

**CONTRATO No. 13/2017**  
**(Licitación Pública No. 02/2017)**  
**(Resolución de Adjudicación No. 02/2017)****“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 2017.”**

**ELVIA VIOLETA MENJÍVAR ESCALANTE**, de sesenta y cinco años de edad, Doctora en Medicina, del domicilio de San Salvador, Departamento de San Salvador, portadora de mi Documento Único de Identidad número cero un millón ochocientos veinte mil seiscientos ochenta y tres – cero; con Número de Identificación Tributaria cero cuatrocientos dos – doscientos veinte mil ochocientos cincuenta y uno – cero cero uno – siete; 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

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] de la sociedad **“ANLE, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE”**, que se abrevia **“ANLE, S.A. DE C.V.”**, con

Número de Identificación Tributaria cero seis uno cuatro-cero ocho cero tres siete nueve-cero cero uno-ocho, 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 judicial y extrajudicial 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 Ordinaria 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 José Antonio Lemus Zaldívar y como Vicepresidente el Señor Ricardo Ernesto Lemus Zelaya, 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 02/2017, 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 2017**”, 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	CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE ALCOHOL Creación de mensajes, diseños y artes de la campaña. Manejo de pauta en medios de alto impacto y estrategias de relaciones públicas mediante entrevistas de radios y espacios televisivos, además de la coordinación y del montaje de eventos y las diferentes actividades de marketing de la campaña. Finalmente manejo de pauta digital en medios electrónicos y recomendaciones para estrategias de redes sociales.	SERVICIO	1	\$ 99,935.26
4	CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA SOCIAL. Creación de mensajes, diseños y artes de la campaña. Manejo de pauta en medios de alto impacto y estrategias de relaciones públicas mediante entrevistas de radios y espacios televisivos, además de la coordinación y del montaje de eventos y las diferentes actividades de marketing de la campaña. Finalmente manejo de pauta digital en medios electrónicos y recomendaciones para estrategias de redes sociales.	SERVICIO	1	\$ 49,913.30
6	CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE LESIONES OCASIONADAS POR LA POLVORA Creación de mensajes, diseños y artes de la campaña. Manejo de pauta en medios de alto impacto y estrategias de relaciones públicas mediante entrevistas de radios y espacios televisivos, además de la coordinación y del montaje de eventos y las diferentes actividades de marketing de la campaña. Finalmente manejo de pauta digital en medios electrónicos y recomendaciones para estrategias de redes sociales.	SERVICIO	1	\$ 79,772.70
<b>TOTAL IVA INCLUIDO (ITEMS 2, 4 Y 6).....</b>				<b>\$ 229,621.26</b>

ÍTEM	CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE CONSUMO DE ALCOHOL		
	Medio	Costo de Medios	Costo de Producción.
2	RADIO	\$ 29,984.61	-
	TELEVISION	\$ 29,950.65	-
	VALLAS	\$ 7,000.00	-
	TRASERAS DE BUSES	\$ 7,000.00	-
	MEDIOS DIGITALES	\$ 5,000.00	-
	CINE	\$ 5,000.00	-

	PRODUCCION TV.	-	\$ 9,000.00
	CELEBRACION DIA MUNDIAL SIN ALCOHOL	-	\$4,000
	ACTIVIDADES DE MARKETING	-	\$3,000
	<b>TOTAL</b>	<b>\$83,935.26</b>	<b>\$16,000.00</b>

ITEM	CAMPAÑA DE LA VIOLENCIA SOCIAL		Costo de Producción
4	<b>Medio</b>	<b>Costo de Medios</b>	-
	RADIO	\$ 19,991.50	-
	TELEVISIÓN	\$ 17,921.80	-
	CINE	\$ 2,000.00	-
	BANNER WEB	-	\$ 3,000.00
	PRODUCCION TV	-	\$ 7,000.00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$39,913.30</b>	<b>\$10,000</b>

ITEM	CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE LESIONES OCASIONADAS POR LA POLVORA		Costo de Producción
6	<b>Medio</b>	<b>Costo de Medios</b>	<b>Costo de Producción</b>
	Radio	\$ 29,952.00	-
	Televisión	\$ 29,820.70	-
	VALLAS	\$ 5,000.00	-
	TRASERAS DE BUSES	\$ 5,000.00	-
	Producción de TV	-	\$ 5,000.00
	LANZAMIENTO DE EVENTO	-	\$ 5,000.00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 69,772.70</b>	<b>\$10,000.00</b>

**CLÁUSULA SEGUNDA. CONDICIONES GENERALES DEL SERVICIO.** El contratista debió de considerar en el servicio contratado, en el tratamiento de las campañas el plan de comunicaciones y el manejo de pautas, cuando aplique. DEFINICION DE LOS MEDIOS PARA EL ITEM NUMERO DOS: radio, con cobertura nacional ( San Miguel, Sonsonate, y Santa Ana), la pauta deberá ser contratada en horarios de seis de la mañana a ocho de la mañana, y de cuatro de la tarde a siete de la tarde, con principal énfasis en la defunción 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 de fin de año). En la evaluación no se tomará en consideración cortinas informativas ni menciones, sino únicamente la pauta contratada. Producción de sport. Vallas y Mupies al interior de centros comerciales y paradas de buses. Traseras de buses y rótulos internos, de buses en San Salvador, Santa Ana y San Miguel. Banners en periódicos digitales que actualizan constantemente su contenido. Cine (durante los períodos de vacaciones de agosto y diciembre, con especial énfasis en las películas de estreno, los miércoles y fines de semana. Celebración del día mundial sin alcohol, (el contratista deberá presentar la propuesta visual, novedosa de lanzamiento de la campaña, la cual tendrá de eje temático el objetivo de la campaña, y deberá contemplar el

presupuesto una escenografía. Actividades de marketing previo a las vacaciones. DEFINICION DE LOS MEDIOS PARA EL ITEM NUMERO CUATRO: Radio (Cuñas pautadas, en radio con cobertura a nivel nacional en horarios de seis a ocho de la mañana y de cuatro a siete de la tarde). Televisión, compra de espacios para pautar spots de televisión, treinta segundos en espacios de noticias nacionales y segmentos estratégicos. Producción de spots. Banners electrónicos. Slide de Cine, exhibidos en películas de estreno los miércoles y fines de semana. DEFINICION DE LOS MEDIOS PARA EL ITEM NUMERO SEIS: 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. Televisión en espacios de noticias nacionales con un incremento de la pauta de la semana del veinte al treinta y uno de diciembre. Producción de televisión. Vallas ubicadas en las calles de mayor tráfico vehicular (comprobado a través de reporte) en San Salvador. Traseras de buses y rótulos internos en autobuses (rutas que transiten el setenta y cinco por ciento en San Salvador, en el resto en los departamentos de Santa Ana y La Libertad). Lanzamiento de evento. El contratista brindara el servicio para el **ITEM NÚMERO DOS** de la siguiente manera: aplicando su estrategia de comunicación interna según su análisis de contexto. **Objetivo General:** Sensibilizar a la población y juventud sobre el consumo de alcohol y los riesgos de sufrir accidentes de tránsito. **Objetivos específicos:** Mostrar directamente las consecuencias trágicas que deje la conducción en estado de ebriedad. Esto tiene el propósito de despertar el interés de la población para que reflexione sobre la enfermedad del alcoholismo; Informar sobre los centros de prevención y tratamientos de adicciones del Fosalud con el fin de que las personas enfermas de alcoholismo conozcan una salida para su padecimiento; apoyar con el diseño de materiales institucionales que complementen el mensaje de la campaña recomendada. La idea es difundir información relacionada con todo el marco legal existente sobre el consumo de alcohol. **Nombre de la campaña:** LOS ESTRENOS DEL ALCOHOL, la cual tendrá un tratamiento discursivo de las piezas y un tratamiento grafico de las piezas, que se apoyan en los nombres de algunas películas famosas. **Identificación y Justificación de los públicos:** la campaña está dirigida a una Población joven, el rango de edad va desde los dieciocho a los treinta y cinco años, pueden ser estudiantes universitarios, personas que ya trabajan y que su forma de diversión incluye siempre el alcohol. **Estrategia de la campaña:** Con el desarrollo de esta campaña multimedios se pretende concientizar a los jóvenes y adultos de dieciocho a treinta y cinco años el consumo y el abuso del alcohol para la prevención de los accidentes de tránsito. Se desarrolla una estrategia Through the Line (sobre la línea) que permitirá tener combinación de medios ATL, (prensa, televisión y radio) y BTL (Actividades de marketing) con el cual se podrá generar un acercamiento bastante integrado entre la institución y el público meta. **Posicionamiento de la campaña:** El evento será un cocktail donde los invitados podrán apreciar y ser testigos de una serie de obras, al igual que asistir a una galería o exposición. **Action Marketing.** Se recorrerán las calles de San Salvador con una grúa que lleve un carro completamente destrozado y un rotulo gigante que diga "IMPACTO PROFUNDO TU PROXIMO

**ESTRENO SI CONDUCES CON ALCOHOL". Celebración del Día mundial.** Posicionamiento de la campaña: Esta vez la actividad del día mundial sin alcohol, se llevará a cabo en el Centro Histórico de San Salvador, específicamente en el Parque Libertad, donde se montará una escena de un choque como que se estuviera filmando la escena de una película. Descripción de las herramientas a utilizar: Las herramientas a utilizar: Plaza en San Salvador, montaje de escena de un choque, dos carros chocados (gestión con FOSALUD), maniquís (heridos), ambulancia de FOSALUD, Cinta amarilla (gestión con FOSALUD), carro patrulla con agentes, (gestión con FOSALUD), cámara de video, luces de filmación, rótulo tipo claqueta, backing, pódium, toldos (Fosalud), sillas, lista de los productos finales a entregar: Afiches, trípticos, roll up, banner, radio, televisión, vallas, pantallas digitales, Banner digitales, mupies, slide para cine, afiche, post para redes sociales. Materiales para eventos Backing, Diseño para promocionales, banner, Boletín de prensa, tencart, Sticker, banderolas, tótem, membretes en general. El fosalud podrá realizar los cambios necesarios para el desarrollo de todas las actividades de marketing, y eventos institucionales sin costo adicional. El contratista brindara el servicio para el **ÍTEM NÚMERO CUATRO** de la siguiente forma: aplicando su estrategia de comunicación según su análisis de contexto. **Objetivo General:** Promover en adolescentes y jóvenes el aprendizaje de buenas prácticas y habilidades para mejorar las relaciones interpersonales en la familia, escuela, la comunidad y los centros de trabajo. **Objetivos específicos:** I) Fomentar una cultura de paz, basada en una grupo de valores fundamentales para la sociedad. Esto con el firme propósito de ir al rescate de los valores que se están perdiendo y que son claves, para romper con los circuitos de violencia. II) Educar por medio de piezas publicitarias acerca de los valores, que hacen falta y que deben propiciarse en cada hogar salvadoreño. Lo que se busca es generar una campaña que invite al cambio desde el hogar. III) Apoyar con el diseño de materiales institucionales que complementen el mensaje de la campaña recomendada, la idea es difundir información relacionada con todo el marco legal existente para la prevención de la violencia. **Nombre de la campaña:** AGARRA VALOR Y FOMENTA LA PAZ, la cual tendrá un tratamiento discursivo y un tratamiento grafico de las piezas. La Campaña de prevención de la violencia está ejecutado con un lenguaje sencillo, directo y con un tono cálido de invitación para el cambio dela vida. **Identificación y Justificación de los Públicos:** La campaña está dirigida a la población en general. Sin embargo buscara enfocarse en adolescentes, jóvenes en el ámbito familiar, el centro escolar, la comunidad y el centro de trabajo. **Estrategia de la campaña:** Implementar una campaña con medios estratégicos para la multiplicación de los valores, paz, compasión y comprensión en los públicos objetivos, niñas y niños, adolescentes, jóvenes, adultos jóvenes, y adultos en espacios de diversas conveniencias. Se desarrolla una estrategia Through the Line (sobre la línea) que permitirá tener combinación de medios ATL, (prensa, televisión y radio) y BTL (Actividades de marketing) con el cual se podrá generar un acercamiento bastante integrado entre la institución y el público meta. **Descripción de las herramientas a utilizar:** Las herramientas a utilizar: Stand de cuatro estaciones, impresiones, otomanes, backing, pódium, pantalla de

proyección, actores, rótulos. **Piezas y lista de los productos finales a entregar:** Afiches, trípticos, roll up, banner, radio, televisión, vallas, pantallas digitales, Banner digitales, mupies, slide para cine, afiche, post para redes sociales. Materiales para eventos: Backing, Diseño para promocionales, banner, Boletín de prensa, tencart, Sticker, banderolas, tótem, membretes en general. **Plan de Relaciones Publicas:** Presentar a los salvadoreños los diferentes valores de la campaña para reducir los índices de la violencia a través de un enlace directo con los medios de comunicación, mediante la presentación de la campaña por medio de actividades y mensajes de alto contenido de valor, para generar noticias y contenido en los demás medios. El contratista brindara el servicio para el **ÍTEM NÚMERO SEIS** de la siguiente forma: aplicando su estrategia de comunicación según su análisis de contexto. **Objetivo General:** Sensibilizar a la población salvadoreña sobre los daños ocasionados por la manipulación de la pólvora (física y psicológica) que ésta deja en los afectados, **Objetivos específicos:** Incentivar a la población salvadoreña para que cambie de opinión con respecto a la quema de pólvora y deje de comprarla. El propósito es el de concientizar a pequeños y adultos para evitar quemaduras y accidentes con el uso de la misma. Promover el cierre de año escolar diferente en relación al tradicional cierre académico. Esto con el fin de difundir el mensaje relacionado a la campaña, y que enseña a decirles no a la pólvora. Apoyar con el diseño de materiales institucionales que complementen el mensaje de la campaña recomendada. La idea es difundir información relacionada con todo el marco legal existente para la regulación de la pólvora. **Nombre de la campaña:** “¡CERO POLVORA! LA NOTA PERFECTA DE FINDE AÑO”, la cual tendrá un tratamiento discursivo y un tratamiento grafico de las piezas: La campaña de prevención de lesiones con pólvora se ha desarrollado bajo una línea discursiva que se apoya en un lenguaje sencillo directo y muy fuerte en el contenido. **Identificación y Justificación de los Públicos:** La campaña está dirigida a toda la población en general, esta segmentada de la siguiente manera: niñas, niños, adolescentes, primera fase, (septiembre). Madres, padres y cuidadores (diciembre). Estrategia de mediática: Implementar una campaña en medios estratégicos para prevenir las lesiones ocasionadas por el uso de la pólvora y la comercialización en pólvora no autorizada en los públicos objetivos: niñas y niños, adolescentes, jóvenes, adultos jóvenes y adultos. **Posicionamiento de la campaña:** Este lanzamiento mas que dar a conocer la campaña, se hará que los invitados se compenetren con el mensaje, el recinto contará con decoración alusiva a la campaña. Además, habrá: tarima, pódium, pantalla para proyectar, campaña y teatro de títeres. **Piezas y Lista de los productos finales a entregar:** Afiches, trípticos, roll up, banner, radio, televisión, vallas, pantallas digitales, Banner digitales, mupies, slide para cine, afiche, post para redes sociales. Materiales para eventos: Backing, Diseño para promocionales, banner, Boletín de prensa, tencart, Sticker, banderolas, tótem, membretes en general. **Plan de Relaciones Publicas:** Presentar a los salvadoreños las consecuencias de las quemaduras por pólvora para reducir los índices de quemaduras en niñas, niños, jóvenes y adolescentes a través de un enlace directo con los medios de comunicación mediante la presentación de la campaña por medio de actividades y mensajes con alto contenido de valor para generar

noticias y contenido en los medios. **OTRAS CONDICIONES EXIGIBLES:** Las Campañas publicitarias empleadas por el contratista deben de abonar a mantener el posicionamiento del FOSALUD. Es importante que el contratista haya considerado que el objetivo es contribuir a la sensibilización de la población en temas de prevención de enfermedades y promoción de la salud, por lo que deberá potenciar las pautas con espacios adicionales en los medios contratados, de igual forma, deberá tomar en cuenta el enfoque y lenguaje de género y equidad. El contratista se compromete a mantener la confidencialidad sobre toda la información a la que haya tenido acceso a partir de la firma del presente contrato, 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 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. Esta cláusula seguirá vigente aun después de la expiración del contrato. En caso de incumplimiento de esta obligación, FOSALUD eliminará al contratista de las firmas calificadas para futuros servicios, trasladará un informe a la UNAC, del Ministerio de Hacienda, y hará de conocimiento público dicho incumplimiento, pudiendo proceder en forma judicial por daños causados. El Departamento de comunicaciones del Fondo Solidario para la salud podrá variar, inclusive cambiar, las estrategias y los medios inicialmente contratados en la descripción de campañas, ya sea en caso que el concepto de campaña cambie por razones internas o externas y por otras causas justificadas o cuando la coyuntura social lo amerite. De igual manera se podrá modificar los medios contratados, si se cambia la población meta a las que van dirigidas las campañas y según las necesidades Institucionales: así como la programación de las jornadas de difusión y las temáticas. **CONDICIONES ADMINISTRATIVAS A CUMPLIR POSTERIORES A LA CONTRATACIÓN.** a) **Monitoreo de mensajes y medios (pauta).** Deberá ser sin ningún costo adicional a lo señalado en el presente contrato y se deberá enviar un informe a la unidad de comunicaciones del FOSALUD, al finalizar cada campaña o cuando el administrador/a del contrato lo solicite. b) **Costos de producción.** El contratista deberá respetar los costos de producción establecidos para los materiales de televisión, hasta lograr la satisfacción completa del FOSALUD, según objetivo trazados. Con respecto a los costos, tanto el diseño y artes de materiales impresos, toma de fotografía y producción deberán ser sin costo adicional, utilizando imágenes o ilustraciones que no representen costo para el FOSALUD. c) **Evaluación externa de campañas de publicidad.** La evaluación externa deberá ejecutarse en la última semana del período de ejecución de la campaña y deberá ser realizada por una empresa especialista y con experiencia comprobable en ese tipo de trabajo, la cual en ningún momento tendrá afinidad con el contratista. La evaluación se realizará dos semanas después de finalizar la divulgación y promoción de las campañas específicas. Para ello, el contratista 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: Encuestas 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. **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. 02/2017 **“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 2017”**. b) La Oferta del “CONTRATISTA” presentada en “EL FOSALUD” el día tres de febrero de dos mil diecisiete, c) La resolución de Adjudicación número cero dos/ dos mil diecisiete, de fecha veinticuatro de febrero de dos mil diecisiete, d) Las Garantías, e) 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 SIETE – TRES DOS TRES CINCO – TRES - CERO DOS - CERO UNO - DOS UNO – UNO - CINCO CUATRO TRES CERO CINCO; DOS CERO UNO SIETE - TRES DOS TRES CINCO – TRES - CERO DOS - CERO CUATRO -DOS UNO – UNO - CINCO CUATRO TRES CERO CINCO. La/EL contratante o EL FOSALUD se compromete a cancelar al contratista la cantidad de **DOSCIENTOS VEINTINUEVE MIL SEISCIENTOS VEINTIUNO 26/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$ 229,621.26)**. 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

9

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 y fax dos dos tres seis-uno uno dos uno. El/a contratista deberá designar por escrito a través de una autorización con firma autenticada por notario de la persona que retirará los cheques de pago, estableciendo las generales de esta, sino lo hace personalmente. En el caso de que se trate de persona jurídica se deberá presentar la autorización con firma del Representante Legal o el Apoderado de la Sociedad, debidamente autenticada por notario, estableciendo las generales de la persona que retirará el cheque de pago en representación de la sociedad. Dicha autorización deberá presentarse en original por el/a contratista a la Tesorería institucional a la hora de tramitar el pago respectivo (presentación de documentos y emisión de quedan). De existir algún cambio en la designación de la persona autorizada para retirar los cheques, se deberá emitir una nueva autorización, dejando sin efecto la anterior, y estableciendo quien será la nueva persona autorizada para el retiro de los cheques de pago, siendo obligatorio para el/a contratista dar aviso de inmediato a la Tesorería Institucional de Fosalud, al momento de ser sustituida a la persona.

**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 diecisiete. El tiempo de entrega de los servicios, producto de este contrato se realizará posterior a la aprobación final de la campaña, donde se emitirán las respectivas órdenes de servicio para los medios requeridos. El Lugar, la forma, plazo y las condiciones de entrega están definidos en el ANEXO número DOS de las Bases de Licitación número cero dos- dos mil diecisiete. **La vigencia** del presente contrato es a partir de la distribución del contrato al treinta y uno de diciembre de dos mil diecisiete.

**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 CINCO MIL NOVECIENTOS VEINTICUATRO 25/100 DÓLARES DE**

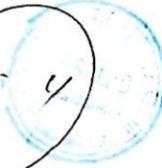
**LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USA \$45,924.25)**, de conformidad al artículo treinta y cinco de la LACAP equivalente al VEINTE POR CIENTO del valor total del contrato, la vigencia será a partir de la distribución del contrato hasta el veintiocho de febrero de dos mil dieciocho y la cual deberá entregar dentro de los cinco días hábiles siguientes a la distribución del presente contrato. b) **GARANTÍA DE BUEN SERVICIO, FUNCIONAMIENTO Y CALIDAD DE LOS BIENES:** Para garantizar el buen servicio, funcionamiento y calidad de los bienes y/o servicios entregados, deberá presentarse garantía por un valor de VEINTIDOS MIL NOVECIENTOS SESENTA Y DOS 13/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USA \$22,962.13), de conformidad al artículo treinta y siete Bis de la LACAP, equivalente al DIEZ POR CIENTO del monto total del contrato, la cual deberá entregar dentro de los cinco días hábiles posteriores a la fecha de la primera acta de recepción emitida por la Administradora de contrato mediante la cual conste la entrega del suministro, y permanecerá vigente a partir de la fecha del acta de recepción hasta DIECIOCHO MESES. Dicha garantía consistirá 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 ser presentada con nota de remisión para efectos de recepción y dos copias adicionales a las garantías originales 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 Clara Guadalupe Hernández ,Comunicadora Digital de FOSALUD, para el Item seis, y el Doctor Edgardo Adolfo Platero Alvarado, Coordinador de Programa Especial de Hábitos Saludables, para los ítems dos y cuatro, ambos nombrados por la Titular del FOSALUD, mediante Acuerdo Institucional Número 03/2017, 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 a los Administradores 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 los administradores del contrato, la cual deberá ser firmada por los Administradores del contrato, y el contratista, siendo este último quien remitirá en original a la Gerencia Financiera Institucional 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 la UACI del FOSALUD. Si el/la CONTRATISTA se atrasare en el plazo de entrega del suministro/servicio, por causas de Fuerza Mayor o caso fortuito, debidamente justificado y documentado, el FOSALUD podrá prorrogar el plazo de entrega. El/la 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/a CONTRATISTA a compensación económica. Las prórrogas de plazo no se darán por atrasos causados por negligencia del CONTRATISTA, por no contar con el personal suficiente o por atrasos imputables a sus subcontratistas o suministrantes. La solicitud de prórroga deberá presentarse al/a Administrador/a 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/la 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. Si durante la ejecución del contrato se comprobare por la Dirección General de Inspección de Trabajo del Ministerio de Trabajo y Previsión Social, incumplimiento por parte del/la contratista a la normativa que prohíbe el trabajo infantil y de protección de la persona adolescente trabajadora, se deberá tramitar el procedimiento sancionatorio que dispone el artículo CIENTO SESENTA de la LACAP para determinar el cometimiento o no durante la ejecución del contrato de la conducta tipificada como causal de inhabilitación en el artículo CIENTO CINCUENTA Y OCHO Romano V literal b) de la LACAP relativa a la invocación de hechos falsos para obtener la adjudicación de la contratación. Se entenderá por comprobado el incumplimiento a la normativa por parte de la Dirección General de Inspección de Trabajo, si durante el trámite de re inspección se determina que hubo subsanación por haber cometido una infracción, o por el contrario si se remitiere a procedimiento sancionatorio, y en este último caso deberá finalizar el procedimiento para conocer la resolución final. **MULTAS POR ATRASO O INCUMPLIMIENTO.** Cuando el/a 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 02/2017, “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 hiciera 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", Antiguo Cuscatlán, La Libertad. Teléfono de contacto dos dos tres seis-uno 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 trece días del mes de marzo del año dos mil diecisiete.



**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.**