

La información suprimida es de carácter confidencial, conforme a lo dispuesto en los Arts. 6 literal a), 24 literal c), 30 y 32 de la Ley del Acceso a la Información Pública, (LAIP).

**CONTRATO No. 54/2019**  
**(Licitación Pública No. 08/2019)**  
**(Resolución de Adjudicación No. 04/2019)**

**“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 2019”**

**ELVIA VIOLETA MENJÍVAR ESCALANTE,** [REDACTED] Doctora en Medicina, del domicilio de [REDACTED] portadora de mi Documento Único de Identidad [REDACTED]

[REDACTED] 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 [REDACTED] de [REDACTED]

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ actuando en mi calidad de Representante Legal 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) Testimonio de 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) Testimonio de 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 o el Vicepresidente de la Junta Directiva conjunta o separadamente o al administrador único en su caso, 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 CIENTO TREINTA Y SIETE del Libro TRES MIL SETECIENTOS CINCUENTA Y UNO del Registro de Sociedades, el día veintidós de junio de dos mil diecisiete, y de la cual consta la certificación de PUNTO SEIS del Acta número CINCUENTA Y CINCO 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 dieciocho

de mayo de dos mil diecisiete, en la cual consta que en el punto seis se acordó elegir la nueva administración de la sociedad, habiendo sido electo para el cargo de [REDACTED]

[REDACTED] para el período de cinco años, a partir de la fecha de inscripción en el registro de comercio, la cual se encuentra vigente a la fecha, y por lo cual me encuentro facultado/a para otorgar actos como el presente; y en el transcurso del presente instrumento me denominare **“EL/LA CONTRATISTA”** y en las calidades antes expresadas **MANIFESTAMOS:** Que hemos acordado otorgar y en efecto otorgamos proveniente del proceso de Licitación Pública número **08/2019**, 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 2019**, 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/a contratista se compromete a proporcionar el suministro/servicio objeto de este contrato bajo los términos, condiciones y especificaciones descritas a continuación:

ÍTEM	CODIGO SINAB	DESCRIPCIÓN	U/M	CANTIDAD	PRECIO TOTAL CON IVA
2	N/A	CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE ALCOHOL.	Servicio	1	\$109,985.07
5	N/A	CAMPAÑA DE COMUNICACION INSTITUCIONAL	Servicio	1	\$120,000.00
6	N/A	CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE LESIONES OCASIONADAS POR LA PÓLVORA.	Servicio	1	\$89,983.73
<b>MONTO TOTAL IVA INCLUIDO (ITEMS 2, 5 Y 6) .....</b>					<b>\$319,968.80</b>

**CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE CONSUMO DE ALCOHOL**

MEDIO	JULIO - AGOSTO	DICIEMBRE	TOTAL INVERSION
RADIO	\$ 21,029.36	\$ 11,968.03	\$ 32,997.39
TELEVISION	\$ 15,422.19	\$ 12,565.49	\$ 27,987.68
VALLAS Y MUPIS	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 9,000.00
TRASERAS DE BUSES	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 5,000.00
MEDIOS DIGITALES		\$ 4,000.00	\$ 4,000.00

CINE	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 3,000.00
TOTAL INVERSION MEDIOS CON IVA	\$ 44,951.55	\$ 37,033.52	\$ 81,985.07
PRODUCCION TV Y CUÑA	\$ 7,000.00		\$ 7,000.00
LANZAMIENTO DE CAMPAÑA	\$ 7,000.00		\$ 7,000.00
CELEBRACION DIA MUNDIAL SIN ALCOHOL	\$ 6,000.00		\$ 6,000.00
ACTIVIDAD DE MARKETING	\$ 8,000.00		\$ 8,000.00
GRAN TOTAL CON IVA	\$ 72,951.55	\$ 37,033.52	\$ 109,985.07

**CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

MEDIO	COSTO DE PRODUCCION	COSTO DE MEDIO	VALOR AGREGADO
DISEÑO GRAFICO E IMPRESIÓN DE MATERIALES INSTITUCIONALES	\$ 26,548.67	\$ -	\$ 3,451.33
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS INSTITUCIONALES	\$ 35,398.23	\$ -	\$ 4,601.77
OTRAS NECESIDADES DE COMUNICACION	\$ 44,247.79	\$ -	\$ 5,752.21
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 106,194.69</b>		<b>\$ 13,805.31</b>

**CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE LESIONES OCASIONADAS POR LA PÓLVORA**

MEDIO	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL INVERSION
RADIO	\$ 6,991.44	\$ 20,008.42	\$ 26,999.86
TELEVISION		\$ 24,983.87	\$ 24,983.87
VALLAS Y MUPIS		\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
TRASERAS DE BUSES		\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
CINE		\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
MEDIOS DIGITALES		\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
<b>TOTAL INVERSION MEDIOS CON IVA</b>	<b>\$ 6,991.44</b>	<b>\$ 63,992.29</b>	<b>\$ 70,983.73</b>

EVENTO DE LANZAMIENTO Y PRE LANZAMIENTO DE CAMPAÑA		\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
PRODUCCION SPOT TV Y CUÑA RADIAL		\$ 7,000.00	\$ 7,000.00
ACTIVIDADES DE MARKETING		\$ 7,000.00	\$ 7,000.00

<b>GRAN TOTAL CON IVA</b>	<b>\$ 6,991.44</b>	<b>\$ 82,992.29</b>	<b>\$ 89,983.73</b>
---------------------------	--------------------	---------------------	---------------------

**CLÁUSULA SEGUNDA. CONDICIONES GENERALES Y/O ESPECIFICAS:** 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. El contratista brindara el servicio para el ÍTEM NUMERO DOS de la siguiente manera: **Objetivo General:** Crear conciencia en la juventud y población sobre el consumo nocivo de alcohol, la conducción peligrosa y los riesgos de sufrir lesiones por accidentes de tránsito. **Objetivo Específico:** Alentarla a abandonar el uso nocivo de alcohol y promover el uso de los servicios de salud para recibir los tratamientos para la cesación alcohólica que están disponibles en el Sistema Nacional de Salud y los Centros de Prevención y Tratamiento de las Adicciones del Fosalud. Mostrar en la campaña las posibles consecuencias que acarrea la conducción automovilística bajo los estados del alcohol con el fin de educar a los jóvenes para que tomen buenas decisiones y aprendan a decirle no al alcohol. Promover y hacer visible en la campaña el llamado de atención para buscar ayuda en los Centros de Prevención y Tratamiento de Adicciones del Fosalud. Realizar actividades que se conviertan en llamados de acción creativos que persigan el fin de motivar a la población enferma de alcoholismo a que termine con la adicción. **Nombre de la campaña:** CON EL ALCOHOL ;NO GRACIAS! **Identificación y Justificación de los públicos:** Hombres y mujeres de quince a veinticinco años de edad, de nivel socioeconómico medio, medio alto y popular. La campaña está dirigida a jóvenes, para educarlos y advertirles acerca del consumo nocivo del alcohol y la conducción peligrosa representa un riesgo para sufrir accidentes de tránsito. **Tratamiento discursivo:** La frase de campaña es la antesala a esta pieza comunicacional que es la versión del accidente en un bar y argumenta, en mayúsculas, que al alcohol se le dice ;NO GRACIAS! El tono de la comunicación es de tipo **argumental-reflexivo** pues la campaña brinda gráfica y discursivamente una razón por la que es mejor negarse al alcohol: Puede suceder una tragedia. El eslogan se lee: **BEBER Y MANEJAR ES UNA DECISIÓN FATAL.** Invita también a la reflexión, es directo y racional. No es prohibitivo y es una redacción sencilla de acuerdo al público a la que va dirigida la campaña. Es para que los jóvenes la comprendan rápido. Forma parte del discurso una alerta visual que indica ;**NI UNA GOTA DE ALCOHOL!**, NO es un eslogan, es solo una señalética de apoyo que se combina muy bien con la línea gráfica seleccionada (detalles de accidente y elementos automovilísticos). Al cierre, la invitación a visitar los CPTA del Fosalud. Todas las líneas discursivas se apoyan en elementos visuales que complementan el entendimiento de la pieza: Un accidente, Vidrios quebrados, tonos azules y fríos que connotan seriedad del mensaje. **Diseño Gráfico de las piezas** consta de Pieza madre, Hoja volante, Tarjeta de Invitación Lanzamiento; Comunicado de Prensa, Brochure, Post Web, Mupi, Valla, Traseras de Bus, Banner Web, Cover Facebook, Promocionales, Guion de radio y televisión, y Storyline TV y otros. **Estrategias de la campaña:** La estrategia de comunicación a

implementar en la campaña de PREVENCIÓN DEL CONSUMO DEL ALCOHOL contempla incluir una variedad de medios tradicionales como no tradicionales de alto impacto, que nos permita difundir el mensaje al público de interés. El período de difusión será en dos etapas: JULIO y vacaciones de agosto y la otra etapa para el período de DICIEMBRE en el marco de las fiestas navideñas y de fin de año. El objetivo de esta estrategia de mix de, es llegar a toda la población salvadoreña a través de la publicidad de exteriores que son: vallas unipolares distribuidas en lugares de alto tráfico vehicular, traseras de bus que transitarán en los diferentes puntos de San Salvador, La Libertad, San Vicente, San Miguel. Como medio complementario a la estrategia de exteriores se contemplan circuitos de MUPIS en los diferentes puntos de alto tráfico vehicular, Paradas de buses y Centro Comercial, donde la afluencia de nuestro público objetivo es grande y dinámica. La campaña se complementará con mensajes en periódicos digitales, donde la pauta genere mucho alcance pues son medios que se actualizan constantemente y que integran sus redes sociales para mayor difusión. También se contempla la pauta del spot en las dos cadenas de cine más visitadas del país: CINEMARK Y CINEPOLIS, cubriendo la zona de San Salvador, Santa Ana y San Miguel, para el período de julio, agosto y reforzando en el período vacacional de las fiestas navideñas y fin de año para aprovechar la afluencia de visitantes. **Posicionamiento de la campaña: evento de lanzamiento de campaña de prevención del consumo del alcohol** que se desarrollara en el Palacio de Santa Tecla. Tema a tratar: Lanzamiento de Campaña de Prevención Consumo de alcohol. Objetivo de la Actividad: Crear conciencia en la juventud y población sobre el consumo nocivo de alcohol y los peligros de la conducción peligrosa, bajo los efectos del mimo. Público Meta: Jóvenes estudiantes, medios de comunicación e invitados especiales. DINÁMICA: El Contratista hará que los asistentes al evento pueden compenetrarse con el mensaje y vivan experiencias que lo hagan realmente tomar conciencia de los peligros de la mezcla de alcohol y conducción. Por ello desde la entrada del lugar colocaremos un troquel de botella para iniciar con una dinámica donde los haremos entrar al mundo del alcohol. Inmediatamente después de entrar encontraran unos rótulos que les indicaran que hagan cosas como las que hacen las personas cuando están tomadas. Para ello existirá un edecán que los inducirá a realizar dichas acciones. Los rótulos dirán: camina como persona alcoholizadas, habla como persona pasada de tragos, haz muecas de persona alcoholizada, Actitud violenta de una persona alcoholizada. Desinhibición de una persona alcoholizada, Disminución de los reflejos por consumo de alcohol. Mientras ellos realicen las acciones, habrá una persona filmando las acciones. Al final de los rótulos habrá un espejo que también registrará sus actitudes. La edecán les hará entrega de un dumie grande de llave de carro,

con impresión de frase: beber y manejar es una fatal decisión., durante el evento las autoridades tendrán su participación seguida de la presentación de los materiales publicitarios de la campaña. Para finalizar el contratista hará la exhortación a la vida de lo participantes, haciendo que todos repitan la frase de campaña. **Actividades de Marketing: DÍA MUNDIAL SIN ALCOHOL**, se realizará en la Plaza Redondel Beethoven. Tema a tratar: Celebración día Mundial sin Alcohol. **Objetivo:** Que La población se sensibilice sobre las consecuencias del alcohol y la conducción temeraria bajo los efectos del mismo. **Público meta:** Jóvenes estudiantes, Medios de comunicación, personeros invitados, público en general. **Dinámica:** En la plaza habrá señalizadores de pallets con frases que indiquen los caminos que puedes tomar, o pensar en vivir, en tu familia, en vivir o el desastre con el alcohol. Cuando las personas lleguen al evento se les recibirá entregándoles un carrito de juguete chocado pegado en un brochure que contendrá información, o una botella dentro de la cual se encontrara el mensaje. Los visuales de la campaña también se colocarán en rótulos que tendrán forma de señales de tránsito. Se realizará el acto de lanzamiento y se presentaran las piezas publicitarias de la campaña de alcohol de este año. Para que los invitados se compenetren con el tema se realizará una dinámica. Se finalizará haciendo la reflexión que es BEBER Y MANEJAR ES UNA DECISION FATAL. También se realizarán **otras actividades de Marketing** establecidas por el contratista en su oferta. Y una **Estrategia para lograr cobertura mediática** basada en tres escenarios: **un pre evento, el evento y el post evento**, según lo establecido en la oferta del contratista. **DEFINICIONES DE MEDIOS PARA EL ITEM DOS: Radios:** con cobertura nacional incluyendo radios comunitarias, departamentales y cristianas. La pauta deberá ser contratada en horarios de seis a.m. a ocho a.m., once a.m. a una p.m. y de cinco p.m. a siete p.m. Énfasis de difusión en la semana de agosto y diciembre. **Televisión:** Con difusión de spot de treinta segundos de la campaña en segmentos estratégicos de noticias o programas de alto rating, que comprenda la mayor difusión durante Julio (Vacaciones de agosto) y Diciembre (Vacaciones de Navidad y fin de año). **Producción de spot y cuña radial:** spot televisivo y cuña radial de treinta segundos. (La producción del spot incluye locaciones, autorizaciones, permisos, modelos y todo lo requerido para la realización del producto final). **Evento de lanzamiento:** El evento de lanzamiento/oficialización de la campaña tendrá como eje temático el objetivo de la campaña y una escenografía alineada al concepto, en un espacio al aire libre o cerrado. **Vía Pública:** Vallas y mupies al interior de centros comerciales, paradas de buses y principales calles del país. **Traseras de buses:** Traseras de buses en las principales rutas de San Salvador y departamentales. **Medios Digitales:** Banners o botones en secciones principales de periódicos electrónicos de actualización

constante de noticias y alcance a través de su comunidad de seguidores en redes sociales. **Cine:** pauta en cine, mediante slide o spots durante julio y vacacionales de diciembre con especial énfasis en las películas de estreno los miércoles y fines de semana. **Celebración día mundial sin alcohol.** El contratista deberá presentar la propuesta visual novedosa del Lanzamiento de la campaña, la cual tendrá de eje temático el objetivo de la campaña. **Actividades de marketing.** Acciones de marketing creativas e innovadoras lugares públicos o cerrados con los públicos objetivos. El contratista brindara el servicio para el **ITEM NÚMERO CINCO** de la siguiente manera: **Objetivo General:** Posicionar al FOSALUD como institución que brinda servicios de salud de calidad a las poblaciones más vulnerables en todo el país. **Objetivo Específico:** Informar al público interno sobre las actividades que realiza el FOSALUD, a fin de crear un sentimiento de empoderamiento a través de la cultura de valores institucionales y sentido de pertenencia. Elaborar materiales institucionales, como herramientas para fortalecer la comunicación interna y externa. Fortalecer las acciones de comunicación institucional tanto externas como internas para fortalecer la imagen de FOSALUD con el personal interno y población salvadoreña. **Nombre de la campaña:** Trabajamos para llevar servicios de salud inclusivos e integrales. **Identificación y Justificación de los Públicos de la campaña:** Principalmente, públicos internos, pues son los primeros voceros institucionales de interés que requieren estar al día con todo el trabajo que realiza el Fosalud. También, sus usuarios, pues necesitan conocer sobre los servicios que brinda la Institución por medio de Establecimientos de Salud; el Sistema de Emergencias Médicas, CPTAs y otros que se vinculen con la ciudadanía. **Tratamiento discursivo:** La frase de campaña institucional "Trabajamos para llevar servicios de salud inclusivos e integrales". Es de un tono de comunicación informativa-expositiva, pues califica el tipo de servicios que ofrece el Fosalud. Modernizar la salud significa transformar los servicios, la atención, la infraestructura y todo lo que conlleve contacto con sus usuarios y pacientes por lo que es beneficioso describir los servicios como inclusivos e integrales, que es justamente como NO eran antes. El eslogan sugerido: ATENCIÓN OPORTUNA más cerca de ti, resume la accesibilidad y lo atinado de cada atención que brinda el Fosalud. El color anaranjado es el eje conductor para la frase de campaña, pues comunica calidez y contrasta bien con la actual paleta de colores del logo del Fosalud. **Diseño Gráfico de las Piezas:** Agenda: Tarjeta de Invitación, Memoria de Labores, Revista: Banners, Backing, **DEFINICIONES DE MEDIOS PARA EL ITEM CINCO: Diseño gráfico e impresión de materiales institucionales:** Diseño gráfico y elaboración de artes finales para todas las necesidades de comunicación de la institución, principalmente memoria de labores y cuaderno de trabajo. Impresión de materiales institucionales, (afiches, hojas, volantes,

promocionales, trípticos, entre otros). Diseño de post animados en gift y diseños convencionales para Facebook, Twitter e Instagram. Producción de Videos animados en dos D de servicios de Fosalud. **Organización de eventos institucionales** Organización y montaje de eventos institucionales como Rendición de Cuentas, ferias, conferencias de prensa, aperturas de servicios de salud, congresos, entre otros. **Otras necesidades de Comunicación:** Toma de fotografías, tomas aéreas con drone, vídeos y compra de pauta en diversos medios de comunicación vía pública, medios electrónicos, radio, tv, prensa para reforzar campañas. Desarrollo de actividades de Marketing en espacios públicos para refuerzo de campañas institucionales en periodos estratégicos. El contratista brindara el servicio para el ITEM NÚMERO SEIS de la siguiente manera: **Objetivo general:** Sensibilizar a la población salvadoreña sobre los daños ocasionados por la manipulación de la pólvora y las secuelas (físicas y psicológicas) que ésta deja en los afectados. **Objetivos específicos:** Diseñar una sola versión de campaña dedicada a la prevención de lesiones ocasionadas por la pólvora enfocada en las consecuencias más graves que puede dejar esta práctica, todo con el propósito de informar claramente que la pólvora siempre es peligrosa. Ejecutar activaciones de marca o actividades de marketing que sean novedosas y creativas y que persigan el propósito de incidir en la población para que se decida por no comprar, ni regalar, ni celebrar con pólvora. Apoyar con material educativo de diseño las intervenciones que planifique el Fosalud en los centros escolares y otros lugares de interés. La idea es divulgar información de valor para prevenir los accidentes y tragedias ocasionadas por la imprudencia y falta de supervisión de adultos con menores en la quema de pólvora. **Nombre de la campaña:** Los regalos de LA PÓLVORA siempre traen SORPRESAS. **Identificación y justificación de los públicos de la campaña:** Toda la población en general, con especial atención en madres, padres de familia, docentes y cuidadores de menores y adolescentes. Clasificación de públicos: Escolares: Para el cierre de año escolar. Grupo familiar y cuidadores: Para las fiestas y celebraciones de fin de año, **Tratamiento Discursivo:** La frase de campaña ofrece regalos navideños, esta vez, son regalos que traen desgracias por lo que el encabezado fuerte se lee así: ¡Los regalos de LA PÓLVORA siempre traen SORPRESAS! El tono de la comunicación es sugerente-reflexivo. El mensaje se compenetra con la imagen y ahí la posibilidad de explotar la campaña con otras versiones que pueden variar con el tipo de regalo. El eslogan de la campaña ha utilizado colores que combinan la calidez del amarillo con la seguridad que comunica el azul. Se lee así: La protección comienza en casa ¡Familias responsables celebran sin pólvora! En general predomina un tono de comunicación reflexivo por el tipo de tema y sus consecuencias. El mensaje de peligro está dedicado y diseñado para que grandes y pequeños lo

entiendan. Al utilizar una fotografía demostrativa de uno de los daños más graves que ocasiona la pólvora, se logra conjugar bien el discurso con la gráfica. Finalmente, el cintillo institucional con los logos respectivos que firman la campaña. Más el acompañamiento de los Guardianes de la Salud que lucen serios e imponentes al presentar el eslogan. **Diseño Gráfico de las Piezas:** Afiche, Hoja volante, Comunicado de Prensa, Tarjeta de Invitación, Brochure, Tríptico, Mupi, Valla, Traseras de buses; Promocionales. Guion de radio y Televisión. Storyline TV. **Eventos de Campaña:** Se realizará: en salón hospital bloom. **Tema a tratar:** lanzamiento de campaña de prevención de lesiones ocasionadas por la pólvora. **Objetivo de la actividad:** sensibilizar a la población salvadoreña sobre los daños ocasionados por la manipulación de la pólvora y las secuelas que estas dejan. **Público meta:** jóvenes, medios de comunicación e invitados especiales. **DINÁMICA.** La dinámica se desarrollará según lo establecido en la oferta del contratista. **Actividad de Marketing:** **LUGAR:** Parque Bicentenario, Plaza de la Transparencia, Plaza Morazán Y Tin Marín. **TEMA A TRATAR:** Realizar actividades en lugares de alta concentración de población llevarles un mensaje de alerta de lo que puede suceder con la pólvora sin supervisión responsable. **OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD:** Que La población tome conciencia sobre los daños ocasionados por la manipulación de la pólvora. **PÚBLICO META:** Madres y padres de familia, cuidadores, niñas y niños y población en general. **DINÁMICA:** Se desarrollará de acuerdo a lo establecido en la oferta del contratista. **Estrategia para lograr la cobertura mediática:** Esta estrategia está basada por medio de tres escenarios para seguimiento mediático. PRE EVENTO DE LANZAMIENTO DE CAMPAÑA COMUNIDAD EDUCATIVA. EL EVENTO DE LANZAMIENTO CAMPAÑA OFICIAL DICIEMBRE: POST EVENTO: **DEFINICIONES DE MEDIOS PARA EL ITEM SEIS: Evento de lanzamiento y prelanzamiento:** tendrá como eje temático el objetivo de la campaña y deberá contemplar una escenografía alineada al concepto de la campaña en un espacio al aire libre o cerrado. **Radio:** Compra de pauta en radios con cobertura nacional incluyendo radios comunitarias, departamentales y cristianas. La pauta deberá ser contratada en horarios de seis a.m. a ocho a.m., once a.m. a una p.m. y de cinco p.m. a siete p.m. Énfasis de difusión en las dos últimas semanas de diciembre. **Televisión:** Con difusión de spot de treinta segundos de la campaña en segmentos estratégicos de noticias o programas de alto rating. Con un incremento de la pauta en la semana del veinte al treinta y uno de diciembre. **Producción de spot televisivo y cuña radial:** spot televisivo y cuña radial de 30 segundos. (La producción del spot incluye locaciones, autorizaciones, permisos, modelos y todo lo requerido para la realización del producto final). **Vía Pública:** A través de Vallas o mupies al interior de centros comerciales, paradas de buses o principales calles del país.

**Traseras de Buses:** en Principales rutas de San Salvador, La Libertad y Santa Ana. **Pauta en Cine:** mediante slide o spots durante mayo, junio y periodos vacacionales de agosto con especial énfasis en las películas de estreno los miércoles y fines de semana. **Medios Digitales:** banners o botones en secciones principales de periódicos electrónicos de actualización constante de noticias y alcance a través de su comunidad de seguidores en redes sociales. **Actividad de Marketing:** Acciones de Comunicación, Publicidad, Relaciones Públicas, Digitales o actividades de promoción de la campaña en lugares públicos o cerrados. Actividades artístico –culturales y otras estrategias establecidas en la oferta del contratista. **OTRAS CONDICIONES EXIGIBLES:** El contratista deberá crear todos los diseños y artes finales requeridos de la campaña y para el calendario de contenidos dispuesto en la estrategia de comunicación digital para redes sociales. El contratista deberá apoyar al Fosalud en eventos públicos brindando el servicio de convocatorias de prensa, atención a medios, envío de información a los medios y montaje de eventos. Deberá tener la capacidad de respuesta inmediata en casos de emergencia o cuando el Fosalud así lo disponga para la institución, para la elaboración de artes y levantamiento de texto, para publicaciones o cualquier material que el FOSALUD requiera; por lo que deberán asignar a suficiente personal para poder atender los requerimientos en el momento solicitado. El contratista debe tener la capacidad de atender las necesidades publicitarias y de comunicación del FOSALUD, inclusive, durante cualquier emergencia (lluvias, terremotos, epidemias, etc.), las veinticuatro horas del día, los siete días a la semana, principalmente en los períodos de vacaciones y asuetos, ya que son los períodos de tiempo en los que los servicios de salud se concentran en FOSALUD. Los requerimientos de trabajos solicitados deberán ser presentados en las fechas en que se necesitan, aunque se traten de sueto o vacación y, en este mismo periodo, el personal técnico, incluyendo el director creativo, diseñador gráfico, encargado de la cuenta y encargado de medios, deberá estar al servicio del FOSALUD. La Unidad de Comunicaciones del Fondo Solidario para la Salud, podrá variar, inclusive cambiar, las estrategias, racional creativo y el plan de medios inicialmente presupuesto 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, cuando la coyuntura social lo amerite. Así mismo, para poder optimizar el presupuesto del plan de medios. adaptar la pauta a las publicaciones objetivas, sin necesidad de realizar modificativa de contrato, para la cual bastara una nota remitida por el administrador de contrato solicitando la variación o el cambio. El contratista entregara en usb todos los artes finales de la campaña, en formato editable, jpg y pdf. De igual manera entregará las fotografías y productos audiovisuales finales y los cortes en bruto. **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, e incluso después de la terminación del mismo, 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. **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. **08/2019 “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 2019”**. b)

La Oferta de el/la “CONTRATISTA” presentada en “EL FOSALUD” el día catorce de febrero de dos mil diecinueve, c) La resolución de Adjudicación número cero cero cuatro/ dos mil diecinueve, de fecha veintidós de marzo del año dos mil diecinueve, 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 NUEVE-TRES DOS TRES CINCO-TRES-CERO UNO-CERO UNO-DOS UNO-UNO-CINCO CUATRO TRES CERO CINCO. DOS CERO UNO NUEVE-TRES DOS TRES CINCO-TRES-CERO DOS-CERO UNO-DOS UNO-UNO-CINCO CUATRO TRES CERO CINCO. DOS CERO UNO NUEVE-TRES DOS TRES CINCO-TRES-CERO DOS-CERO TRES - DOS UNO-UNO-CINCO CUATRO TRES CERO CINCO Y DOS CERO UNO NUEVE-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/a contratista la cantidad de **TRESCIENTOS DIECINUEVE MIL NOVECIENTOS SESENTA Y OCHO 80/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$319,968.80)**, incluyendo el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios (IVA). Los pagos se

realizarán de la siguiente manera: mediante cheque por la Unidad de Tesorería de la Gerencia 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 ítem 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, consignar “Retención IVA 1%”, el cual se calculara sobre el valor neto de la compra, es decir sin el 13% del IVA y el valor total facturado menos dicho 1%. 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/a contratista podrá entregar con Notas de Remisión; si el/a 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, original y una copia de las notas de aprobación de las garantías correspondientes, extendida por la UACI, 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 suministro/servicio que llevará el sello correspondiente, para entregar el quedan respectivo. El pago se efectuará mediante cheque a nombre de la Sociedad **ANLE S.A. DE C.V.**, dirección de correo electrónico: [gerencia@anlegroup.com.sv](mailto:gerencia@anlegroup.com.sv) y [relemus@anlegroup.com.sv](mailto:relemus@anlegroup.com.sv) número de teléfono de contacto: dos dos tres seis – uno uno uno 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. 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 del día siguiente de la distribución del contrato al treinta y uno de diciembre de dos mil diecinueve. **PLAZO DE ENTREGA:** Los servicios deberían estar disponibles a partir del siguiente día de la distribución del contrato hasta la finalización del período de contratación. **Forma de entrega:** Los servicios será entregados de forma parcial, según requerimientos de la Administradora de contrato. **El Lugar, y las condiciones** de entrega deberán ejecutarse de acuerdo a lo establecido en el ANEXO número DOS de las Bases de Licitación número cero ocho- dos mil diecinueve. La **vigencia** del presente contrato es a partir de la distribución del contrato al treinta y uno de diciembre de dos mil diecinueve. **CLÁUSULA SEXTA. GARANTÍAS:** Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones derivadas del presente Contrato “EL/LA CONTRATISTA”, se obliga a constituir a su propio costo y a favor del FOSALUD las siguientes garantías: **a) GARANTIA DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO**, por un valor de **SESENTA Y TRES MIL**

NOVECIENTOS NOVENTA Y TRES 76/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USA \$ 63,993.76), de conformidad al artículo treinta y cinco de la LACAP equivalente al VEINTE POR CIENTO del valor total del contrato, la cual deberá ser entregada dentro del plazo de cinco días hábiles posteriores a la distribución del contrato y su vigencia será contada desde la fecha de la distribución del contrato hasta veintiocho de febrero de dos mil veinte. Dicha garantía consistirá en fianza emitida por sociedades afianzadoras, aseguradoras o instituciones bancarias nacionales o extranjeras siempre y cuando lo hiciera 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 [REDACTED] Coordinador del Programa Hábitos Saludables de FOSALUD, para el ítem número dos y [REDACTED] [REDACTED], jefe de la Unidad de Comunicaciones de FOSALUD para los ítems cinco y seis, nombrado por la Titular del FOSALUD, mediante Acuerdo Institucional Número 015/2019, 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 suministro/servicio por parte del administrador del contrato, la cual deberá ser firmada por el Administrador 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/servicios, 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/a 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/a 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/a 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. So pena de incurrir en las sanciones legales inclusive de índole penal. **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 del/a contratista a cualquiera de las estipulaciones y condiciones contractuales o las especificaciones establecidas en la Licitación Pública Número **08/2019**, “EL FOSALUD”, podrá notificar al/a 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/la 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 al/a contratista. Se podrá dar por terminado el contrato sin responsabilidad alguna de su parte cuando ocurra cualquiera de las situaciones siguientes: a) La mora del/a contratista en el cumplimiento de los plazos de entrega o de cualquier otra obligación contractual, b) El/a 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/a 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/la 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 la setenta y tres y setenta y cinco Avenida Norte número tres mil ochocientos cuarenta y tres, Colonia Escalón, San Salvador y **La o él contratista** señalan para el mismo efecto la siguiente dirección señalan para el mismo efecto la siguiente dirección Residencial Arcos de Santa Elena, Calle Apaneca Cuatro "C", 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 veintitrés días del mes de abril del año dos mil diecinueve.



*[Handwritten signature]*  
**Dra. Elvia Violeta Menjivar Escalante**  
**“Presidenta del Consejo Directivo y**  
**Representante Legal del Fondo Solidario para**  
**La Salud (FOSALUD)”**  
**“Contratante”**

*[Handwritten signature]*  
**ANLE, S.A. de C.V.**

████████████████████  
**“ANLE S.A. de C.V.”**  
**“Contratista”**