



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. 03/2014
(Licitación Pública No. 03/2014)
(Resolución de Adjudicación No. 02/2014)



“CONTRATACIÓN DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA LA PLANIFICACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, DISEÑO Y DIFUSIÓN DE MENSAJES EDUCATIVOS Y DE PROMOCIÓN DEL FOSALUD, DURANTE 2014”

MARIA ISABEL RODRIGUEZ VIUDA DE SUTTER, de _____ años de edad,
del domicilio y Departamento de _____

_____ en nombre y representación del Gobierno de El Salvador en mi calidad de Representante Legal y Presidenta del Consejo Directivo del Fondo Solidario para la Salud, personería que legitimo con certificación expedida por el Secretario para Asuntos Legislativos y Jurídicos de la Presidencia de la República, Licenciado Dionisio Ismael Machuca Massis, con fecha tres de junio de dos mil nueve, en la cual se certifica que fui elegida como Ministra de Salud Pública y Asistencia Social, ahora denominado Ministerio de Salud, de acuerdo al Decreto Ejecutivo número cinco, publicado en el Diario Oficial Tomo Trescientos Noventa, Número ocho de fecha doce de enero del dos mil once; y por ende Presidenta del Consejo Directivo del Fondo Solidario para la Salud, según el Artículo 6 Literal a) de la Ley Especial para la Constitución del FONDO SOLIDARIO PARA LA SALUD, y que en lo sucesivo y para los efectos de este Contrato me denominaré el **FONDO SOLIDARIO PARA LA SALUD** o simplemente **“FOSALUD”**; y por otra parte:

_____ actuando en mi calidad de Representante Legal de la Sociedad **“MÁXIMA PUBLICIDAD, PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN Y MERCADEO, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE”** que se abrevia **“MÁXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.”**, de nacionalidad salvadoreña, del domicilio de San Salvador, con Número de Identificación Tributaria _____

personería que legitimo con: a) Testimonio de Escritura Pública de Constitución de Sociedad, otorgada en la ciudad de San Salvador, a las quince horas del día veintiséis de enero de mil novecientos ochenta y ocho, ante los oficios notariales de Leticia Andino de Rivera e Inscrita en el Registro de Comercio con el número VEINTIDÓS del Libro SEISCIENTOS del Registro de Sociedades, en fecha doce de mayo de mil novecientos ochenta y ocho. b) Testimonio de Escritura Pública de Modificación de la Sociedad, otorgada en la Ciudad de San Salvador a las nueve horas y treinta minutos del día tres de noviembre del año dos mil cuatro, ante los oficios notariales de Rogelio Navarrete Escobar, inscrita en el Registro de Comercio con el Número TRES del Libro UN MIL NOVECIENTOS SETENTA Y SEIS del Registro de Sociedades, el día dieciocho de noviembre de dos mil cuatro, c) Testimonio de Escritura Pública de Modificación de la Sociedad, otorgada en la Ciudad de San Salvador, a las diez horas del día dieciocho de diciembre de dos mil doce, ante los oficios notariales de Jorge Alberto Huete, inscrita en el Registro de Comercio con el Número TREINTA Y CINCO del Libro TRES MIL CUARENTA Y CUATRO del Registro de Sociedades, el día diecisiete de enero de dos mil trece, en el cual consta que su naturaleza, nacionalidad, denominación y domicilio, son los antes expresados, que su plazo es por tiempo indeterminado, que dentro de su finalidad social se encuentra la celebración de actos como el presente; que la Administración de la Sociedad esta confiada a Junta Directiva integrada por tres miembros electos y se denominaran primero, segundo y tercero. el primer director será el Presidente, el segundo el Secretario y sus respectivos suplentes, que la representación legal, judicial y extrajudicial y el uso de la firma social corresponderá al Presidente y Secretario, en forma conjunta o separada, quienes durarán cinco años en el ejercicio de sus funciones, d) Certificación de Punto Tercero, de Elección de la Nueva Junta Directiva, en la cual consta que en el acta número cuarenta y nueve de Junta General

UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONAL
Fondo Solidario para la Salud (FOSALUD)
91 Calle Pte. No. 3843, Colonia Escalón, San Salvador
Teléfono: 2528-9700, 2528-9758, Fax: 2528-9742
www.fosalud.gob.sv

Ordinaria de Accionistas, celebrada en esta ciudad a las nueve horas del día uno de febrero del año dos mil trece, en la cual consta que fui electo Presidente y Representante Legal de la Sociedad, para un período de cinco años, a partir del primero de febrero del año dos mil trece; credencial debidamente inscrita en el Registro de Comercio con el número QUINCE del libro TRES MIL CINCUENTA Y SEIS del Registro de Sociedades, el día once de febrero de dos mil trece, por lo que me encuentro facultado para otorgar actos como el presente, y que en el transcurso del presente instrumento me denominare **"EL CONTRATISTA"** y en el carácter y personería indicados, **MANIFESTAMOS:** Que hemos acordado otorgar y en efecto otorgamos el presente Contrato de **"CONTRATACIÓN DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA LA PLANIFICACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, DISEÑO Y DIFUSIÓN DE MENSAJES EDUCATIVOS Y DE PROMOCIÓN DEL FOSALUD, DURANTE 2014"**, a favor y a satisfacción del "FOSALUD" de conformidad a la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, que en adelante se denominará LACAP y en especial a las obligaciones, condiciones, pactos y renunciaciones de acuerdo con las cláusulas que a continuación se especifican: **CLAUSULA PRIMERA: OBJETO DEL CONTRATO.** "EL CONTRATISTA" se obliga y compromete a proveer el servicio bajo los términos, condiciones y especificaciones descritas a continuación:

REGLON No. 1					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PERIODO DE DIFUSION	DURACION DE LA CAMPAÑA	MEDIOS A UTILIZAR	TOTAL (IVA incluido)
Campaña de orientación al usuario sobre como denunciar las violaciones a los espacios libres de humo.	*Spots	Desde la distribución del contrato hasta Diciembre de 2014		Televisión	\$10,728.97
	*cuñas			Radio	\$27,872.73
	*Vallas			Vallas	\$3,635.16
	*Mupis y Mini Vallas			Mupis y Minivallas	\$1,817.58
	*Traseras de Buses			Traseras de Buses	\$2,320.50
	*Banners en periódicos electrónicos			Banners en Periódicos Electrónicos	\$3,900.00
	*Slide de Cine			Cine	\$4,800.00
	Activaciones de Marca *				\$3,000.00
	Evento *				\$1,500.00
	Spot TV				\$4,000.00
TOTAL DE REGLON 1.....					\$63,574.94

REGLON No. 2					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PERIODO DE DIFUSION	DURACION DE LA CAMPAÑA	MEDIOS A UTILIZAR	TOTAL (IVA incluido)
Campaña de Prevención del tabaquismo en jóvenes.	*Spots	Desde Mayo hasta Diciembre de 2014		*Televisión	\$40,528.36
	Cuñas			Radio	\$28,635.73
	Publicación en prensa escrita			*Prensa escrita	\$7,015.66
	*Traseras de Buses			*Trasera de buses	\$4,662.47
	*Banners en periódicos electrónicos			*Banners en Periódicos Electrónicos	\$2,097.50
	*Slide de Cine			Cine	\$7,186.31
	Action Marketing				\$4,000.00
	Evento				\$2,000.00
	Spot y Canción				\$11,000.00
	TOTAL DE REGLON No. 2.....				

REGLON No. 3					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PERIODO DE DIFUSION	DURACION DE LA CAMPAÑA	MEDIOS A UTILIZAR	TOTAL (IVA incluido)
Campaña de prevención del consumo de alcohol.	*Spots	Abril, Julio y diciembre de 2014	De Abril a Diciembre de 2014	*Televisión	\$38,450.87
	Cuñas			Radio	\$39,375.18
	*Vallas			*Trasera de buses	\$4,436.66
	*Traseras de Buses			*Banners en Periódicos	\$4,621.49
	*Banners en periódicos electrónicos			Electrónicos	\$5,545.80
	*Slide de Cine			Cine	\$1,200.00
	Redes Sociales				\$2,500.00
	Action Marketing				\$2,000.00
	Evento				\$5,000.00
*Spot TV					
TOTAL DE REGLON No. 3.....					\$103,130.00

REGLON No. 5					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PERIODO DE DIFUSION	DURACION DE LA CAMPAÑA	MEDIOS A UTILIZAR	TOTAL (IVA incluido)
Campaña de sensibilización sobre los daños ocasionados por la pólvora	*Spots	Desde Septiembre hasta Diciembre de 2014		*Televisión	\$27,799.20
	Cuñas			Radio	\$29,062.78
	*Traseras de Buses			*Trasera de buses	\$3,159.01
	*Banners en periódicos electrónicos			*Banners en Periódicos	\$1,263.60
	*Slide de Cine			Electrónicos	\$1,895.41
	Evento			Cine	\$2,440.80
	Spot TV.				\$5,000.00
TOTAL DE REGLON No. 5.....					\$70,620.80

TOTAL DE REGLONES I, 2, 3 Y 5.....	\$344,451.77
---	---------------------

CARACTERISTICAS TÉCNICAS: REGLÓN I. Objetivo de la campaña. Orientar a la población sobre la Ley para el control de tabaco y los pasos a seguir para denunciar a las personas que fuman en lugares públicos.

Los medios requeridos: 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, las cuñas. La compra de los espacios para pautar spot de tv, duración de treinta segundos en diferentes franjas, de acuerdo a la población meta, Las traseras de buses y rótulos internos en autobuses se aplicara a las rutas que transiten el setenta y cinco por ciento en San Salvador y el resto en los departamentos de Santa Ana y La Libertad. Los Banners web en periódicos digitales serán de actualización continua, y los Spots pautados en cines incluyen la películas de estreno, miércoles y fines de semana, durante los mese de mayo, agosto y diciembre (además de las semanas de periodos vacacionales). Para este renglón la campaña estará dirigida para la población cuyas edades oscilan entre los doce y los sesenta años. Además deberá cumplir con lo establecido en la estrategia de campaña (que consta a folio dieciocho de la oferta) y Piezas y lista de los productos finales a entregar (que consta a folio veinte y siguientes de la oferta).

DETALLE DEL SERVICIO: Radio: se tendrá pauta en al menos VEINTIDOS radioemisoras de cobertura nacional y departamental de mayor rating tales como Radio YSKL, Sonora, ABC, La Chévere, ciento dos punto nueve, Femenina, Fuego, Láser Inglés, Mil ochenta, Monumental, Radio Nacional, Cadena Central, La Doremix, ciento cinco, Salsa, Soda Stereo, Supra, Fabulosa, La ola, ciento dos punto uno entre otras haciendo un total de cinco mil

cuarenta y cinco cuñas, y cinco mil cuarenta y cinco menciones. **Televisión:** Mantener pauta en noticieros de los canales, cuatro, seis, veintiuno, doce, treinta y tres y en TSC Noticias, logrando cincuenta y tres spots y nueve cortinas. **Traseras de buses:** incluye la producción de traseras así como rótulo interno en cada unidad, siendo catorce traseras de buses distribuidas en rutas de alto recorrido en San Salvador y rutas Departamentales. **Cine:** Pautas de trece mil doscientos veinticuatro spot en formato slide, en salas de San Salvador y San Miguel en películas de estreno con énfasis en fines de semana. **Vallas:** Se instalarán diez vallas en los puntos de San Salvador, Santa Ana y La Libertad. **Mupis y Mini Vallas:** Se instalarán diecisiete mupis y mini vallas, los cuales serán distribuidos en zonas de alto tráfico vehicular con mayor énfasis en San Salvador, Santa Ana y La Libertad. **Periódicos electrónicos:** colocación de banner web en periódicos digitales La Página, contra punto y el Faro, haciendo un total de doce banners de diferentes medidas. **REGLON 2. Objetivo de la campaña.** Hacer conciencia entres los jóvenes sobre los daños que produce el consumo de tabaco versus los beneficios de no fumar. **Los medios requeridos:** Radio con cobertura nacional (con perfil juvenil) y con cobertura departamental en Sana Ana y San Miguel. Este tendrá más difusión en los meses de mayo y agosto (mes de la juventud). Las Traseras y rótulos internos de buses que serán utilizados en aquellos con un recorrido de mayor duración en San Salvador, Santa Ana y San Miguel. Los Spots pautados en cines que incluyan las películas de estreno, miércoles y fines de semana durante los meses de julio, agosto y diciembre (además de las semanas de periodos vacacionales). El plan de medios de televisión comprende la mayor difusión durante mayo (día mundial sin tabaco) y agosto (día de la juventud) pero con presencia durante todo el año. Los banners en periódicos electrónicos serán de actualización constante. Prensa en periódicos de mayor circulación durante el treinta y uno de mayo y el día de la juventud en agosto. Para este renglón la campaña estará dirigida para la población cuyas edades oscilan entre los doce y los treinta y cinco años. Además deberá cumplir con lo establecido en la estrategia de campaña (que consta a folio cuarenta y nueve y cincuenta de la oferta) y Piezas y lista de los productos finales a entregar (que consta a folio cincuenta y dos y siguientes de la oferta). **DETALLE DEL SERVICIO: Radio:** se tendrá pauta en al menos TREINTA radioemisoras de cobertura nacional, metropolitana y departamental de mayor audiencia juvenil y rating tales como Radio Mileniun, Soda Stereo, Punto ciento cinco, La Caliente, Chaparrastique, ABC, La COOL, Exa, Mil ochenta, Vox, YXY, YSKL, Sonora, Scan, Paz, Nacional, La Supra, Cadena Central, La Femenina, Fuego, Roccola, ciento dos punto uno, Progreso, entre otras, haciendo un total de seis mil ciento setenta y ocho cuñas y seis mil ciento setenta y ocho menciones. **Televisión:** La pauta se sostendrá en programas juveniles, noticiosos y de opinión, en los canales TCS noticias, Canal dos, seis, doce, veintiuno y treinta y tres, con doscientos cuatro spots y ciento cincuenta y cuatro cortinas. **Traseras de buses:** incluye la producción de traseras así como rótulo interno en cada unidad; siendo veintiocho traseras de buses distribuidas en rutas de alto recorrido en San Salvador y rutas departamentales. **Cine:** Se instalarán banner en salas de San Salvador y San Miguel en películas de estreno con énfasis en fines de semana. Las pautas serán diecinueve mil ochocientos diecisiete spot en formato slide. **Periódicos electrónicos:** colocación de banner web en periódicos digitales como La Página, Contra Punto y el Faro, un total de once banners de diferentes medidas. **Periódicos Impresos:** publicaciones de 6 colx6.5" y 3colx10" full color en los periódicos de circulación como La Prensa Gráfica, Diario de Hoy, El Mundo, El Más y Colatino, con un total de siete publicaciones y una página bonificada en Diario El Mundo. **REGLON 3. Objetivo de la campaña.** Sensibilizar a la juventud sobre los daños y las consecuencias que provoca a corto, mediano y largo plazo el consumo del alcohol. **Los medios requeridos:** Radio con cobertura nacional (franjas juveniles). La pauta deberá transmitirse en horarios de seis a ocho de la mañana y de cuatro a siete de la tarde, con cobertura departamental, en Santa Ana y San Miguel. El contratista debe cumplir con el plan de medios que demuestre una alta difusión en abril, agosto y diciembre (periodos vacacionales). Las traseras y rótulos internos de buses que serán utilizados en aquellos con un



recorrido de mayor duración en San Salvador, Santa Ana y San Miguel. Los Spots pautados en cines que incluyan las películas de estreno, miércoles y fines de semana durante los meses de junio, julio y diciembre (interciclo de las universidades privadas) y periodos vacacionales. Plan de medios de televisión que comprenda la mayor difusión durante los periodos vacacionales (abril, agosto y diciembre) e interciclos de las Universidades (julio y diciembre). El contratista realizara evaluación en función del rating del segmento que mas se acerque a la población meta. Banners en periódicos electrónicos de actualización constante. Y propuesta novedosa de lanzamiento de la campaña. Para este renglón la campaña estará dirigida para la población cuyas edades oscilan entre los doce y los treinta y cinco años. Además deberá cumplir con lo establecido en la estrategia de campaña (que consta a folio ochenta y seis y ochenta y siete de la oferta) y Piezas y lista de los productos finales a entregar (que consta a folio ochenta y nueve y siguientes de la oferta). **DETALLE DEL SERVICIO: Radio:** se tendrá pauta en al menos CUARENTA radioemisoras de cobertura nacional, Metropolitana y departamental de diferentes perfiles tales como YXY, YSKL, Sonora, Scan, La Central, Paz, Nacional, Mil ochenta, Fuego, EXA, Chêvere, Cool, Roccola, Pantera, Chaparrastique, Caliente, Punto ciento cinco, Milleniun, Soda Stereo, ciento dos punto nueve, ciento dos punto uno, Progreso, entre otras, haciendo un total de ocho mil setecientos treinta y seis cuñas y ocho mil setecientos treinta y seis menciones. **Televisión:** La pauta se sostendrá en programas juveniles, noticiosos, de opinión y entretenimiento, en los canales TCS noticias, Canal dos, seis, doce, veintiuno, treinta y tres y treinta y cinco, con ciento noventa spots y sesenta y seis cortinas. **Traseras de buses:** incluye la producción de traseras así como rótulo interno en cada unidad, siendo treinta y un traseras de buses distribuidas en rutas de alto recorrido en San Salvador y rutas departamentales. **Cine:** Instalación de banner en Salas de San Salvador y San Miguel en películas de estreno con énfasis en fines de semana, siendo un total de pauta de quince mil trescientos treinta y tres spot en formato slide. **Periódicos electrónicos:** colocación de banner web en periódicos digitales como La Página, Contra Punto y el Faro, un total de dieciséis banners de diferentes medidas. **REGLON 5. Objetivo de la campaña.** Sensibilizar a las niñas, niños, madres, padres, y cuidadores, sobre los daños físicos, sociales y psicológicos que ocasionan las lesiones causadas por la pólvora. **Los medios requeridos:** Radio con cobertura nacional (incluyendo radios comunitarias y cristianas). La pauta deberá transmitirse en horarios de seis a ocho de la mañana y de cuatro a siete de la noche. El contratista debe cumplir con el plan de medios que demuestre una alta difusión en noviembre y principalmente en diciembre. Las traseras y rótulos internos de buses serán en rutas de más amplia circulación en los departamentos de los que provienen la mayoría de los quemados (San Salvador, Santa Ana, Sonsonate, etc.). Los Spots pautados en cines que incluyan las películas de estreno, miércoles y fines de semana durante los meses de noviembre y diciembre. Plan de medios de televisión que comprenda la mayor difusión durante diciembre, con principal énfasis en el periodo de vacaciones navideñas y fin de año. Para realizar la evaluación únicamente se tomara en cuenta la pauta contratada en franjas de noticieros de mayor rating a nivel nacional. Banners en periódicos electrónicos de actualización constante. Para este renglón la campaña estará dirigida a Niñas, niños y jóvenes (cinco a diecinueve años) y Madres, padres, cuidadores. Además deberá cumplir con lo establecido en la estrategia de campaña (que consta a folio ciento treinta y seis y ciento treinta y siete de la oferta) y Piezas y lista de los productos finales a entregar (que consta a folio ciento treinta y nueve y siguientes de la oferta) **DETALLE DEL SERVICIO: Radio:** se tendrá pauta en al menos TREINTA Y CINCO radioemisoras de cobertura nacional, comunitaria y departamental de mayor rating tales como RED ARPAS, Doremix, Milleniun, Soda Stereo, Progreso, UPA, La Caliente, Campeonísima, Chaparrastique, Roccola, ciento dos punto nueve, Cool, Fuego, Luz, Mil ochenta, Nacional, Paz, Scan, Sonora, YSKL, entre otras, haciendo un total de seis mil novecientos setenta y cinco cuñas y seis mil novecientos setenta y cinco menciones. **Televisión:** La pauta en programas noticiosos, de opinión y entretenimiento, en los canales TCS noticias, Canal cuatro, seis, doce, veintiuno y treinta y tres, con noventa y seis



spot. **Traseras de buses:** incluye la producción de traseras así como rótulo interno en cada unidad, siendo dieciséis traseras de buses distribuidas en rutas de alto recorrido en San Salvador y rutas departamentales. **Cine:** instalación de banner en salas de San Salvador y San Miguel en películas de estreno con énfasis en fines de semana, pauta de cinco mil doscientos cuarenta y cuatro spot en formato slide. **Periódicos electrónicos:** colocación de banner web en periódicos digitales como La Página, Contra Punto y el Faro, un total de cuatro banners de diferentes medidas. **CLAUSULA SEGUNDA: DOCUMENTOS CONTRACTUALES** Forman parte integral del presente Contrato, con plena fuerza obligatoria para las partes, los documentos siguientes: a) Las Bases de **Licitación Pública Número 03/2014 "CONTRATACIÓN DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA LA PLANIFICACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, DISEÑO Y DIFUSIÓN DE MENSAJES EDUCATIVOS Y DE PROMOCIÓN DEL FOSALUD, DURANTE 2014"**, b) La oferta de "EL CONTRATISTA" presentada en "EL FOSALUD" el once de diciembre de dos mil trece c) Las Garantías, y d) Las Resoluciones Modificativas (si las hubiere). El presente Contrato prevalecerá en caso de discrepancia sobre los documentos antes mencionados, y estos prevalecerán de acuerdo al orden indicado. Estos documentos forman parte integral del contrato y lo requerido en ellos es de estricto cumplimiento. **CLAUSULA TERCERA: CONDICIONES ESPECIALES.** El contratista debió considerar en sus costos el diseño y elaboración de los artes finales de todos los materiales de la institución durante el año dos mil catorce, por lo que no se aceptara recargo adicional. El alcance geográfico del servicio contempla la ejecución a nivel nacional tomando en cuenta los medios de mayor audiencia por cada zona geográfica del país de acuerdo a lo requerido para cada renglón. El contratista utilizara imágenes o ilustraciones que no represente ningún costo para el FOSALUD en cuanto al diseño y artes de materiales impresos y toma de fotografía. **Informes y reportes:** El contratista previo al lanzamiento de una campaña, deberá realizar una presentación técnica mediante informe ejecutivo y muestras impresas (sin costo para el FOSALUD) donde especifique los detalles de la misma y debiendo exponer previamente los puntos relevantes, la presentación de todas las campañas publicitarias deberá retomar todos los aspectos contemplados en el numeral dos de las bases de licitación. **Otras condiciones exigibles: a)** El contratista garantiza que tiene la capacidad de respuesta inmediata -en casos de emergencia- para la institución para la elaboración de artes y levantamiento de texto para publicaciones o cualquier material que el FOSALUD requiera por lo que se compromete a: Atender la necesidades publicitarias y de comunicación del FOSALUD, inclusive durante cualquier emergencia (lluvias, terremotos, epidemias, etc), las veinticuatro horas del día, siete días a la semana, principalmente en los periodos de vacaciones y asuetos. En ese sentido los trabajadores del contratista deberán acudir en las fechas en que se les requiera aunque se trate de asueto o vacación y en ese mismo periodo el personal técnico, el director creativo, diseñador grafico, encargado de la cuenta y encargado de medios, estarán al servicio de FOSALUD, **b)** Permitir que el Unidad de Comunicaciones del FOSALUD pueda variar, inclusive cambiar, las estrategias y los medios inicialmente contratados en las descripción de campañas, ya sea en caso de que el concepto de campaña cambie por razones internas o externas y por otras causas justificadas o cuando la coyuntura social lo amerite, **c)** Permitir la modificación de la programación de las jornadas de difusión las temáticas y el tipo de medios a contratar podrán modificarse en el trascurso de la campaña según las necesidades de FOSALUD. El contratista deberá designar a uno o varios representantes ante el FOSLAUD quienes deben tener experiencia en el manejo de campañas de comunicación, excelentes relaciones humanas y creatividad, además de designar al personal para atender las necesidades de emergencia que se den en asuetos o días festivos, durante el tiempo que perdure el contrato. Las campañas publicitarias empleadas por el contratista deben de abonar a mantener el posicionamiento de la institución, considerando el gasto público, el enfoque y lenguaje de genero, equidad y derechos humanos, además de respetar las características de la identidad salvadoreña. El contratista deberá presentar un monitoreo de

la promoción a nivel de todos los medios contratados, por lo que al finalizar cada campaña, el contratista deberá enviar un informe del monitoreo a la unidad de Comunicaciones de FOSALUD, con **la facturación o cualquier documento que haga constar que los servicios han sido realizados** (que contenga el detalle del material contratado). **El Contratista** se compromete a mantener la confidencialidad sobre toda la información a la que haya tenido acceso a partir de la firma del contrato, por lo que no podrá divulgar dicha información, 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 del FOSALUD. Esa cláusula seguirá vigente aún después de la expiración del contrato. En caso de incumplimiento de esta obligación, FOSALUD eliminará al contratista de las firmas calificadas para futuros servicios, y hará de conocimiento público dicho incumplimiento, pudiendo proceder en forma judicial por daños causados. El contratista realizará una evaluación Pre-Test con el fin de explorar más detalladamente las necesidades de la población target y enriquecer los objetivos de cada campaña contratada realizando dos Focus Groups por cada campaña con un promedio de ocho participantes por grupo. El contratista enviara mensualmente a la Unidad de comunicaciones del FOSALUD, sin costo adicional, un informe del monitoreo de mensajes y medios mensuales utilizados, así mismo remitirá un informe que contenga los medios contratados y sus respectiva facturación, numero de mensajes transmitidos por cada medio. El servicio contratado incluye el montaje del evento de celebración del treinta y uno de mayo incluyendo el lanzamiento, en el día mundial sin tabaco. El contratista se compromete a cumplir el detalle de las rutas, recorridos de las traseras de buses, rótulos internos de buses y detalle de los días de los spot pautados en cine establecidos en su oferta para cada renglón.

CLAUSULA CUARTA: PLAZO DE ENTREGA Y RECEPCION DEL SERVICIO. El plazo de la prestación del servicio será a partir de la **distribución del contrato hasta el treinta y uno de diciembre** de dos mil catorce.

La forma de entrega del servicio será de manera parcial, mediante una orden de servicio que emitirá la Administradora del contrato, la cual contendrá lo solicitado. El FOSALUD se reserva el derecho de prorrogar el contrato por un período menor o igual al inicialmente contratado. **RECEPCIÓN DEL SERVICIO.** La entrega del Servicio se realizará en los lugares que se especifican para cada campaña previa coordinación con la Administradora de Contrato. **EL CONTRATISTA** o su representante autorizado en coordinación con la Administradora del Contrato, verificarán que el servicio a recepcionarse cumple estrictamente con las condiciones establecidas en el contrato y lo relacionado en la factura, levantando el acta de recepción correspondiente. El Contratista recibirá un acta de recepción satisfactoria del servicio por parte de la Administradora del Contrato, de la cual remitirá la original a la Gerencia Financiera y una copia al Unidad de Adquisiciones y Contrataciones del FOSALUD para efectos de liquidación. El acta deberá ir firmada por las Administradoras del Contrato, y el representante del Contratista que entrega con los sellos correspondientes. **CLAUSULA QUINTA: ATRASOS Y PRORROGAS DE PLAZO.**

Si el **CONTRATISTA** se atrasare en el plazo de entrega del servicio, por causas de Fuerza Mayor o caso fortuito, debidamente justificado y documentado, el FOSALUD podrá prorrogar el plazo de entrega por un período menor o igual al inicialmente contratado. **EL CONTRATISTA** dará aviso por escrito al FOSALUD dentro de los cinco días siguientes hábiles 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 formalizada a través de una resolución modificativa de contrato autorizado por la Titular del FOSALUD, y no dará derecho al **CONTRATISTA** a compensación económica. Las prórrogas de plazo no se darán por atrasos causados por negligencia del **CONTRATISTA** al solicitar pedidos para equipo o materiales sin suficiente anticipación para asegurar su entrega a tiempo, por no contar con el personal suficiente o por atrasos imputables a sus



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, (LA IP).

subcontratistas o suministrantes, La solicitud de prórroga deberá presentarse a la Administradora del contrato respectivo con copia a la UACI del FOSALUD. **CLAUSULA SEXTA: MONTO TOTAL DEL CONTRATO.** El monto total del presente contrato es por la cantidad de **TRESCIENTOS CUARENTA Y CUATRO MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA Y UNO 77/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USA \$344,451.77)** que el Fondo Solidario para la Salud, pagará al CONTRATISTA o a quien este designe legalmente por el servicio objeto de este contrato, dicho monto incluye el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios (IVA). El FOSALUD, hace constar que para cubrir el importe del presente contrato ha constituido el cifrado presupuestario DOS CERO UNO CUATRO - TRES DOS TRES CINCO - TRES-CERO UNO – CERO UNO - DOS UNO - UNO -CINCO CUATRO TRES CERO CINCO y CERO DOS- CERO CUATRO – DOS UNO - UNO- CINCO CUATRO TRES CERO CINCO, los cuales quedan automáticamente incorporados al presente contrato, así como también todos los que se vayan constituyendo. Es entendido que si vencido el ejercicio fiscal y no se logra liquidar el contrato con dicho cifrado presupuestario FOSALUD podrá incorporarle el que le corresponda al nuevo ejercicio fiscal vigente. **CLAUSULA SEPTIMA: PLAZO, FORMA Y CONDICION DE PAGO.** La cancelación se hará con abono a cuenta en la Tesorería del Gerencia Financiera 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 a que el Contratista presente en la Gerencia Financiera del FOSALUD, para trámite de quedan respectivo la documentación de pago siguiente: Factura duplicado cliente consolidada por renglón o renglones según espacio de factura en original a nombre del Fondo Solidario para la Salud (FOSALUD), con dos copias, incluyendo en la factura: número de contrato, número de licitación, número de Resolución de Adjudicación, número de Renglón o Ítem, precio total facturado, además, consignar "Retención IVA 1%", el cual se calculará sobre el valor neto de la compra, es decir, sin el 13% del IVA y el valor total facturado menos dicho 1%. (El suministro entregado deberá ser facturado y presentado a cobro en el mismo mes en el cual son presentadas las facturas en la Tesorería Institucional de la Gerencia Financiera Institucional del FOSALUD donde se recibirán facturas hasta el día dieciocho de cada mes). La recepción de las facturas en la Gerencia Financiera es del uno al dieciocho de cada mes, en aquellos casos en los que se establezcan entregas en periodos posteriores a estas fechas, el contratista podrá entregar con Notas de Remisión; si el contratista decide facturar, ésta factura deberá ser anulada y facturada con fecha del siguiente mes, agregando la leyenda "este producto fue entregado en fecha (colocar fecha de recepción original) con número de factura (el número de documento con el cual entregó) para evitarnos cambios en el acta de recepción. Debidamente firmada y sellada de recibido por los Administradores de Contrato, original y dos copias de acta de recepción, original y una copia de las notas de aprobación de la Cumplimiento de Contrato extendida por la UACI, previa presentación de un juego de copias de la documentación en la UACI del FOSALUD, para efectos de anexas al expediente respectivo, para la cual se verificará confirmación de recibido, con acta de recepción original del suministro que llevará el sello correspondiente, para entregar el quedan respectivo. El pago con abono se hará efectivo en la cuenta corriente Número .

del BANCO AGRICOLA, S.A. a nombre de MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., Teléfono: veintidós sesenta y cuatro – trece cero cero. Dirección de correo electrónico liz@maximapublicidad.com.

CLAUSULA OCTAVA: GARANTIA. Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones emanadas del presente Contrato "EL CONTRATISTA", se obliga a constituir a su propio costo y a favor del FOSALUD la **GARANTIA DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO**, por un valor de **SESENTA Y OCHO MIL OCHOCIENTOS NOVENTA 35/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USA \$ 68,890.35)**, equivalente al veinte por ciento del monto total del contrato, la cual deberá entregar dentro de los



cinco días hábiles siguientes a la fecha de recepción del presente contrato y estará vigente a partir de la fecha de distribución del contrato hasta NOVENTA días posteriores a la finalización del plazo de prestación del servicio. Dicha garantía consistirá en fianza emitida 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 fianza deberá presentarse en la UACI del Fondo Solidario para la Salud, ubicada 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. **CLAUSULA NOVENA: MULTAS POR ATRASO O INCUMPLIMIENTO.** Cuando el 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. **CLAUSULA DECIMA. 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 un Tribunal Civil de San Salvador dentro de los quince días siguientes a la juramentación de los dos primeros, los árbitros deberán seguir las normas del arbitraje comercial contenidas en la Ley de Mediación Conciliación y Arbitraje. 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. **CLAUSULA DECIMA PRIMERA: ADMINISTRACIÓN DEL CONTRATO.** De conformidad a lo establecido mediante Acuerdo Institucional No. 05/2014, la Titular del FOSALUD, nombra como Administradoras del Contrato a la Licenciada Margarita Sánchez, Jefa de la Unidad de Comunicaciones del FOSALUD, quienes tendrán las facultades que le señala el Art. 82 Bis de la LACAP y el numeral siete del Instructivo UNAC No. 02/2009, "Normas para el Seguimiento de los Contratos". **CLAUSULA DECIMA SEGUNDA: TERMINACIÓN DEL CONTRATO.** FOSALUD podrá dar por terminado el contrato sin responsabilidad alguna de su parte cuando ocurra cualquiera de las situaciones siguientes: a) El contratista no rinda la garantía de cumplimiento de contrato dentro del plazo acordado en este contrato; b) La mora del contratista en el cumplimiento de los plazos de entrega o de cualquier otra obligación contractual, c) El contratista entregue el servicio en inferior calidad a lo ofertado o no cumpla con las condiciones pactadas en este contrato y d) Por mutuo acuerdo entre ambas partes. **CLAUSULA DECIMA TERCERA: CESACION, EXTINCION, CADUCIDAD, Y REVOCACION DEL CONTRATO.** 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 contratista a cualquiera de las estipulaciones y condiciones contractuales o las especificaciones establecidas en la LP



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, (LA IP).

No. 03/2013 "EL FOSALUD", podrá notificar al 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 el 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 la Garantía 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 al contratista. **CLAUSULA DECIMA CUARTA: MODIFICACIONES.** 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; o prorrogado en su plazo de conformidad a la Ley. Siempre 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 la institución contratante emitirá la correspondiente modificación ampliación o prórroga del contrato, la cual será firmada posteriormente por ambas partes, para lo cual este mismo instrumento acreditará la obligación contractual resultante de dicha ampliación, modificación o prórroga. **CLAUSULA DECIMA QUINTA: VIGENCIA.** El presente contrato entrará en Vigencia a partir de la fecha de su distribución al contratista hasta el treinta y uno de Diciembre de dos mil catorce. **CLAUSULA DECIMA SEXTA: JURISDICCION.** Para los efectos legales del Contrato, expresamente las partes contratantes señalan domicilio especial la Ciudad de San Salvador, El Salvador. **CLAUSULA DECIMA SEPTIMA: LEGISLACION APLICABLE.** Para los efectos legales del presente contrato, las partes nos sometemos en todo a las disposiciones de las Leyes Salvadoreñas y sus respectivos reglamentos, renunciando a efectuar reclamaciones que no sean las establecidas por este contrato y las Leyes de éste país. **CLAUSULA DECIMA OCTAVA: NOTIFICACIONES.** Las notificaciones entre las partes deberán hacerse por escrito y tendrán efecto a partir de la fecha de su recepción en las direcciones que a continuación se indican: El FOSALUD 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 el CONTRATISTA, ciento tres Avenida Norte y Calle Arturo Ambrogi número doscientos cuarenta y dos, Colonia Escalón, San Salvador. Teléfono, veintidós sesenta y cuatro – trece cero cero. En fe de lo cual firmamos el presente contrato en dos originales, en la ciudad de San Salvador, a los seis días del mes de febrero de dos mil catorce.



DRA. MARÍA ISABEL RODRÍGUEZ VIUDA DE SUTTER
"FONDO SOLIDARIO PARA LA SALUD"

**MAXIMA
PUBLICIDAD**

MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.
"CONTRATISTA"