alimentos que podrían incorporar para vivir mejor. **Nombre de la campaña:** **TRUEQUES INTELIGENTES**, la cual tendrá un tratamiento discursivo y un tratamiento gráfico de las piezas. **Identificación y Justificación de los Públicos:** Madres, padres y cuidadores, en segunda instancia a niñas, niños, adolescentes y jóvenes que son un público más vulnerable a los mensajes que están expuestos en la publicidad. **Estrategia de la campaña:** Plan de medios. Gráficas de gantt y anexo número dos de las bases de licitación. **Posicionamiento de la campaña:** Se posicionará a través de medios tradicionales como no tradicionales de alto impacto, que nos permitan a todas las madres, padres y cuidadores para persuadir al consumo de una dieta balanceada en niñas y niños. La propuesta de compra es en emisoras y programas televisivos con altos niveles de rating y alcance, con los cuales aseguran dar impactos en el público de interés. Finalmente la colocación de pauta en cine, concentrando la compra en salas que presente mayor asistencia de público en fechas específicas como son las películas de estreno. **Descripción de las herramientas a utilizar:** Las herramientas a



utilizar Radio, Televisión, cines. **Piezas y lista de los productos finales a entregar:** 1) piezas madres de campaña (mínimo tres). 2) Guión de radio, menciones y cuña final para pautar. 3) Guión de TV y spot final para pautar. 4) Adaptación de guión de TV para cine y spot final para pautar. **Servicios Adicionales:** Negociaciones atractivas en las tarifas que publican los diferentes medios de comunicación. Bonificaciones a través de menciones en radio y televisión. Entrevistas en los diferentes espacios noticiosos en los diferentes medios de comunicación. Publicación de espacios de entrevistas en los diferentes periódicos y revistas del país. Soporte con personal periodístico asignado para elaborar boletines de prensa. Soporte en la toma de fotografía con personal especializado para las coberturas de prensa. Gestión en cuanto al establecimiento de alianzas estratégicas con clientes Anle que mantienen buena posición en sus respectivas categorías. Soporte y asesoría en temas relacionados a redes sociales. **OTRAS CONDICIONES EXIGIBLES:** El contratista realizara todos los diseños y artes finales requeridos para el plan de contenidos dispuesto en la estrategia de comunicación digital de Fosalud brindando capacidad de respuesta inmediata en casos de emergencia para el FOSALUD, en la elaboración de artes y levantamiento de texto, para publicaciones o cualquier material que el FOSALUD requiera; asignando el personal suficiente para poder atender los requerimientos solicitados por FOSALUD. El contratista se compromete a que el personal asignado para el desarrollo del proceso está disponible y tendrá capacidad para atender las necesidades publicitarias y de comunicación del FOSALUD, inclusive, durante cualquier emergencia (lluvias, terremotos, epidemias, etc.), las veinticuatro horas del día, siete días a la semana, principalmente en los períodos de vacaciones y asuetos, ya que son los períodos de tiempo en que los servicios de salud se concentran en FOSALUD. En este sentido los trabajos solicitados al contratista deberán ser presentados en las fechas en que se necesitan, aunque se traten de asueto o vacación y, en este mismo periodo, el personal técnico, incluyendo el director creativo, diseñador gráfico, encargado de la cuenta y encargado de medios, deberán estar al servicio de FOSALUD. El contratista acepta cualquier modificación que el departamento de comunicaciones del FOSALUD realice, variación, incluso cambios en estrategias y los medios inicialmente contratados en la descripción de campañas, ya sea en caso de que el concepto de campaña cambie por razones internas o externas o exactas y por otras causa justificadas o cuando la coyuntura social lo amerite. El contratista se compromete a que, en el caso de la programación de las jornadas de difusión, las temáticas y el tipo de medios a contratar, puedan ser modificadas en el transcurso de la campaña, según las necesidades del FOSALUD, así mismo se compromete a que las campañas publicitarias abonen a mantener el posicionamiento de la institución, considerando y tomando en cuenta las políticas de ahorro referente al gasto público que mantiene el Gobierno y el enfoque, lenguaje, equidad de género y respeto a la integridad física de la niñez y la adolescencia. El contratista garantiza que los costos de diseño, artes de materiales impresos, producción, toma de fotografías no representaran costo para FOSALUD. **CONDICIONES ESPECÍFICAS DEL SERVICIO.** Todo lo contratado, dentro de la estrategia de comunicación, deberá ser nuevo y en buen



estado. El contratista debió incluir en sus costos todo lo requerido para la satisfacción de los servicios sin que esto requiera costos adicionales para la institución. Las demás condiciones Específicas que se detallan en el anexo dos de las bases de licitación pública cero dos-dos mil dieciséis. **OTRAS CONDICIONES A CUMPLIR POSTERIORES A LA CONTRATACION.** a) **Monitoreo de mensajes y medios (pauta):** Este deberá ser sin ningún costo adicional para FOSALUD, debiendo el contratista enviar un informe mensual al departamento de comunicaciones del FOSALUD; b) **Costos de producción:** El contratista deberá respetar los costos de producción especificados en el contrato para los materiales de televisión, hasta lograr la satisfacción completa del cliente, según objetivos trazados; para lo cual brindará sin costo alguno el diseño y artes de materiales impresos y toma de fotografía, utilizando imágenes o ilustraciones que no representen costo para FOSALUD; c) **Evaluación externa de campañas de publicidad:** La evaluación externa de campañas de publicidad deberá realizarse en la última semana del periodo de ejecución de la campaña y deberá ser realizada por una empresa especialista y con experiencia comprobable en este tipo de trabajo, la cual en ningún momento tendrá afinidad con el contratista. Para efectos de evaluación y una muestra del tipo de evaluación solicitado. Para ello, la agencia publicitaria deberá presentar un informe con lo siguiente: Logros por objetivos, metas cubiertas, medios contratados y su respectiva facturación, número de mensajes transmitidos por cada medio; además, el contratista dentro de su informe post-campaña deberá presentar un informe que mida el efecto de la campaña y que contenga lo siguiente: Encuesta de opinión (tipo cuantitativo y cualitativo por medio de la entrevista con referentes en la temática de la campaña; Focus Group (análisis de información cualitativa); Cantidad de personas a las que ha llegado el mensaje y ubicación geográfica. **Confidencialidad de la información:** El contratista se compromete a mantener la confidencialidad sobre toda la información a la que haya tenido acceso a partir de la firma del contrato por lo que no podrá divulgar dicha información a la que haya tenido acceso, por lo que no podrá divulgar dicha información, ni tomarla como idea creativa para futuros proyectos publicitarios o informativos. La disposición es aplicable para toda la información que llegue a su conocimiento o que se produzca en razón del desempeño de sus funciones, salvo que la misma lo haga necesario, previa autorización de FOSALUD. Esto seguirá vigente aún después de la expiración del contrato. El administrador de contrato podrá variar, inclusive cambiar, las estrategias y los medios inicialmente contratados en la descripción de campañas, ya sea en caso de que el concepto de campaña cambie por razones internas o externas y por otras causas justificadas o cuando la coyuntura social lo amerite. **CLÁUSULA TERCERA. DOCUMENTOS CONTRACTUALES:** Forman parte integral del contrato con plena fuerza obligatoria para las partes los siguientes documentos: a) Las Bases de Licitación Pública No. 02/2016 **“CONTRATACIÓN DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD PARA LA CREACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, DISEÑO, PRODUCCION Y DIFUSION DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y EDUCACION DEL FOSALUD, DURANTE EL 2016”**. b) La Oferta del

"CONTRATISTA" presentada en "EL FOSALUD" el día diecisiete de diciembre de dos mil quince, c) La resolución de Adjudicación número cero tres/ dos mil dieciséis, de fecha veintiocho de enero del año dos mil dieciséis, d) Las notas aclaratorias número uno, de fecha catorce de diciembre de dos mil quince y la Adenda Numero uno, de fecha nueve de diciembre de dos mil quince, e) Las Garantías, f) Las Resoluciones Modificativas (Si las hubiere) y otros documentos que emanaren del presente contrato, los cuales son complementarios entre sí y serán interpretados en forma conjunta, en caso de discrepancia entre alguno de los documentos contractuales y este contrato, prevalecerá el contrato. Estos documentos forman parte integral del contrato y lo requerido en ellos es de estricto cumplimiento. **CLÁUSULA CUARTA.**

**FUENTE DE LOS RECURSOS, PRECIO Y FORMA DE PAGO:** Las obligaciones emanadas del presente instrumento serán cubiertas con cargo a GOBIERNO DE EL SALVADOR para lo cual se ha verificado la correspondiente asignación presupuestaria DOS CERO UNO SEIS-TRES DOS TRES CINCO-TRES-CERO DOS-CERO UNO-DOS UNO-UNO-CINCO CUATRO TRES CERO CINCO; DOS CERO UNO SEIS-TRES DOS TRES CINCO-TRES-CERO DOS-CERO DOS-DOS UNO-UNO-CINCO CUATRO TRES CERO CINCO y DOS CERO UNO SEIS-TRES DOS TRES CINCO-TRES-CERO DOS-CERO CUATRO-DOS UNO-UNO-CINCO CUATRO TRES CERO CINCO. La contratante o EL FOSALUD se compromete a cancelar al contratista la cantidad de **DOSCIENTOS CUARENTA Y UN MIL OCHOCIENTOS VEINTE 81/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$ 241,820.81)**. Los pagos se realizarán de la siguiente manera: mediante cheque por el Departamento de Tesorería de la Unidad Financiera Institucional del "FOSALUD" ubicada en la setenta y cinco avenida Norte número quinientos treinta y cuatro Colonia Escalón, San Salvador, en Dólares de los Estados Unidos de América, en un plazo de sesenta días calendario posteriores que el contratista presente en la Gerencia Financiera Institucional del FOSALUD, para trámite de quedan respectivo: Factura duplicado cliente, consolidada por renglón según espacio de factura y en armonía con los detalles de las notas de remisión en original, a nombre del Fondo Solidario para la Salud (FOSALUD) con dos copias, incluyendo en la factura: número de contrato, número de Licitación Pública, Número de resolución de adjudicación, número de ítem precio unitario, precio total facturado, además, De conformidad a lo establecido en el artículo ciento sesenta y dos inciso tercero del Código Tributario (El suministro/Servicio entregado deberá ser facturado y presentado a cobro en el mismo mes en el cual son presentadas las facturas en la Tesorería Institucional de la Gerencia Financiera Institucional del FOSALUD donde se recibirán facturas hasta el día dieciocho de cada mes). La recepción de las facturas en la Gerencia Financiera es del uno al dieciocho de cada mes, en aquellos casos en los que se establezcan entregas en periodos posteriores a estas fechas, el contratista podrá entregar con Notas de Remisión; si el contratista decide facturar, ésta factura deberá ser anulada y facturada con fecha del siguiente mes, agregando la leyenda "este producto fue entregado en fecha (colocar fecha de recepción original) con número de factura (el número de documento con el cual entregó) para

evitarnos cambios en el acta de recepción. Debidamente firmada y sellada de recibido por el Administrador de Contrato, original y dos copias de acta de recepción, previa presentación de un juego de copias de la documentación antes descrita al administrador de contrato del FOSALUD para que sea revisada, para lo cual se verificará confirmación de recibido, con acta de recepción original del servicio que llevará el sello correspondiente, para entregar el quedan respectivo. El pago se efectuara mediante cheque a nombre de ANLE, S.A. DE C.V., Correo Electrónico [gerencia@anlegroup.com.sv](mailto:gerencia@anlegroup.com.sv), Número de teléfono de contacto: dos dos tres seis-uno uno uno uno y fax dos dos tres seis-uno uno dos uno. **CLÁUSULA QUINTA.**

**PLAZO DE CONTRATO Y VIGENCIA:** El plazo de ejecución de las obligaciones emanadas del presente contrato es a partir de la distribución del contrato **AL TREINTA Y UNO DE DICIEMBRE DE DOS MIL DIECISEIS.** El tiempo de entrega de los servicios, será cuatro días calendario como máximo, después de la entrega por parte de FOSALUD del brief de la campaña. El contratista tendrá cuatro días calendarios posteriores a la aprobación de la campaña, donde se emitirá una orden de inicio de parte del administrador del contrato, para la elaboración de los medios impresos y para los medios masivos, según el plan de medios aprobados para cada campaña. Los periodos de difusión están determinados en el ANEXO número DOS de las Bases de Licitación número cero dos dos mil dieciséis. El servicio contratado deberá ser entregado en las oficinas Administrativas de FOSALUD ubicada en Novena Calle Poniente, Número tres mil ochocientos cuarenta y tres, entre setenta y tres y setenta y cinco avenida norte, colonia Escalón, San Salvador. **La vigencia** del presente contrato es a partir de la distribución del contrato al treinta y uno de diciembre de dos mil quince. **CLÁUSULA SEXTA. GARANTÍAS:** Para garantizar el cumplimiento de

las obligaciones derivadas del presente Contrato "EL CONTRATISTA", se obliga a constituir a su propio costo y a favor del FOSALUD la siguiente garantía: **a) GARANTIA DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO**, por un valor de **CUARENTA Y OCHO MIL TRESCIENTOS SESENTA Y CUATRO 16/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USA \$ 48,364.16)**, de conformidad al artículo treinta y cinco de la LACAP equivalente al VEINTE POR CIENTO del valor total del contrato, la vigencia será a partir de la distribución del contrato hasta el veintiocho de febrero de dos mil diecisiete y la cual deberá entregar dentro de los cinco días hábiles siguientes a la distribución del presente contrato. Dicha garantía consistirán en fianzas emitidas por sociedades afianzadoras, aseguradoras o instituciones bancarias nacionales o extranjeras siempre y cuando lo hiciere por alguna de las Instituciones Financieras del Sistema Salvadoreño, actuando como entidad confirmadora de la emisión, ARTICULO TREINTA Y DOS DE LA LEY DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES DE LA ADMINISTRACION PUBLICA. La garantía deberá presentarse en la UACI del Fondo Solidario para la Salud, ubicado en Novena Calle Poniente, entre la setenta y tres y setenta y cinco Avenida Norte, número tres mil ochocientos cuarenta y tres, Colonia Escalón, San Salvador. **CLÁUSULA SÉPTIMA. ADMINISTRACIÓN DEL CONTRATO:** El seguimiento al cumplimiento de las obligaciones contractuales estará a cargo de los



Administradores de Contrato, Licenciada Reina Margarita Sánchez Márquez, Jefe de la unidad de comunicaciones FOSALUD, para el ítem número dos y el Doctor Edgardo Adolfo Platero Alvarado, Coordinador de Programa Especial de Hábitos Saludables, para los ítems tres y cinco, ambos nombrados por la Titular del FOSALUD, mediante Acuerdo Institucional Número 02/2016, teniendo como atribuciones las establecidas, según sea el caso y tenga aplicación, los artículos ochenta y dos Bis, ciento veintidós de la LACAP, cuarenta y dos inciso tercero, setenta y cuatro, setenta y cinco inciso segundo, setenta y siete, ochenta y ochenta y uno del RELACAP. **CLÁUSULA OCTAVA. ACTA DE RECEPCIÓN:** Corresponderá al Administrador del Contrato en coordinación con el contratista, la elaboración y firma de las actas de recepción sean estas definitivas, parciales, o provisionales, las cuales contendrán como mínimo lo que establece el artículo setenta y siete del RELACAP. El contratista recibirá un Acta de la recepción satisfactoria del servicio por parte de la administradora del contrato, la cual deberá ser firmada por la Administradora del contrato, y el contratista, siendo este último quien remitirá en original a la GFI para efectos de liquidación. **CLÁUSULA NOVENA. MODIFICACIÓN:** De común acuerdo y siempre y cuando no exista perjuicio para alguna de las partes, el presente contrato podrá ser modificado y ampliado, en cualquiera de sus partes, de conformidad a la Ley, y cuando ocurra una de las situaciones siguientes: a) Por razones de caso fortuito o fuerza mayor, b) Cuando existan nuevas necesidades, siempre vinculadas al objeto contractual, y c) Cuando surjan causas imprevistas. En tales casos el FOSALUD emitirá la correspondiente resolución que modifique o amplíe el contrato, la cual será firmada posteriormente por ambas partes. La solicitud de Modificación deberá ser presentada al administrador del contrato con copia a las UACI del FOSALUD. Si el CONTRATISTA se atrasare en el plazo de entrega del servicio, por causas de Fuerza Mayor o caso fortuito, debidamente justificado y documentado, el FOSALUD podrá prorrogar el plazo de entrega. El CONTRATISTA dará aviso por escrito al FOSALUD dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha en que ocurra la causa que origina el atraso siempre y cuando esté dentro del plazo contractual. En caso de no hacerse tal notificación en el plazo establecido, esta omisión será razón suficiente para que el FOSALUD deniegue la prórroga del plazo contractual. La prórroga del plazo contractual de entrega será establecida y formalizada a través de una resolución modificativa de contrato autorizada por la Titular del FOSALUD, y no dará derecho al CONTRATISTA a compensación económica. La solicitud de prórroga deberá presentarse al Administrador del Contrato con copia a la UACI del FOSALUD. **CLÁUSULA DÉCIMA. PRÓRROGA:** En el caso de suministros, y previo al vencimiento del plazo pactado, el presente contrato podrá ser prorrogado de conformidad a lo establecido en el artículo ochenta y tres de la LACAP y setenta y cinco del RELACAP; en tal caso, se deberá modificar o ampliar los plazos y montos de la Garantías; debiendo emitir la contratante la correspondiente resolución de prórroga. **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMERA. CESIÓN:** Salvo autorización expresa del Fondo Solidario Para la Salud, el contratista no podrá transferir o ceder a ningún título, los derechos y obligaciones que emanan del

presente contrato. La transferencia o cesión efectuada sin la autorización antes referida dará lugar a la caducidad del contrato, procediéndose además a hacer efectiva la garantía de cumplimiento de contrato o el documento que haga sus veces. **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA. CONFIDENCIALIDAD:** EL contratista se compromete a guardar la confidencialidad de toda información revelada por La Contratante, independientemente del medio empleado para transmitirla, ya sea en forma verbal o escrita, y se compromete a no revelar dicha información a terceras personas, salvo que la contratante lo autorice en forma escrita. El contratista se compromete a hacer del conocimiento únicamente la información que sea estrictamente indispensable para la ejecución encomendada y manejar la reserva de la misma, estableciendo las medidas necesarias para asegurar que la información revelada por la contratante se mantenga con carácter confidencial y que no se utilice para ningún otro fin. **CLÁUSULA DÉCIMA TERCERA. SANCIONES:** En caso de incumplimiento el contratista expresamente se somete a las sanciones que emanaren de la LACAP ya sea imposición de multa por mora, inhabilitación, extinción, las que serán impuestas siguiendo el debido proceso por la contratante, a cuya competencia se somete para efectos de su imposición. **MULTAS POR ATRASO O INCUMPLIMIENTO.** Cuando la contratista incurriere en mora en el cumplimiento de sus obligaciones contractuales por causas imputables al mismo, podrá declararse la caducidad del contrato o imponer el pago de una multa por cada día de retraso, de conformidad al artículo ochenta y cinco de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública. Dichas multas serán impuestas por "EL FOSALUD". Las notificaciones que se generen en el proceso de multa se efectuarán en la Dirección establecida en el presente contrato, en caso de no encontrarse en esa Dirección, sin haber hecho el aviso de traslado, se efectuará de conformidad a las reglas del derecho común. **CLÁUSULA DÉCIMA CUARTA. OTRAS CAUSALES DE EXTINCIÓN CONTRACTUAL:** Sin perjuicio de lo establecido en la LACAP y el RELACAP, el presente contrato podrá extinguirse cuando se presentaren las situaciones establecidas en los artículos del noventa y dos al cien de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, se procederá en lo pertinente a dar por terminado el contrato. En caso de incumplimiento de la contratista a cualquiera de las estipulaciones y condiciones contractuales o las especificaciones establecidas en la Licitación Pública Número 02/2016, "EL FOSALUD", podrá notificar a la contratista su intención de dar por terminado el contrato sin responsabilidad para él, mediante aviso escrito con expresión de motivo. Si dentro del plazo de diez días calendario, contados a partir de la fecha en que la contratista haya recibido dicho aviso, continuare el incumplimiento o no hiciere arreglos satisfactorios al FOSALUD, para corregir la situación irregular, al vencimiento del plazo señalado, el FOSALUD dará por terminado el contrato sin responsabilidad alguna de su parte. En estos casos el FOSALUD, hará efectiva las Garantías que tuviere en su poder, en caso que el contratista reincida en cualquier incumplimiento en relación con la ejecución o administración del contrato, FOSALUD, podrá, sin responsabilidad de su parte dar por terminado el mismo lo que deberá notificar por

escrito a la contratista. Se podrá dar por terminado el contrato sin responsabilidad alguna de su parte cuando ocurra cualquiera de las situaciones siguientes: a) La mora de la contratista en el cumplimiento de los plazos de entrega o de cualquier otra obligación contractual, b) La contratista entregue el servicio en inferior calidad a lo ofertado o no cumpla con las condiciones pactadas en este contrato y c) por mutuo acuerdo entre ambas partes. **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA. TERMINACIÓN BILATERAL:** Las

partes contratantes podrán acordar la extinción de las obligaciones contractuales en cualquier momento, siempre y cuando no concurra otra causa de terminación imputable al contratista y que por razones de interés público hagan innecesario o inconveniente la vigencia del contrato, sin más responsabilidad que la que corresponda a la ejecución del servicio parcialmente ejecutado, o a los bienes entregados o recibidos.

**CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA. SOLUCIÓN DE CONFLICTOS:** Toda duda o discrepancia que surja con motivo de la interpretación o ejecución del contrato, las partes las resolverán de manera amigable o sea por arreglo directo y de acuerdo a lo dispuesto en los Artículos ciento sesenta y tres y ciento sesenta y cuatro de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública. De no alcanzar acuerdo alguno, deberá ser sometida para decisión final a proceso de arbitraje de acuerdo a lo dispuesto en el Título Tercero de la Ley de Mediación, Conciliación y Arbitraje, en la siguiente forma: Cada parte nombrará un árbitro dentro de los cinco días siguiente a la fecha de no haber alcanzado un arreglo directo y a su vez nombrarán un tercero para mutuo acuerdo para el caso de discordia, en caso de no llegar a acuerdo en la designación del Tercer árbitro este será nombrado por una Cámara de lo Civil de San Salvador dentro de los quince días siguientes a la juramentación de los dos primeros. El lugar del arbitraje será la ciudad de San Salvador y la ejecución del Laudo deberá ser tramitada en cualquier Tribunal de San Salvador que tenga jurisdicción. Los gastos de arbitraje serán cubiertos a prorrata por cada una de las partes, el Laudo arbitral no admitirá ningún recurso debiendo ser cumplido por las partes sin ulterior discusión. En caso de embargo al contratista, La contratante o FOSALUD, nombrará al depositario de los bienes que se le embargaren al contratista, quien releva al FOSALUD de la obligación de rendir fianza y cuentas. **CLÁUSULA DÉCIMA**


**SÉPTIMA. JURISDICCIÓN:** Para los efectos legales del Contrato, expresamente las partes contratantes señalamos como domicilio especial la Ciudad de San Salvador, El Salvador. **CLÁUSULA DÉCIMA**

**OCTAVA. INTERPRETACIÓN DEL CONTRATO:** El Fondo Solidario Para la Salud se reserva la facultad de interpretar el presente contrato, de conformidad a la Constitución de la República, la LACAP, el RELACAP, demás legislación aplicable, y los Principios Generales del Derecho Administrativo y de la forma que más convenga a los intereses del FOSALUD con respecto a la prestación objeto del presente instrumento; pudiendo en tal caso girar las instrucciones por escrito que al respecto considere convenientes. El contratista expresamente acepta tal disposición y se obliga a dar estricto cumplimiento a las instrucciones que al respecto dicte el FOSALUD. **CLÁUSULA DÉCIMA NOVENA. MARCO LEGAL:**

El presente contrato queda sometido en todo a la LACAP, RELACAP, la Constitución de la República, y en



forma subsidiaria a las Leyes de la República de El Salvador, aplicables a este contrato. **CLÁUSULA VIGÉSIMA. NOTIFICACIONES Y COMUNICACIONES:** La o él contratante señalan como lugar para recibir notificaciones en novena Calle Poniente entre setenta y tres y setenta y cinco Avenida Norte Colonia Escalón, San Salvador y **La o él contratista** señalan para el mismo efecto la siguiente dirección Arcos de Santa Elena, Calle Apaneca Cuatro "C", A, Antiguo Cuscatlán, La Libertad. Teléfono de contacto dos dos tres seis-uno uno uno y número de fax dos dos tres seis-uno uno dos uno. Todas las comunicaciones o notificaciones referentes a la ejecución de este contrato serán válidas solamente cuando sean hechas por escrito en las direcciones que las partes han señalado. En fe de lo cual suscribimos el presente contrato en dos originales, en la ciudad de San Salvador, Departamento de San Salvador, a los diecisiete días del mes de febrero del año dos mil dieciséis.

  
**Dra. Elvia Violeta Menjivar Escalante**  
"Presidenta del Consejo Directivo y Representante  
Legal del Fondo Solidario para La Salud (Fosalud)"  
"Contratante"



  
"ANLE, S.A. de C.V."  
"Contratista"

**ANLE, S.A. de C.V.**