

CONTRATO DE COMPRA VENTA

FECHA:	29 JUNIO DE 2023	CONTRATO N°:	30421
TIPO ENTREGA:	ENTREGA A PLAZOS	VIGENCIA HASTA:	31/1/2024
NOMBRE OFERTA:	SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, CAMPAÑAS, GESTIÓN DE COLOCACIÓN DE PAUTA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES, REDES SOCIALES Y OTROS, Y MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
PRODUCTO:	SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD		
UNIDAD:	SEGUN ANEXO	ORIGEN:	
CANTIDAD:	SEGUN ANEXO	PRECIO UNITARIO US\$:	SEGUN ANEXO
PLAZO ENTREGA:		PLAZO DE PAGO:	30 CORRIDOS
GARANTIA FIEL CUMPLIMIENTO:	10.0 %		
PUESTO DE BOLSA O LICENCIATARIO COMPRADOR:	BOLPROS S.A. DE C.V.		
AGENTE DE BOLSA COMPRADOR:	MARIANELA TEJADA RIVERA		
N°. CREDENCIAL:	72		
PUESTO DE BOLSA O LICENCIATARIO VENDEDOR:	NEGOCIOS AGROBURSATILES S.A.		
AGENTE DE BOLSA VENDEDOR:	YESMIRA ARACELY AREVALO AREVALO		
N°. CREDENCIAL:	71		
DATOS DE LIQUIDACION MONETARIA			
VALOR NEGOCIADO:	US\$	\$ 323,008.85	
IVA S/VALOR NEGOCIADO:	US\$	\$ 41,991.15	
TOTAL:	US\$	\$ 365,000.00	
OBSERVACIONES:	AL VALOR NEGOCIADO SE DEBE DE INCLUIR LOS IMPUESTOS SEGÚN EL REGIMEN TRIBUTARIO QUE APLIQUE, EL CUAL DEPENDERA DEL SUJETO Y NATURALEZA DEL BIEN NEGOCIADO – OFERTA DE COMPRA – 122/2023, VER FORMULARIO DE PRECIOS, ASI MISMO LAS CONDICIONES BURSATILES ESTABLECIDAS SEGÚN LOS CONTRATOS DE COMISIÓN DE LOS PUESTO DE BOLSA O EL CONVENIO POR SERVICIOS DE NEGOCIACIÓN POR CUENTA DEL ESTADO DE LA BOLSA DE PRODUCTOS DE EL SALVADOR		





FIRMA DEL AGENTE COMPRADOR
FIRMA DEL AGENTE VENDEDOR
FIRMA DEL DIRECTOR DEL CORRO



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

Denominación	"SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, CAMPAÑAS, GESTION DE COLOCACIÓN DE PAUTA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES, REDES SOCIALES Y OTROS, Y MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN".
Producto/Servicio	SERVICIO PROFESIONALES DE AGENCIA DE PUBLICIDAD
Precio	SEGUN ANEXO FONDOS PROPIOS
Institución Compradora	Superintendencia del Sistema Financiero (SSF).
Términos	<ul style="list-style-type: none"> Bolsa de Productos de El Salvador, Sociedad Anónima de Capital Variable que en lo sucesivo se denominará la Bolsa. Gerencia de Servicios Institucionales de BOLPROS, que en lo sucesivo se denominará GSI. Superintendencia del Sistema Financiero, que en lo sucesivo se denominará SSF
Condiciones de Negociación	<ol style="list-style-type: none"> La negociación se realizará por la totalidad del servicio requerido. No se admitirán ofertas alternativas o parciales. Podrán participar en la presente negociación las personas naturales y/o jurídicas que no se encuentren incapacitadas para ofertar y contratar, impedidas para ofertar y/o inhabilitadas para participar y contratar con la Administración Pública. La negociación se llevará a cabo por descuento, siendo el descuento mínimo el 5%. El Contrato será por el Monto Total del Presupuesto Máximo y el porcentaje de descuento se aplicará en la facturación mensual, se pagarán conforme a los "Presupuestos Autorizados" La agencia de publicidad deberá elaborar presupuestos por las producciones, campañas, actividades y servicios solicitados por el Administrador de Contrato. Los presupuestos deberán ser aprobados por el Administrador de Contrato. TRES (3) días hábiles antes de la negociación se deberá entregar a BOLPROS, S.A. DE C.V., una Declaración Jurada ante notario en la que manifieste que no ha constituido acuerdos colusorios con uno, varios o todos los demás ofertantes que participan en el presente proceso, y que constituyan violación al literal c) del artículo 25 de la Ley de Competencia según el modelo de declaración jurada establecido en el mecanismo bursátil, de acuerdo con el ANEXO N° 3. Nota: Los datos generales del proveedor (ANEXO N° 4) serán presentados por el puesto vendedor a GSI/BOLPROS, anexada al comprobante de presentación de ofertas técnicas. Esta información deberá ser incorporada en formato digital en el sistema de seguimiento de ofertas denominado TOFF, que BOLPROS ha puesto a disposición; a más tardar un (1) día hábil después de finalizado el plazo de presentación de ofertas técnicas.



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

Especificaciones Técnicas	Según especificaciones técnicas descritas en el presente documento.
Origen	Indiferente
Fecha, volumen, horario y lugar de entrega	<p>HORARIO DE SERVICIO, TIEMPO Y PLAZO DE ENTREGA</p> <p>Las publicaciones y productos solicitados a la agencia serán requeridos, cuando sea necesario, (incluyendo fines de semana) y deberán ser colocadas por la agencia según lo indicado por el Encargado de Seguimiento de Contrato, luego de las aprobaciones de las piezas a publicar o divulgar.</p> <p>La agencia deberá estar abierta a proveer un servicio inmediato.</p> <p>Las modificaciones solicitadas se realizarán en los plazos que se establezcan en coordinación con el Encargado de Seguimiento de Contrato.</p> <p>La Institución compradora una vez reciba los productos solicitados, tramitará las aprobaciones correspondientes. Una vez aprobado se comunicará al proveedor para establecer los tiempos de producción y de entrega de los materiales solicitados.</p> <p>A partir del cierre de la negociación hasta 31 de diciembre de 2023</p> <p>LUGAR Y HORA</p> <p>El lugar de entrega del servicio será en el Departamento de Comunicaciones de la Superintendencia del Sistema Financiero y la forma de entrega será por medio digital o según lo requiera el Encargado de Seguimiento de Contrato.</p> <p>SUBCONTRATACIÓN</p> <p>El Proveedor podrá subcontratar servicios complementarios que deriven de las actividades propias que emanen del contrato.</p> <p>El subcontratista solo ostentará derechos frente al proveedor - vendedor por razón de la subcontratación y frente a la Institución Compradora, responderá siempre el proveedor - vendedor de todas las obligaciones que le correspondan por razón del contrato mismo.</p> <p>La Institución Compradora se exime de responsabilidad si el proveedor - vendedor cae en mora o impago con los medios o proveedores subcontratados; esta situación no deberá afectar la implementación de las campañas en los diferentes medios a contratar.</p> <p>La agencia deberá realizar de forma inmediata el pago a los medios contratados, posterior al pago realizado por la SSF.</p> <p>PRÓRROGA EN EL TIEMPO DE ENTREGA DEL SUMINISTRO</p> <p>Si durante la ejecución de la entrega del suministro existen demoras por cualquier acto, cambios ordenados en el mismo, inconveniente con los insumos de la materia prima por parte de sus proveedores o cualquier otra causa que no sea imputable al Proveedor y que esté debidamente comprobada y documentada, el Proveedor tendrá derecho a que se le conceda una prórroga de acuerdo con la normativa de la Bolsa.</p>



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

	<p>En todo caso, el Proveedor deberá documentar las causas que han generado los retrasos en la ejecución del suministro, las cuales deberán ser confirmadas y autorizadas por el Encargado de Seguimiento de Contrato.</p> <p>La solicitud de prórroga deberá tramitarse de conformidad a lo establecido en la normativa de la Bolsa.</p> <p>La SSF a través del Encargado de Seguimiento de Contrato podrá efectuar reprogramaciones en los servicios contratados de acuerdo con intereses institucionales, con la anticipación oportuna, previo acuerdo con la Agencia, sin que este trámite signifique modificación del contrato.</p> <p>El Encargado de Seguimiento de Contrato, considerando las situaciones imprevistas o causas justificadas técnicamente, durante la ejecución en la entrega del servicio podrá designar otro lugar, fecha para la entrega, sin que esto signifique una erogación adicional para el mismo, ni la realización del trámite de modificativa del contrato, el proveedor se obliga a realizar la entrega conforme lo requerido, dentro de la vigencia total del contrato.</p> <p>VARIACIONES DE LAS CANTIDADES DEL SUMINISTRO</p> <p>Ante las necesidades propias de la institución y a solicitud del Encargado de Seguimiento de Contrato respectivo y durante la vigencia del mismo, el proveedor deberá estar en la capacidad de aceptar incrementos de los servicios hasta en un 100%, de conformidad a los artículos 82 y 83 del Instructivo de Operaciones y Liquidaciones de la Bolsa. A la vez, el proveedor deberá entregar la garantía de cumplimiento de contrato correspondiente al monto que se ha incrementado, si es el caso.</p>
Documentación requerida para toda entrega	<p>ACTAS DE RECEPCIÓN: Toda acta de recepción debe ir firmada por el Proveedor y el Encargado de Seguimiento de Contrato nombrado para tal efecto, a más tardar dentro de los CINCO (5) días hábiles posteriores a la finalización de cada mes.</p> <p>Se consignará lugar, día y hora de la recepción; nombre del Proveedor; fecha y referencia del contrato del servicio recibido, asimismo como observaciones o incumplimientos que a la fecha están en proceso de solventar, detallando en cada acta de recepción los tiempos en días calendario, si existiere mora en la entrega del servicio.</p> <p>ORDEN DE ENTREGA: Al finalizar el suministro, el proveedor deberá presentar ante el Encargado de Seguimiento de Contrato orden de entrega para firma y sello, luego deberá entregar está a la Bolsa para su liquidación.</p>
Garantías	<p>GARANTÍAS</p> <p>Los proveedores deberán presentar previo a la negociación:</p> <ol style="list-style-type: none"> Garantía de Mantenimiento de Oferta 2.5% más IVA La garantía de mantenimiento de oferta será el DOS PUNTO CINCO por ciento (2.5%) más IVA, del monto total ofertado. Posterior al cierre de contrato, el proveedor que resulte ganador deberá presentar: Garantía de Cumplimiento de Contrato 10% más IVA



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

	<p>El proveedor para asegurar el cumplimiento de todas sus obligaciones contractuales deberá rendir una garantía de cumplimiento de contrato, equivalente a DIEZ por ciento (10%) más IVA, de la suma total contratada, según artículos 7 y 9 del Instructivo de Garantías de la Bolsa de Productos de El Salvador.</p> <p>Esta garantía se hará efectiva en los siguientes casos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Cuando el Proveedor incumpla alguna de las especificaciones consignadas en el contrato sin causa justificada; b) Cuando se comprueben defectos en la entrega del servicio, y el Proveedor, sin causa justificada, no subsanare los defectos comprobados en el plazo establecido en el contrato; y, c) En los demás casos establecidos en la Ley y en el Contrato. <p>Las Garantías de Mantenimiento de Oferta y de cumplimiento de contrato se deberán emitir a favor de BOLPROS, S.A. de C.V., y serán devueltas una vez se cumpla con las especificaciones del contrato y conforme a la normativa de La Bolsa.</p> <p>La garantía podrá constituirse a través de Fianzas emitidas por afianzadoras, aseguradoras o Bancos autorizados por la Superintendencia del Sistema Financiero; cheques certificados o cheque de caja, librado contra un Banco regulado por la Ley de Bancos o de Bancos Cooperativos y Sociedades de Ahorro y Crédito, los cuales deberán ser depositados a la cuenta de garantías a nombre de Bolsa de Productos de El Salvador, Sociedad Anónima de Capital Variable, pero debe realizarse con fondos firme, cuenta corriente No. 1301-13795 del Banco Cuscatlán.</p> <p>Si la Garantía es emitida por un Banco Extranjero deberá ser avalada o confirmada por una Institución financiera acreditada en El Salvador.</p>
<p>Penalización económica y ejecución coactiva</p>	<p>PENALIZACIÓN ECONÓMICA Y EJECUCIÓN COACTIVA:</p> <p>El incumplimiento a lo contratado por parte del proveedor será sancionado conforme lo establecido en el Reglamento e Instructivos especiales de BOLPROS, S.A. DE C.V.</p> <p>En el caso que el proveedor entregue o brinde el suministro fuera del plazo establecido en el Contrato y sus Anexos, junto con la documentación requerida para la entrega, la Institución Compradora podrá permitir la entrega fuera de los plazos establecidos en el contrato, y aplicará una penalización CERO PUNTO DIEZ por ciento (0.10 %) sobre el monto de lo entregado con atraso, por cada día de extemporaneidad.</p> <p>El plazo para poder entregar con extemporaneidad aplicando la penalización antes indicada, no podrá exceder a QUINCE (15) días hábiles, posteriores a la fecha original de entrega, según contrato.</p> <p>La penalización mínima por imponer será el equivalente un salario mínimo del sector comercio.</p> <p>La penalización deberá ser calculada por la Institución compradora, enviada al proveedor con copia a la GSI y cancelada por el proveedor dentro de los CINCO (5) días hábiles siguientes a la notificación al proveedor.</p>



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

	<p>Para iniciar la gestión de cobro con la entidad compradora debe adjuntarse el recibo de pago de la penalización si la hubiere y además deberá considerarse la fecha de corte de recepción de documentos a cobro por parte de la entidad compradora para la emisión del quedan correspondiente.</p> <p>PROCEDIMIENTO PARA LA DETERMINACIÓN DE INCUMPLIMIENTO E IMPOSICIÓN Y CÁLCULO DE PENALIDADES</p> <p>a) Determinación de la penalidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Institución Compradora calcula penalización. II. El Encargado de Seguimiento de Contrato notificará a la UCP de la SSF para que se notifique al proveedor, con nota y documentación de respaldo. III. El proveedor se presenta a cancelar penalización a la SSF y sigue los pasos determinados en el literal b). <p>b) Procedimiento para el pago de la penalidad:</p> <p>El proveedor deberá presentarse a la pagaduría de la Superintendencia del Sistema Financiero (UFI), ubicada en Edificio Torre Futura, nivel 16 entre 87 y 89 avenida y calle el mirador, San Salvador, para realizar el pago.</p> <p>EJECUCIÓN COACTIVA POR PRODUCTOS Y SERVICIOS NO ENTREGADOS.</p> <p>En caso que los productos no sean entregados, en el plazo original o vencidos los quince días arriba indicados para entregar en forma extemporánea con penalización, la GSI deberá solicitar a la Bolsa que efectúe la ejecución coactiva del contrato por lo no entregado, de conformidad a los artículos 79 y siguientes del Instructivo de Operaciones y Liquidaciones de la Bolsa de Productos de El Salvador, S.A. de C.V.; dicha solicitud deberá ser dirigida al Gerente General de BOLPROS, S.A. DE C.V., y deberá contener la información relativa al número de contrato, cantidades incumplidas, monto equivalente al incumplimiento, y toda aquella información que permita establecer, identificar y cuantificar el incumplimiento.</p> <p>Los CINCO (5) días hábiles para solicitar la ejecución coactiva por lo no cumplido, se contarán a partir de la fecha límite de entrega original acordada contractualmente o a partir del último día del plazo concedido con penalización; conforme a lo dispuesto en los artículos 79 y siguientes del Instructivo de Operaciones y Liquidaciones.</p> <p>Será obligatorio para el Puesto de Bolsa Vendedor e Institución Compradora, que, en caso de existir acuerdos entre las partes, dichos acuerdos sean informados a la Bolsa, antes de la realización de las nuevas ruedas de negociación en virtud de la ejecución coactiva; caso contrario la Bolsa continuará con el proceso de ejecución hasta la liquidación de la garantía.</p>
<p>Documentación para tramitar cobro y Fecha de pago de anticipos y de productos o servicios</p>	<p>FACTURACIÓN SERÁ DIRECTA.</p> <p>La agencia de publicidad deberá elaborar presupuestos por las producciones, campañas, actividades y servicios solicitados por el Encargado de Seguimiento de Contrato. Los presupuestos deberán ser aprobados y firmados por el Encargado de Seguimiento de</p>



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

Contrato. El pago de los servicios será de forma mensual y se pagarán conforme a los presupuestos autorizados.

Para trámite de cobro se deberá presentar la siguiente documentación:

- a) Factura Consumidor Final duplicada del proveedor a nombre de la **Superintendencia del Sistema Financiero**. Debiendo incluir el nombre del servicio, número de contrato, el precio unitario o paquete y el precio total debe consignarse con dos decimales, deberá contar con visto bueno del Encargado de Seguimiento de Contrato.

Prevía notificación por parte del Encargado de Seguimiento de Contrato, se emitirá factura de consumidor final, con el detalle de los servicios.

- b) Acta de recepción del cliente comprador debidamente firmada y sellada por el Encargado de Seguimiento de Contrato nombrado para tal efecto.

El pago será mensual de acuerdo con el manejo de la cuenta y el plan de medios ejecutados en dicho período, autorizado por el Encargado de Seguimiento de Contrato.

Una vez finalizado el servicio, el pago se hará conforme al calendario establecido por la institución, en las oficinas designadas por el comprador para el trámite de pago, posterior a la presentación de la documentación de los servicios prestados del mes anterior.

Para el trámite del Acta de Recepción, la agencia de publicidad deberá presentar los DOCUMENTOS DE SOPORTE, que se detallan, los cuales quedarán en resguardo del Encargado de Seguimiento de Contrato:

1. Presupuestos Autorizados debidamente firmados por el Encargado de Seguimiento de Contrato.
2. Materiales impresos: impresión del material gráfico y versión original de spots y cuñas, entre otros. (La presentación física de los documentos de soporte no generará ningún costo adicional para la Superintendencia del Sistema Financiero)
3. La agencia deberá entregar a la SSF todo el material en bruto (en alta resolución, editable y artes finales u otros formatos que se requiera) todo lo que se haya producido y reportado (campañas completas y sus respectivos productos de medios de comunicación clasificados en carpetas), durante la vigencia del contrato en un disco duro externo (que no representará ningún costo para SSF), así mismo se entregará de manera digital y física un índice que detalle todo el material a entregar.
4. Todo material gráfico, fotográfico, auditivo, video, etc. producido por la agencia o terceros subcontratados por la agencia para las campañas publicitarias, acciones de promoción, entre otras, serán propiedad de la SSF. Ningún material realizado durante la vigencia del contrato podrá ser utilizado sin la autorización de la SSF.
5. Los documentos a presentar como respaldo son:



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

	MEDIO	SOPORTE DE COMPROBACIÓN O RESPALDO (MEDIOS)
	Impresos	Evidencia de publicación realizada.
	Televisión	Flow chart o reporte de transmisión con el detalle del número de spots. Certificación de pauta.
	Radio	Flow chart o reporte de transmisión con el detalle del número de cuñas y su horario. Certificación de pauta.
	Medios exteriores: Vallas, MUPIS, u otros	Reporte fotográfico en las ubicaciones contratadas con su respectiva dirección o punto de referencia.
	Pauta en redes sociales y plataformas digitales	Informe que contenga el plan ejecutado, evidencia de pauta, resultados de acuerdo con indicadores de la estrategia ejecutada.
	MEDIO	SOPORTE DE COMPROBACIÓN O RESPALDO (PRODUCCIÓN)
	Producción	Detalle del story board del spot o cuña de radio final. Al finalizar el mes de servicio remitir archivo de spot o cuña final y material en bruto, por medio de drive.
	Producción de materiales impresos	Un ejemplar en original de posters, folletos, entre otros impresos y para facturación (material adaptado a formato indicado por el Encargado de Seguimiento de Contrato).
	Producción de material promocional	Fotografías en alta definición a color del material promocional realizado y su respectivo detalle. Al finalizar el mes de servicio remitir archivo de arte final por medio de drive
	<p>Para el último cobro deberá presentarse "orden de entrega" emitida por BOLPROS, S.A. DE C.V., ante el Encargado de Seguimiento de Contrato para firma y sello y luego entregada en BOLPROS para su liquidación.</p> <p>El Encargado de Seguimiento de Contrato deberá garantizar que los documentos a cobro estén debidamente firmados y sellados por la Institución Compradora.</p> <p>El Encargado de Seguimiento de Contrato será el responsable de verificar la buena marcha y el cumplimiento de las obligaciones contractuales, que se cumplan con todas las Especificaciones Técnicas y cláusulas del presente contrato, debiendo informar por escrito cualquier incumplimiento del proveedor, a la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones de la Institución compradora para que se notifique a la GSI de BOLPROS sobre los incumplimientos respectivos.</p>	
Otras Condiciones	1. OBLIGACIONES ESPECIALES DEL PROVEEDOR: Se detallan las siguientes obligaciones que tienen un carácter especial:	



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

- a. El Proveedor deberá cumplir con la legislación aplicable, Oferta de Compra y con las instrucciones que le gire el Encargado de Seguimiento de Contrato.
- b. Delegar a un representante que cuente con perfil profesional, responsable y con atención prioritaria hacia la Institución Contratante, con amplia experiencia en el campo publicitario y de atención a entidades gubernamentales; y excelentes relaciones públicas, que contribuyan a una óptima comunicación y seguimiento a requerimientos del Encargado de Seguimiento de Contrato, por lo que deberá asignar a un ejecutivo de cuentas y a un creativo, facilitando los nombres, correo electrónico y números telefónicos .
- c. Mantener disponibilidad de trabajo durante el periodo vigente de la contratación para atender el llamado que se le haga; por medio del Encargado de Seguimiento de Contrato, para resolver cualquier petición relacionada con el servicio contratado, así como aquellos casos de emergencia que surjan incluso en días no hábiles y en periodos de vacaciones, si los hubiere, como un valor agregado del servicio; por lo que los contactos designados deberán estar disponible los siete días de la semana, las 24 horas, - incluidos días feriados; sin que esto incurra en un costo adicional para SSF.
- d. Elaborar de manera original y creativa, propuestas de todo material o campaña, tales como: artes para publicaciones, diseño de contenido para redes sociales, cuñas, spots, entre otros; y deberá hacer las adaptaciones indicadas por el Encargado de Seguimiento de Contrato; así como realizar planes de medios y pauta, que reflejen la inversión, con la finalidad de alcanzar las necesidades globales de comunicación deseadas, sin que esto incurra en un costo adicional para SSF.
- e) Los planes de medios deberán ser presentados para evaluación con quince días de anticipación para su respectiva revisión y lograr así los objetivos propuestos, realizando una mezcla focalizada, eficiente y acorde a los intereses de La Superintendencia del Sistema Financiero, que incluya medios con cobertura nacional, local y/o focalizada optimizando al máximo el presupuesto y siempre gestionando para obtener beneficios adicionales en pauta para la SSF por la contratación. Nota aclaratoria: en caso de presentarse casos de emergencia, esta condición queda sin efecto bajo la responsabilidad del Administrador de Contrato quién deberá efectuar las gestiones para agilizar el proceso de evaluación y aprobación correspondientes
- F) Toda solicitud de trabajo de diseño gráfico, creativo y/o de producción que realice directamente la Agencia de Publicidad, (levantamiento de textos, diseño de anuncios para medios impresos prensa escrita, revistas escaneo de fotografías, uso de banco de imágenes; así como artes finales y separaciones blanco y negro para medios impresos, POP, producciones de audio o video en calidad de demos, diseños para print o web entre otros), se recibirá como un servicio de la misma, por lo tanto, no deberá representar costo alguno, sea parte o no de una campaña publicitaria.
- e. Efectuar reuniones de coordinación a requerimiento de la Institución Compradora, a fin de dar seguimiento y retroalimentación de las estrategias de promoción y publicidad implementadas, para conocer los resultados de la inversión realizada y presentar sugerencias para optimizar la inversión futura. Estas reuniones se realizarán al menos una vez al mes, con el ejecutivo de la cuenta, previa convocatoria por parte del



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

Encargado de Seguimiento de Contrato; sin que esto incurra en un costo adicional para SSF.

- f. Cumplir eficientemente con los trabajos asignados, dentro del tiempo requerido por la SSF.
- g. Entregar al menos dos días después de finalizada la pauta los reportes de monitoreo de medios contratados y reportes de la ejecución de la pauta, con pruebas de los materiales publicados, alcance por red social-con sus capturas de publicaciones, resultados de la campaña pautaada. El informe deberá reflejar la implementación, seguimiento y evaluación de la campaña publicitaria, el cual deberá sustentar la efectividad de los resultados de la ejecución del plan de medios de la campaña, así como el posicionamiento del mensaje publicitario en el público objetivo.
- h. La agencia de publicidad deberá apoyar la estrategia de comunicación institucional, la gestión de redes sociales institucionales, la comunicación interna y las relaciones públicas, cuando sea requerido por el Encargado de Seguimiento de Contrato. Nota aclaratoria: La gestión de redes sociales para las que la agencia deberá colaborar se limita a la generación de contenido, elaboración de artes y pago de pauta.
- i. La agencia de publicidad deberá elaborar un plan de acción y dar soporte de comunicación en momentos de crisis.
- i. Realizar los cambios que sean necesarios a línea gráfica, conceptualización de materiales, producción de cuñas o cualquier otra solicitud que se requiera hasta lograr la aprobación y satisfacción del Encargado de Seguimiento de Contrato.
- j. No realizar ninguna acción o efectuar cambios al plan publicitario, sin la debida autorización de la Administración Superior y/o del Encargado de Seguimiento de Contrato.
- k. Todo material a publicitar deberá estar autorizado por el Encargado de Seguimiento de Contrato de la Institución Compradora, previo a la publicación y/o transmisión en los medios aprobados.
- L. Todo el material realizado, diseñado y producido será propiedad de la SSF, por lo que el proveedor renuncia a los derechos de propiedad intelectual, de autor y demás derechos de la naturaleza que fuesen, sobre cualquier material producido dentro del periodo del contrato, los cuales serán propiedad exclusiva de la Superintendencia, el cual no podrá ser usado por terceros sin previa autorización de esta institución.
- m. El Proveedor deberá enviar todo el material preparado y aprobado por la Superintendencia, a los medios de comunicación acordados en el plan de medios ya aprobado por la Superintendencia, para su publicación o difusión en la forma que más convenga a los intereses de la Institución Compradora. Debiendo remitir copia del material y editables al Encargado de Seguimiento de Contrato.
- n. El proveedor del servicio, también deberá tener la capacidad de proporcionar el monitoreo de medios de comunicación nacional, facilitando noticias relacionadas a temas financieros y económicos previamente acordados y solicitados por la Superintendencia, entregando, además, archivos digitales de las publicaciones.



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

	<p>o. Tanto el proveedor de la agencia, como el personal asignado para prestar el servicio, están obligados y comprometidos a no divulgar información Institucional.</p> <p>p. Al cierre del contrato la agencia deberá remitir un cuadro control de los requerimientos ejecutados con sus costos, detallando el monto presupuestario ejecutado durante el contrato.</p> <p>q. Se requiere reunión preparatoria con la agencia ganadora, el mismo día de cierre de la negociación, para establecer actividades a desarrollar, elaborar una propuesta de programación de trabajo y resolver consultas.</p> <p>r. Esta oferta una vez publicada por BOLPROS, no será retirada por la institución, salvo que esta no haya sido negociada, por no llegar acuerdo en el precio por los participantes, lo cual se dispondrá conforme a lo establecido en el artículo treinta y dos del Instructivo de Operaciones y Liquidaciones.</p>
Vigencia del Contrato	La vigencia del contrato será a partir del cierre de negociación, hasta el 31 de enero de 2024.
Adendas y Prórrogas	Para los contratos producto de esta Oferta de Compra se aceptarán prórrogas y adendas de acuerdo con los Arts. 82, 83 y 86 del Instructivo de Operaciones y Liquidaciones de la Bolsa de Productos de El Salvador, S.A. de C.V.

1. OBJETO DE LA COMPRA

La Superintendencia del Sistema Financiero, por medio de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional (UCP), gestiona la presente oferta de compra para la contratación de los servicios de una agencia de publicidad altamente competente y legalmente establecida, que brinde servicios para la creación, ejecución, asesoría e inversión en medios para diferentes campañas publicitarias y apoyo en la ejecución de la estrategia de comunicación institucional, realizando propuestas creativas y estratégicas de comunicación de los diferentes servicios, proyectos, acciones de educación financiera e informativos que la institución ofrece en pro de la ciudadanía, a través de medios de comunicación, plataformas digitales u otros canales que se consideren convenientes, durante el período de contratación establecido. Así como para publicar avisos relativos a los procedimientos de adquisición y contratación y otras publicaciones de ley de la Institución Compradora, además deberá proporcionar servicio de monitoreo de medios de comunicación nacional.

2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

- Orientar a la población en el manejo de sus finanzas por medio de campañas de educación financiera.
- Dar a conocer servicios, proyectos, beneficios y requisitos para la población, por medio de una estrategia de medios eficiente y efectiva.
- Informar sobre diferentes acciones del sistema financiero, realizar publicaciones en cumplimiento a la ley e informar las diferentes ofertas y resultados de los procesos de adquisición y contratación, así como avisos de carácter legal.



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

- d) Posicionar la imagen institucional como moderna, eficiente y ágil en sus servicios por medio de campañas creativas amigables y comprensibles para la población.

3.

ÍTEM	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.
1	SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD	Servicio	1

4. JUSTIFICACIÓN DE LA UNIDAD SOLICITANTE

La Superintendencia del Sistema Financiero, trabaja de manera enfática en orientar en el manejo de las finanzas, a través de la educación financiera, así como también informa sobre el funcionamiento y acciones en el sistema financiero del país. Además, desarrolla diferentes proyectos e iniciativas que deben darse a conocer a toda la población a través de una estrategia de medios eficiente y efectiva, por lo que es necesario los servicios de una agencia de publicidad, para coordinar y ejecutar la inversión publicitaria en los medios de comunicación que sean necesarios.

5. MARCO LEGAL

- El presente proceso estará sujeto a la Constitución de la República, Ley de Compras Públicas (artículo 73 inc. 2°), normativa BOLPROS y demás normativas vigentes aplicables.

6. ACEPTACIÓN Y PREPARACIÓN DE OFERTAS

El proveedor al presentar su oferta acepta sin reservas las especificaciones técnicas, condiciones, indicaciones y términos establecidos, los cuales constituyen el marco normativo que regirá el procedimiento de contratación, así como la formulación y ejecución del contrato.

Para preparar su oferta, el proveedor deberá examinar cuidadosamente lo detallado en cada una de las secciones e incluyendo los anexos del presente documento.

Este sufragará todos los costos relacionados con la preparación y presentación de su oferta. Será responsable por las consecuencias y costos provenientes de la falta de conocimiento o errónea interpretación de este documento.

7. IDIOMA DE LA OFERTA

Las ofertas, así como toda la correspondencia y documentos relativos a ella, que intercambien el proveedor y la SSF, deberán redactarse en idioma castellano o traducirse a dicho idioma.

Los documentos complementarios y literatura impresa que proporcione el proveedor podrán estar escritos en otro idioma, a condición de que vaya acompañado de una traducción fiel del documento en idioma castellano.

Los documentos públicos que sean extendidos por instituciones o autoridades extranjeras deben presentarse debidamente apostillados, según el Convenio de la Haya o legalizada por el correspondiente consulado de conformidad al artículo 334 del Código Procesal Civil y Mercantil, según el caso.



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

8. IMPEDIDOS PARA OFERTAR Y CONTRATAR

Podrán ofertar y contratar con la administración pública, todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que tengan capacidad legal para obligarse; conforme al derecho común, con facultades legales, técnicas y financieras para proporcionar el servicio requerido, incluyendo a la micro, pequeña y mediana empresa, siempre que estas puedan garantizar la calidad y demás condiciones del servicio requerido.

Si alguno de los proveedores, a la fecha de presentación de ofertas, así como durante el período de evaluación de ofertas se encontrare en el registro de inhabilitados e incapacitados de la UNAC, publicado en COMPRASAL, automáticamente quedará descalificado y no será sujeto de negociación, lo cual será verificado de oficio por la SSF y comunicado por ésta a BOLPROS.

El proveedor deberá declarar que no se encuentra incapacitado para ofertar y contratar, así como sobre otras condiciones establecidas en el Anexo 2 Declaración Jurada.

9. RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA PREVENCIÓN Y ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL

En caso se comprobare por la Dirección General de Inspección de Trabajo del Ministerio de Trabajo y Previsión Social, incumplimiento por parte del oferente a la Normativa que prohíbe el trabajo infantil y de Protección de la persona adolescente trabajadora; se iniciará el procedimiento para determinar el cometimiento o no dentro del procedimiento adquisitivo, o durante la ejecución contractual. En caso se comprobare por la Dirección General de Inspección de Trabajo y Previsión Social, incumplimiento por parte del proveedor a la normativa anterior, la institución compradora iniciará el procedimiento de ejecución coactiva por incumplimiento a obligaciones contractuales, de conformidad al Anexo 1 Declaración Jurada.

10. EVALUACIÓN DE OFERTAS

La oferta técnica deberá ser presentada de conformidad a las especificaciones establecidas en la Oferta de Compra, debiendo además de incorporar los documentos de respaldo que se le solicite.

Las ofertas serán evaluadas por la entidad compradora por medio de la unidad solicitante, para verificar el contenido, documentación y cumplimiento conforme a lo solicitado en la Oferta de Compra, legislación vigente aplicable, así como la correspondencia tramitada en el proceso de elaboración y evaluación de ofertas, utilizando para ello los factores, puntajes y criterios de evaluación establecidos en la Oferta de Compra. Posteriormente a la evaluación respectiva se dará a conocer las ofertas que han sido aceptadas para seguir en el proceso de la negociación.

11. CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE OFERTAS

Las ofertas serán evaluadas, de acuerdo con los criterios establecidos en el siguiente cuadro:

Nº	CRITERIOS	PUNTOS	
		MÁXIMO	MÍNIMO
11.1	Funcionamiento y Capacidad Instalada	100 puntos	85 puntos
11.2	Evaluación Técnica (Desarrollo de propuesta demo de campaña)	100 puntos	85 puntos



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

El proceso de evaluación se desarrollará en dos fases, conforme al orden establecido en la tabla anterior, cuyos factores son excluyentes, es decir, **el Proveedor para continuar con el proceso de Evaluación Técnica, deberá haber alcanzado el puntaje mínimo (85 puntos) establecido en la etapa previa, Funcionamiento y Capacidad Instalada.**

Los Proveedores deben mencionar en sus documentos de oferta, la información requerida en los numerales 11.1 y 11.2. Si no son mencionados expresamente o no adjunta la documentación de respaldo requerida para comprobar lo expuesto en su oferta, se le podrá prevenir y posteriormente se procederá a continuar con la evaluación de la información presentada y/o subsanada y disponible al momento. Si aun habiéndose prevenido no cumple con los criterios requeridos para establecer puntaje será evaluado con cero puntos.

Dentro de la evaluación técnica, se deberá presentar la propuesta de **una campaña publicitaria**, de acuerdo con el brief publicitario anexado para tal fin **ANEXO N° 1**

Los Proveedores podrán presentar materiales gráficos y multimedia, audios, bocetos, piezas de prensa, entre otros, que se consideren necesarios para ilustrar la propuesta, sin que esto genere compromiso alguno con la institución, ni modificación de la oferta presentada. **Esta demostración de campaña podrá ser considerada en la ejecución del contrato o ser modificada, de acuerdo a las necesidades y objetivos comunicacionales de la SSF.**

11.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN ETAPA DEL FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA

	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PUNTAJE
A	Organigrama de la Agencia de Publicidad	10 puntos
B	Experiencia del personal propuesto por la agencia	40 puntos
C	Experiencia general de la agencia de publicidad	40 puntos
D	Respaldo como miembros de la AMPS y la ASAP	10 puntos
	TOTAL	100 puntos

11.1.1 METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DE LA ETAPA DE FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA

A. Organigrama de la agencia de publicidad (10 puntos)

DESCRIPCIÓN	PUNTOS
Organigrama de la agencia de publicidad	10 puntos



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

Presenta organigrama de la agencia de publicidad con una breve descripción de las áreas con las que cuenta la empresa.	10 puntos
No presenta organigrama de la agencia de publicidad	0 puntos

B. Experiencia del personal propuesto por la agencia (40 puntos) Anexo 5

DESCRIPCIÓN	PUNTOS
Experiencia del personal propuesto por la agencia (La agencia cuenta con el personal mínimo requerido para el manejo del contrato. Anexo 5)	40 puntos
1- Presenta hoja de vida del Director de Cuentas	1 puntos
1.1- El Director de cuentas tiene más de 5 años de experiencia en el cargo propuesto, presenta título universitario en mercadeo, comunicaciones, marketing o carreras afines y Tres (3) referencias de campañas publicitarias que den constancia del desempeño laboral (Excelente o Muy Bueno).	6 puntos
2- Presenta hoja de vida del Director Creativo	1 puntos
2.1-El Director creativo tiene más de 5 años de experiencia en el cargo propuesto, presenta título universitario en mercadeo, comunicaciones, marketing o carreras afines y Tres (3) referencias de campañas publicitarias que den constancia del desempeño laboral (Excelente o Muy Bueno).	6 puntos
3- Presenta hoja de vida del Director Digital	1 puntos
3.1-El Director Digital tiene más de 5 años de experiencia en el cargo propuesto, presenta título universitario en mercadeo, comunicaciones, marketing o carreras afines y Tres (3) referencias de campañas publicitarias que den constancia del desempeño laboral (Excelente o Muy Bueno).	6 puntos
4- Presenta hoja de vida del Community Manager	1 puntos



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

4.1- El Community Manager tiene más de 5 años de experiencia en el cargo propuesto, presenta título universitario en mercadeo, comunicaciones, marketing o carreras afines y Tres (3) referencias de campañas publicitarias que den constancia del desempeño laboral (Excelente o Muy Bueno).	3 puntos
5- Presenta hoja de vida del Especialista en la creación de contenido digital.	1 puntos
5.1-El especialista en la creación de contenido digital tiene más de 3 años de experiencia en el cargo propuesto.	3 puntos
6 Presenta hoja de vida del Director de Medios.	1 puntos
5.1-El Director de Medios tiene más de 5 años de experiencia en el cargo propuesto, presenta título universitario en mercadeo, comunicaciones, marketing o carreras afines y Tres (3) referencias de campañas publicitarias que den constancia del desempeño laboral (Excelente o Muy Bueno).	6 puntos
6- Presenta hoja de vida del Planificador de Medios.	1 puntos
6.1-El Planificador de Medios tiene más de 3 años de experiencia en el cargo propuesto.	3 puntos

En este rubro se evaluará la experiencia del personal que el oferente proponga para ejecutar el servicio durante el periodo de vigencia de la contratación respectiva, en el entendido que dicho personal deberá estar disponible para atender las necesidades de la SSF.

En caso de que el proveedor proponga más de un especialista por área de trabajo, el puntaje se otorgará según el que tenga más años de experiencia del personal propuesto por especialidad.

La institución compradora se reserva el derecho de implementar los mecanismos necesarios para verificar la información presentada por el ofertante.

C. Experiencia general de la agencia de publicidad (40 puntos) ANEXO N° 6

DESCRIPCIÓN	PUNTOS
Experiencia general de la agencia de publicidad: Para esto se deberá presentar portafolio de campañas realizadas para otros clientes y detalle de los contratos de publicidad ejecutados en los últimos 3 años, por medio de cartas o constancias que califiquen los	Hasta 40 puntos



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

servicios de la agencia participante como Excelente ; asimismo se deberá detallar monto de los contratos manejados, los cuales deben ser iguales o superiores a \$300 mil, nombre del cliente y periodo de ejecución, contacto y teléfonos de la persona que recibió el servicio, en concordancia a la información proporcionada en el Anexo 5	
Presenta portafolio de campañas realizadas para otros clientes	10 puntos
Presenta 3 constancias emitidas por otros clientes, de contratos con montos iguales o superiores a \$300 mil, realizados en los últimos 3 años (el monto solicitado en las constancias es anual, no se tomará en cuenta constancias que acumulen inversiones para llegar al monto), calificando los servicios recibidos como Excelente y en concordancia a la información proporcionada en el Anexo 5	30 puntos
Presenta 2 constancias emitidas por otros clientes, de contratos con montos iguales o superiores a \$300 mil, realizados en los últimos 3 años (el monto solicitado en las constancias es anual, no se tomará en cuenta constancias que acumulen inversiones para llegar al monto, calificando los servicios recibidos como Excelente y en concordancia a la información proporcionada en el Anexo 5	20 puntos
Presenta 1 constancia emitida por otros clientes, de contratos con montos iguales o superiores a \$300 mil, realizados en los últimos 3 años (el monto solicitado en las constancias es anual, no se tomará en cuenta constancias que acumulen inversiones para llegar al monto, calificando los servicios recibidos como Excelente y en concordancia a la información proporcionada en el Anexo 5	10 puntos

Para respaldar los años de experiencia del Proveedor, se deberá presentar debidamente completado el formato entregado en el **ANEXO N° 6**, señalando la experiencia general y similar acumulada, con contratos que podrán haberse ejecutado por un plazo de un año o en su caso, varios contratos ejecutados en un mismo año; en este último caso, se llevará a cabo la sumatoria de contratos a lo largo de un mismo año; adjuntando los debidos documentos de respaldo de la experiencia del proveedor (cartas, constancias).

De existir la ejecución de contratos en un mismo año, se tomará en cuenta el tiempo de ejecución de ambos contratos y no la sumatoria de los meses de cada contrato.

Para contabilizar un año de experiencia, deberá respaldarse ya sea por un sólo contrato o varios que reflejen al menos 6 meses de trabajo; de lo contrario no se considerará 1 año de experiencia.

La SSF se reserva el derecho de implementar los mecanismos necesarios para verificar la información presentada por el proveedor.



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

D. Respaldo como miembros de la AMPS y la ASAP (10 puntos).

DESCRIPCIÓN	PUNTOS
Respaldo como miembros de la AMPS y la ASAP	10 puntos
Presenta constancia como miembro de la Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad (ASAP)	5 puntos
Presenta constancia como miembro de la Asociación de Medios Publicitarios Salvadoreños (AMPS)	5 puntos

Para que un ofertante pueda continuar a la etapa de evaluación técnica, será preciso haber obtenido un mínimo de 85 puntos de 100 en la etapa de Funcionamiento y Capacidad Instalada, de lo contrario se considerará como no elegible para continuar con el proceso de evaluación.

11.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN TÉCNICA (Desarrollo de propuesta demo de campaña)

Las ofertas serán evaluadas, de acuerdo con los criterios establecidos en el siguiente cuadro:

	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PUNTAJE
	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
A	Condición de Obligatoriedad Capacidad de respuesta para atender las necesidades planteadas por la SSF	Cumple/ No cumple
B	Propuesta integral de la demo de campaña publicitaria, según brief anexos 6 y 7.	50
C	Estrategia de comunicación	50
	TOTAL	100

11.2.1 METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DE LA ETAPA

A. CONDICIÓN DE OBLIGATORIEDAD: CAPACIDAD DE RESPUESTA PARA ATENDER LAS NECESIDADES PLANTEADAS

CONDICIÓN DE OBLIGATORIEDAD	CUMPLE/ NO CUMPLE
La capacidad de respuesta para atender las necesidades de los anuncios y/o comerciales, según necesidades deberá ser detallada en una carta compromiso, que refleje una atención cuando sea necesaria, (incluyendo fines de semana y feriados, por todas aquellas publicaciones que se deben emitir según el contexto y no hayan sido programadas o se tenga que modificar alguna pauta) y deberán ser colocadas por la agencia según lo indicado por el	



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

<p>Encargado de Seguimiento de Contrato, luego de las aprobaciones de las piezas a publicar o divulgar.</p> <p>La agencia deberá estar abierta a proveer un servicio inmediato de colocación de pauta, en un periodo máximo de 3 horas.</p> <p>Dicha carta debe comprender, a la vez, un tiempo estipulado de respuesta en atender la solicitud, máximo 1 día hábil, después de que se requiera el servicio, o en caso de emergencia, respuesta inmediata.</p>	
--	--

En caso de que el Proveedor no cumpla en esta fase con la condición de obligatoriedad: capacidad de respuesta para atender las necesidades planteadas por la institución compradora, **no será considerado para continuar con el proceso de evaluación**; es decir, no se evaluará la propuesta integral de la demo de campaña publicitaria y plan de medios.

Por tratarse de una entidad pública de servicio permanente, laborando aún en fines de semana y días festivos, se requiere la asignación de personal de turno que pueda cubrir necesidades de emergencia que puedan presentarse.

B. PROPUESTA INTEGRAL DE LA DEMO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA, SEGÚN BRIEF (50 PUNTOS)

Para la evaluación de las Especificaciones Técnicas, se calificará la propuesta de demo de campaña publicitaria, de acuerdo con el brief publicitario entregado en el **ANEXO N° 1**; adjuntando la estrategia creativa y el racional de medios correspondiente. A la vez, se evaluarán los valores agregados obtenidos y sugeridos por la agencia para el posicionamiento de la campaña publicitaria propuesta. En la segunda fase se calificarán y evaluarán las ofertas con base a los siguientes parámetros:

EVALUACIÓN DE DEMO DE CAMPAÑA	Hasta 50 puntos
1- Presenta racional creativo	5 puntos
2- Presenta y justifica la idea creativa, sus elementos gráficos, colores, formas u otro elemento creativo.	5 Puntos
3- La propuesta creativa deberá estar vinculada con lo solicitado en el brief. Se evaluarán los siguientes criterios:	Hasta 25 Puntos
<p>a) Diseño</p> <p>Se transmite de manera integrada un diseño creativo utilizando elementos gráficos tales como fotografías, tipografía, colores, diseño visual, entre otros, acorde al racional o concepto planteado en la campaña.</p> <p>Para otorgar el puntaje, el diseño deberá cumplir con las siguientes características y criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Justificar el porqué del diseño presentado y de los elementos utilizados. - El diseño presenta un manejo equilibrado entre todos los elementos. - Se justifica la paleta de colores utilizada acorde con el propósito del mensaje presentado. - La tipografía utilizada se justifica con una función clara. 	10 Puntos



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

<ul style="list-style-type: none"> - El diseño es atractivo, coherente, sencillo, comunica el mensaje de la campaña, es moderno sin perder la institucional. <p>Cada criterio tendrá una asignación de 2 puntos.</p>	
<p>b) Originalidad</p> <p>Para otorgar el puntaje, deberá cumplir con los siguientes criterios y características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Justificación del porqué su propuesta es original. - Muestra una propuesta única, no copia de otras estrategias realizadas por la Superintendencia del Sistema Financiero o cualquier otra institución, entidad financiera o marca comercial. <p>Cada criterio tendrá una asignación de 2.5 puntos.</p>	5 Puntos
<p>c) Innovación</p> <p>Para otorgar el puntaje, deberá cumplir con los siguientes criterios y características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Justifica la innovación de la propuesta. - Los elementos innovadores aportan un vínculo con la audiencia. - La propuesta gráfica y del mensaje, logra posicionar a la marca (SSF) como una institución gubernamental moderna. - Hace uso y justifica recursos comunicacionales adaptados a las tendencias actuales de campañas publicitarias. <p>Cada criterio tendrá una asignación de 1.25 puntos.</p>	5 Puntos
<p>d) Claridad</p> <p>Para otorgar el puntaje, deberá cumplir con los siguientes criterios y características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Justifica el mensaje de campaña. - El mensaje en la propuesta creativa es fácil de identificar y asociar con la marca (SSF). - Se presenta un mensaje comprensible y directo para las audiencias. - El mensaje educa financieramente a la población. <p>Cada criterio tendrá una asignación de 1.25 puntos.</p>	5 Puntos
5 Los materiales de la campaña transmiten:	Hasta 15 puntos
El mensaje central de los materiales está de acuerdo con el racional creativo; Se deberá presentar justificación de dos párrafos del porqué el mensaje está acorde con el racional creativo.	5 puntos
Muestra o refleja a una institución confiable, preocupada por las necesidades de la población en el área económica-financiera. El mensaje conecta con las audiencias y genera un vínculo emocional de la marca con la audiencia. El mensaje comunicacional logra un recordatorio de la marca (SSF) y es fácil de ser recordado por la población.	5 Puntos
Trasmite un mensaje de credibilidad. Se deberá presentar una justificación de dos párrafos del porqué el mensaje es creíble.	5 Puntos



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

C. ESTRATEGIA DE MEDIOS (50 puntos)

El Proveedor deberá presentar una justificación en la que explique la estrategia de medios a desarrollar para implementar la demo de campaña publicitaria, que permita alcanzar los objetivos trazados por la Institución Compradora, definiendo el alcance esperado por cada medio propuesto, inversión mensual, objetivos, medios específicos a utilizar y target; así como las bonificaciones para potenciar la compra, tales como: bonificación de cuñas, presencia de marca, patrocinio de hora, entre otros, que sean de impacto y aseguren el posicionamiento de la institución en el país.

Dicho racional deberá corresponder a lo planteado en las especificaciones técnicas de este mismo documento y deberá ser congruente (en cuanto a los productos y servicios detallados) con la oferta a presentar.

Se evaluará este aspecto tomando en consideración lo establecido en la siguiente tabla:

ESTRATEGIA DE MEDIOS	Hasta 50 puntos
1. Define las audiencias	5 Puntos
2. Plan de medios:	Hasta 45 puntos
a. Justifica el mix de medios propuesto, objetivo y target.	10 PUNTOS
b. El ofertante deberá proponer un plan que contenga los siguientes medios: televisión, radio, prensa escrita, vía pública, medios digitales u otros medios de difusiones masivas o alternativas, que proponga la agencia. Se deben considerar los medios, franjas y programas de más alto rating, mayor alcance e impacto. El Plan de Medios contiene el detalle de los medios a contratar distribuidos por perfil y cobertura; horario de transmisión de los mensajes especificando franjas y/o espacios; total de impactos (cuñas, spot, etc.)	15 puntos
c. El Plan de medios presenta una idea creativa y de alto impacto, combinando de la mejor forma alcance - frecuencia; coberturas nacionales - departamentales, etc.; ayudando con ello el cumplimiento de los objetivos de comunicación.	15 puntos
d. BONIFICACIONES: Media Valúe Valores agregados y/o bonificaciones que se obtendrán por la pauta. (Esta debe estipularse por cada medio y aplicar su frecuencia en el plan de medios) También se tomará en cuenta la capacidad de negociación del ofertante, brindando la mejor oferta posible para la SSF.	10 puntos
PUNTAJE TOTAL	100 puntos

Las ofertas presentadas deberán cumplir con **un mínimo de 85 puntos de 100 puntos** posibles de la evaluación Técnica (Desarrollo del demo de campaña), para continuar con el proceso de negociación.

Para todos los aspectos ponderables de los criterios de evaluación de oferta que, aun habiéndose prevenido, no cumple con el criterio requerido para establecer puntaje, será evaluado con **cero puntos**.



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

La negociación se realizará por su totalidad.

12. INFORMACIÓN QUE LA INSTITUCIÓN PROVEERÁ

Con el propósito de facilitarles a los participantes la elaboración de su oferta técnica, se adjunta la siguiente información:

- a. Información de la labor que la institución realiza. **ANEXO N° 1.**
- b. Para efectos de elaboración de la oferta técnica, el proveedor deberá tomar en cuenta el brief publicitario de la demo de campaña que se anexa a estos términos de referencia (**ANEXO N° 1**).
- c. Manual de logo institucional. *

<https://drive.google.com/drive/folders/1j9rh2e6vliGnGZ5XJwLxYguRzt3V8FAT?usp=sharing>

- d. Manual de marca Gobierno para Autónomas que guía la forma de cómo la marca institucional debe interactuar con la marca de Gobierno. *

13. ALCANCE DEL SERVICIO

a) Apoyo en la ejecución de la estrategia de comunicación:

- La empresa o agencia de publicidad, deberá desarrollar la estrategia de comunicación en el caso que se requiera para la ejecución de acciones de comunicación como la difusión de publicity, convocatorias y conferencias de prensa, gestión y administración de redes sociales institucionales e implementación de plan de acción en crisis
- La agencia deberá gestionar con los medios seleccionados el plan de pauta, la cobertura de las actividades a desarrollar en las campañas y apoyen en la difusión de contenido institucional sea o no de las campañas pautadas, así como entrevistas o espacio para la publicación de artículos (publicity) referente a temas institucionales y campañas.
- La agencia deberá gestionar que los periódicos digitales promuevan los contenidos de la institución en sus redes sociales.
- La agencia deberá gestionar, con las radios contratadas, espacios para entrevistas sobre temas financieros de interés para el público.
- La agencia deberá gestionar con los canales de televisión contratados, espacios para entrevistas sobre diferentes temas institucionales de interés para el público, según lo requiera el Encargado de Seguimiento de Contrato.

b) Estrategia de plan de pauta y gestión de publicaciones y campañas en medios de comunicación, plataformas digitales, redes sociales, cine, publicidad en exterior y otros canales de comunicación:



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

- La empresa o agencia de publicidad deberá realizar la publicación y difusión de información institucional de carácter legal, de proyección de imagen institucional, y todas aquellas pautas que se requieran en función de las necesidades institucionales, en los medios y canales de comunicación seleccionados por el Encargado de Seguimiento de Contrato.
- La empresa o agencia de publicidad elaborará la estrategia de pauta en un plan que indique objetivo, inversión, target, medios, franja horaria, costo unitario, costo total y alcance esperado (dependiendo de la particularidad de cada medio).
- Toda publicación se realizará después de la debida autorización del Encargado de Seguimiento de Contrato y la agencia no podrá efectuar ningún cambio al arte aprobado, sin previa autorización.
- La Dirección de Comunicaciones, se reserva el derecho de indicar el tamaño, ubicación de la sección en que se colocará el anuncio y en el caso de ser en medio impreso, se indicará si será color o blanco y negro, según el desarrollo de las campañas y publicaciones, durante la ejecución del contrato.
- El público objetivo será definido de acuerdo con cada estrategia y campaña de comunicación.
- El plan de medios de cada campaña o spot a pautarse se determinará durante la ejecución del contrato, según lo requiera el administrador.
- El número de campañas, duración de los spots y todo lo relacionado al plan de pauta, será definido durante la ejecución del contrato, según lo requiera el administrador.
- Coordinar y ejecutar la inversión publicitaria en los medios, según la estrategia comunicacional aprobada por la SSF.
- Coordinar la colocación de anuncios institucionales y comerciales, de acuerdo con los planes de medios aprobados por la SSF.
- Garantizar la continuidad en la prestación del servicio subcontractando si fuera necesario, sin que ello signifique incremento en los costos pactados.
- Manejo de la pauta en redes sociales de la institución.
- Supervisar que las campañas y anuncios sean ejecutadas según la inversión de medios aprobada.
- Elaboración de reportes de pauta de la ejecución de la campaña, incluyendo métricas de alcances de las publicaciones de medios digitales y redes sociales.
- Reportes mensuales de la inversión publicitaria.

c) Propuesta creativa y producción de material:

- La empresa o agencia de publicidad apoyará en la elaboración de todos los materiales de comunicación y los enviará a aprobación del Encargado de Seguimiento de Contrato, quedando abierta la posibilidad de que la Dirección de Comunicaciones realice algunos de



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

estos y elabore los textos informativos, cuando se trate de la pauta de una publicación de Comunicado o Nota de Prensa. Los costos de estas producciones estarán incluidos en el monto contratado.

- La empresa o agencia de publicidad elaborará la propuesta creativa de las campañas publicitarias que se requieran.
- Las campañas publicitarias que se requieran durante la ejecución del contrato serán producidas a un costo razonable según las tarifas de mercado que se manejan para este tipo de productos, con altos índices de calidad y efectividad, basándose en una creatividad dinámica, que permita desarrollar ideas innovadoras ajustadas a las necesidades de comunicación de nuestra institución.

14. POBLACIÓN OBJETO

Segmentación demográfica:

Población en general

Estudiantes de primaria y población de 18 años en adelante

Por sexo: Hombres y Mujeres.

Por nivel socio económico: Todos los niveles socioeconómicos (ABCD).

Por Ubicación Geográfica: Cobertura nacional.

En el caso de la SSF podemos dividir el público externo en 2 grandes grupos:

a. Usuarios del sistema financiero (población bancarizada o que ya hace uso de los productos y servicios del sistema financiero):

Este perfil se caracteriza por utilizar los servicios y productos del sistema financiero, siendo profesionales, empresarios y comerciantes que cuentan con más de un producto del sistema financiero.

Su conocimiento de los servicios/productos del sistema financiero son en su mayoría bastante amplios, pero tienen poco conocimiento sobre la asesoría y servicios de atención al usuario del sistema financiero y de la labor de supervisión que brinda la SSF.

Para este perfil es más fácil entender los mensajes técnicos y procesos más complicados.

Al tener experiencia y conocimiento de los productos y servicios financieros, son muy críticos cuando encuentran inconvenientes o no reciben la atención esperada de las entidades supervisadas por esta institución.

Buscan información relevante, oportuna y específica de productos y servicios del sistema financiero y presentan reclamos en nuestra institución al estar inconformes con un servicio de alguna entidad financiera o al encontrar alguna irregularidad en algún producto financiero.

b. Usuarios nuevos/potenciales del sistema financiero y población no bancarizada:



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

Este perfil se caracteriza por su falta de conocimiento de los servicios/productos del sistema financiero, ya que es probable que sólo hagan uso de estos servicios en ocasiones muy específicas, Por ejemplo: al retirar una remesa, hacer un depósito, cambio de cheque, etc.

Su conocimiento de la labor de la institución es poca, al igual que su conocimiento técnico, por lo que los mensajes técnicos, no son bien recibidos ni comprendidos.

Para este perfil, la información emitida sobre la labor de supervisión de esta institución les parece complicada. Son el perfil potencial para los mensajes de educación financiera, la cual valoran mucho al recibirla.

Muchos de ellos, son comerciantes o empleados que tienen oportunidad de poder invertir mejor su dinero y que, por lo tanto, deben conocer nuestra labor de ayuda para cuidar de su dinero.

Otros públicos:

Público interno

Instituciones públicas y privadas

Entidades supervisadas del sistema financiero

15. REQUERIMIENTOS MÍNIMOS PARA LA OFERTA DE COMPRA POR LOS PROVEEDORES

Para efecto de evaluación, deberá cumplir con los siguientes aspectos:

15.1 FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA:

El ofertante deberá presentar lo siguiente:

- a. Presentar organigrama de la agencia de publicidad, considerando las diferentes disciplinas o áreas requeridas para el manejo de la cuenta.

Tales como: Dirección de cuentas, Creatividad, Community Manager, Dirección de Medios, entre otros.

- b. Experiencia del personal: Presentar el personal propuesto por la agencia, con nombres y cargos, para el manejo de la cuenta. En esta parte se incluirá la experiencia del personal mínimo requerido con al menos de un profesional en puestos claves como: 1- Director de Cuentas, 2- Director Creativo, 3- Community Manager 4- Especialista en la creación de contenido digital, 5- Director de medios, 6- Planificador de medios.

Para completar esta información, se deberá anexar hoja de vida y fotocopia legible certificada del título de cada profesional. Tener como mínimo 5 años de experiencia en puestos de dirección o equivalente y de 3 años en el de especialista (**ANEXO N° 5**).

- c. Experiencia general de la Agencia de publicidad ofertante: La información de este apartado permitirá evaluar la experiencia del ofertante en servicios generales de publicidad, a los requeridos por el contratante. (**ANEXO N° 6**).

Para esto se deberá presentar portafolio de campañas realizadas para otros clientes y detalle de los contratos de publicidad ejecutados en los últimos 3 años, por medio de cartas o constancias que califiquen los servicios de la agencia participante como Excelente; asimismo se deberá detallar monto de los contratos manejados, nombre del cliente y periodo de



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

ejecución, contacto y teléfonos de la persona que recibió el servicio, según formato presentado en el **ANEXO N° 6**.

- d. Respaldo como miembro de la AMPS y de la ASAP.

15.2 EVALUACIÓN TÉCNICA (DESARROLLO DE CAMPAÑAS)

- a. Presentar propuesta de demo de campaña publicitaria con el respectivo material que consideren necesario para ilustrar su propuesta, sin que esto genere compromiso alguno con la institución, según brief. **ANEXO N° 1**.
- b. Presentar un mapa de pauta con racional que justifique la estrategia de la demo de campaña publicitaria propuesta: objetivo, target, distribución de medios y franja horaria.

16. OBLIGACIONES A CUMPLIR POR LA AGENCIA CONTRATADA

- a. Mantener reuniones periódicas con la Institución de acuerdo con las necesidades que amerite la ejecución del plan de publicidad, para dar seguimiento y retroalimentación de las estrategias publicitarias implementadas.
- b. Cumplir eficientemente dentro del tiempo requerido por la Institución Compradora, la ejecución de los trabajos asignados.
- c. No realizar ninguna acción o cambios al plan publicitario, sin la debida autorización de la Institución Compradora.
- d. Una vez aprobado el anuncio y/o comercial, impresos, entre otros, se procederá a la producción de estos, de acuerdo con lineamientos y autorizaciones obtenidas a través del Encargado de Seguimiento de Contrato.
- e. Todo material a publicitar deberá estar autorizado por la Institución Compradora, previo a la publicación y/o transmisión en los medios.
- f. La agencia debe enviar todo el material preparado y aprobado por la Institución Compradora, a los medios de comunicación acordados, para su publicación o difusión en la forma que más convenga a los intereses de la Institución Compradora. Deberá remitir copia del material a la Institución.
- g. Gestionar la autorización de la Institución Compradora, de acuerdo con los mecanismos que esta establezca.
- h. Entregar mensualmente reportes de la ejecución de la pauta en medios, con pruebas de los materiales publicados, alcance, evidencia y resultados de las campañas pautadas, que indique objetivo, inversión, target, medios y alcance esperado.
- i. Mantener disponibilidad de trabajo durante el periodo vigente de la contratación para atender el llamado que se le haga por medio del Encargado de Seguimiento de Contrato, para resolver cualquier petición relacionada con el servicio contratado, así como aquellos casos de emergencia que surjan incluso en días no hábiles y en periodos de vacaciones, si los hubiere.

La Institución Compradora se reserva el derecho de realizar modificaciones en las propuestas que se presenten, de acuerdo con las necesidades comunicacionales de la Institución, así como en



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

la inversión publicitaria según se estime conveniente durante el transcurso de la vigencia del contrato.

17. METODOLOGÍA DE TRABAJO PARA EJECUCIÓN DEL SERVICIO

Durante el período de contratación, el Proveedor deberá elaborar las propuestas requeridas con su respectiva estrategia de medios que permitan llevar los mensajes a la población objeto, las cuales serán previamente validadas a través del Encargado de Seguimiento de Contrato, antes de su ejecución.

Conforme a las necesidades que se vayan presentando en la ejecución del contrato, el Encargado de Seguimiento de Contrato podrá modificar, inclusive cambiar las estrategias inicialmente planteadas.

El Encargado de Seguimiento de Contrato mantendrá comunicación con el Proveedor, de los detalles de los anuncios y contenidos a realizar, con el objetivo de que este presente diferentes propuestas de texto, bocetos y audios de los materiales que se soliciten, así como el plan de medios correspondiente y el presupuesto para aprobación.

El Proveedor deberá presentar a la institución el monitoreo de las publicaciones, pauta digital o cualquier otra pauta ejecutada, si la hubiere. Así como reportes de la pauta en medios, con pruebas de los materiales publicados, alcance por red social-con sus capturas de publicaciones, resultados de la campaña pautaada.

18. ACCIONES A DESARROLLAR PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS

A. ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS:

Esto comprende todo el proceso creativo desde el desarrollo de la idea, diseño de línea gráfica, producción y adaptación de materiales finales para cada una de las campañas.

Adicionalmente el levantamiento de textos para anuncios de prensa y cualquier otro material a requerir por la Dirección de Comunicaciones de la SSF.

MANEJO DE LA CUENTA:

Elaborar propuestas de estrategias de comunicación, planificar, desarrollar y colocar la publicidad en los medios, previa autorización la Dirección de Comunicaciones de la SSF. Desarrollar status periódicos y llevar un control minucioso del presupuesto ejecutado.

Apoyo en otras actividades como convocatorias de prensa, gestión y coordinación de espacios de entrevistas, publicity, sin que esto represente un costo económico para la institución.

C. DISEÑO DE ANUNCIOS COMERCIALES O INSTITUCIONALES:

Elaborar de manera original y creativa el material a publicarse, tales como: artes para publicaciones, contenido para redes sociales, entre otros.

D. ESTRATEGIA DE MEDIOS:

Elaborar planes y estrategias de medios dirigidos al público objetivo, de manera eficiente y efectiva, con la finalidad de alcanzar las necesidades globales de comunicación deseadas.

E. PRODUCCIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

Una vez aprobado el diseño de anuncios, contenido para redes sociales, entre otros, se procederá a la producción de estos de acuerdo con lineamientos y autorizaciones obtenidas a través del Encargado de Seguimiento de Contrato.

F. EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

Gestionar la pauta con los medios autorizados, en las fechas requeridas y con el contenido de información previamente validada y autorizaciones obtenidas a través del Encargado de Seguimiento de Contrato de la Institución.

G. MONITOREO DE MEDIOS

Supervisar que las campañas y anuncios sean ejecutadas de acuerdo a la inversión de medios aprobada, y en coherencia con las especificaciones contratadas (cantidades, programas, medidas, etc.)

H. REPORTE DE MEDIOS

Elaboración de reportes mensuales de la ejecución de la pauta en medios, con pruebas de los materiales publicados, alcance por medio, capturas de publicaciones, resultados de la campaña pauta, que indique objetivo, inversión, target, medios y alcance logrados vs propuestos.

19. MEDIOS PUBLICITARIOS POR UTILIZAR

Se refiere a la difusión de información y contenido a través de medios de comunicación masivos, alternativos y digitales, tales como: prensa, redes sociales, radio, plataformas digitales, mupis, entre otros medios para difundir información y contenido de campañas.

20. MONITOREO DE NOTICIAS SOBRE LA SSF Y RELACIONADAS A TEMAS FINANCIEROS Y ECONÓMICOS

Realizar un monitoreo permanente de los medios de

ADMINISTRACIÓN Y SUPERVISIÓN DEL CONTRATO

El proveedor será el responsable de la prestación del servicio y con el objeto de tener una coordinación adecuada, entre el proveedor y la Institución Compradora, esta última contará con una contraparte institucional; es decir, una persona que será nombrada como Encargado de Seguimiento de Contrato, quien será el responsable de representar, coordinar el seguimiento y la ejecución del mismo, debiendo informar por escrito cualquier incumplimiento del proveedor, a la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones (UCP) de la SSF para que se notifique a BOLPROS S.A. DE C.V. los incumplimientos respectivos, así como también realizar la evaluación del proveedor, dos veces al año, semestralmente.

El Encargado de Seguimiento de Contrato deberá ser una persona de la Unidad Solicitante u otra dependencia, con la experiencia técnica en la adquisición o contratación de que se trate. Posterior al cierre de contrato se remitirán los datos del Encargado de Seguimiento de Contrato, al o los proveedores y a BOLPROS, para coordinar la ejecución del contrato.



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

21. PROHIBICIÓN

El Proveedor no podrá ceder, traspasar o subcontratar a ningún título los derechos y obligaciones que emanen del contrato. Ningún subcontrato o traspaso de derecho, relevará al Proveedor, ni a su fiador de las responsabilidades adquiridas en el contrato y en las garantías.

22. RECLAMACIÓN DE DAÑOS, PERJUICIOS Y VICIOS OCULTOS

El plazo para que se extinga la responsabilidad al proveedor por daños, perjuicios y vicios ocultos prescribirá en el plazo establecido en los artículos 2253 y siguientes del Código Civil.

23. RECLAMOS AL PROVEEDOR

El mecanismo a utilizar para realizar un requerimiento o reclamo al Proveedor será por medio de correo electrónico, el cual será realizado por el Encargado de Seguimiento de Contrato, quién de acuerdo a la naturaleza de la falta, se le otorgará un plazo determinando y prudencial para que subsane lo reclamado.

El Encargado de Seguimiento de Contrato informará por escrito a la UCP cuando el proveedor no solvente satisfactoriamente el reclamo realizado en el tiempo establecido, adjuntando documentos que comprueben el incumplimiento, así como la respuesta que al proveedor ha manifestado, para iniciar el procedimiento administrativo sancionador establecido en la normativa de la Bolsa.

24. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS Y ARBITRAJE

Se seguirá de acuerdo con Normativa de BOLPROS.

25. CLÁUSULA DE NO COLUSIÓN

TRES (3) días hábiles antes de la negociación, se deberá entregar a BOLPROS, S.A. DE C.V., una Declaración Jurada ante notario en la que manifieste que no ha constituido acuerdos colusorios con uno, varios o todos los demás proveedores que participan en el presente proceso, y que constituyan violación al literal c) del artículo 25 de la ley de competencia según el modelo de declaración jurada establecido en el mecanismo bursátil. Según formato de **ANEXO N° 3**.



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

ANEXO N° 1

N°	Descripción	Precio total
1	“SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS, ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, CAMPAÑAS Y LA GESTIÓN DE COLOCACIÓN DE PAUTA, EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES, REDES SOCIALES Y OTROS, PARA EL AÑO 2023”	\$365, 000

ANEXO 1

CONDICIONES DEL SERVICIO

Para el proceso de selección de la agencia de publicidad SSF solicita presentar el desarrollo de una campaña publicitaria demostrativa, de acuerdo con el brief contenido en estas especificaciones, para poder identificar entre las propuestas las más adecuada al enfoque de trabajo de la Superintendencia del Sistema Financiero. Esta campaña es con fines ilustrativos y es únicamente para el momento de la evaluación de la oferta.

INFORMACIÓN DE LA SSF

La Asamblea Legislativa aprobó, mediante Decreto Legislativo No.592 de fecha 14 de enero 2011, la nueva Ley de Supervisión y Regulación del Sistema Financiero, marco legal que rige a la Superintendencia del Sistema Financiero como ente supervisor único, que supervisa el sistema financiero del país.

El objetivo de esta Superintendencia es preservar la estabilidad del sistema financiero, y velar por la eficiencia y transparencia del mismo; todo en concordancia con las mejores prácticas internacionales.

La Superintendencia tiene la responsabilidad de supervisar la actividad individual y consolidada de las instituciones integrantes del sistema: bancos, bancos cooperativos, seguros, sociedades de ahorro y crédito, valores, pensiones, conglomerados financieros, Buros de Créditos, las Bolsas de Productos, el Régimen de Riesgos Profesionales del ISSS, entre otros, bajo un marco normativo.

La Superintendencia del Sistema Financiero tiene como competencia cumplir y hacer cumplir las leyes, reglamentos, normas técnicas y demás disposiciones legales aplicables al sistema financiero, monitorear preventivamente los riesgos de las instituciones integrantes, propiciar el funcionamiento eficiente, transparente y ordenado del sistema financiero, vigilar que las instituciones supervisadas realicen sus negocios, actos y operaciones de acuerdo a lo establecido en la legislación vigente.

Mercados supervisados por la SSF

La SSF realiza la supervisión de las entidades y sujetos autorizados por la institución y otras que el marco legal le atribuye entre estas:

- Los conglomerados financieros que operan en el país que incluyen los bancos privados, las sociedades de seguros y fianzas, las sociedades emisoras de tarjetas de crédito, además de



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

entidades de inclusión financiera como las agencias de información de datos, las sociedades proveedoras de dinero electrónico, entre otras.

- La banca cooperativa y las sociedades de ahorro y crédito.
- El mercado de valores, del cual forman parte la Bolsa de Valores de El Salvador, las casas corredoras de bolsa, las gestoras de fondos de inversión, las titularizadoras y sus titularizaciones.
- El sistema de pensiones, tanto los institutos públicos (INPEP, IPSFA y UPISSS), como las administradoras de fondos de pensiones (AFP).
- Además, se supervisa la actividad de los corredores de seguros, peritos valuadores, auditores externos y agentes previsionales que están registrados en la SSF para ejercer su función.

El trabajo realizado por la SSF

Aplicando estándares internacionales de supervisión, la SSF contribuye al desarrollo del sistema financiero para que éste sea el motor que impulse el desarrollo económico del país a través de la inclusión financiera de más salvadoreños, por medio de las nuevas tecnologías, para lo cual se enfoca en ampliar la educación y los conocimientos financieros de la población, así como mejorar constantemente la atención a los usuarios.

Servicios brindados

- La SSF cuenta con una Oficina de Atención cuyo enfoque es la defensa de los intereses de la población usuaria de servicios y productos financieros, recibiendo consultas, quejas y denuncias sobre los mismos.
- A través del Programa de Educación Financiera de la SSF, es posible llevar conocimiento a la población sobre el mejor uso de los productos y servicios financieros para que tomen decisiones informadas, procurando así mejorar la economía de los hogares.
- La Comisión Calificadora de Invalidez, hace posible que se brinde a los cotizantes o a sus beneficiarios de los institutos públicos y las AFP, una evaluación médica integral para el acceso a un beneficio o pensión por invalidez.



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

La siguiente información es proporcionada para que los interesados en ofertar para el servicio de publicidad puedan desarrollar una propuesta de campaña de publicidad para la Superintendencia del Sistema Financiero.

Producto: Campaña de educación financiera para el fortalecimiento de imagen institucional

Contexto actual: La población salvadoreña conoce muy poco del quehacer diario que la institución realiza para salvaguardar la estabilidad del sistema financiero del país.

ANTECEDENTES:

La Superintendencia del Sistema Financiero (SSF) fue establecida en 1961 como producto de la reorganización hecha en el Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR), y como dependencia de dicha entidad, con la misión de vigilar y fiscalizar el cumplimiento de las leyes bancarias.

Con la posterior creación de la Junta Monetaria, la Superintendencia pasó a depender jerárquicamente de aquella pero funcionalmente del BCR, hasta convertirse en los años 90 en una institución autónoma.

Fue luego de la aprobación de la Ley de Supervisión y Regulación del Sistema Financiero, vigente desde 2011, que se creó la Superintendencia del Sistema Financiero como una institución de derecho público, integrada al Banco Central, con personalidad jurídica y patrimonio propio, de duración indefinida, con autonomía administrativa y presupuestaria para el ejercicio de las atribuciones y deberes que le son estipuladas por las leyes aplicables, con domicilio principal en la ciudad de San Salvador, pudiendo establecer oficinas en otras ciudades del país, teniendo competencia en todo el territorio de la República.

El objetivo de la Superintendencia es preservar la estabilidad del sistema financiero, velar por la eficiencia y transparencia del mismo; todo en concordancia con las mejores prácticas internacionales, siempre con la prioridad del bienestar de los usuarios del Sistema financiero.

A lo largo de la existencia de la institución se ha mantenido una escasa proyección en medios masivos, limitándose a publicaciones de ley, indicadores del sistema financiero que reflejan su estabilidad o información sobre el programa educación financiera. Todos estos temas que si bien es cierto forman parte importante del trabajo de la institución, no ha dejado claro al público el trabajo que realiza para beneficio de los usuarios, generando a través de los pocos esfuerzos realizados en materia de comunicación, una percepción confusa.

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN:

Objetivo General:

- Posicionar a la SSF como la institución que protege el dinero de los salvadoreños y supervisa que las entidades financieras les cumplan a los usuarios.

Objetivos Específicos:



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

- Crear una campaña integral que informe al público cómo le beneficia el trabajo que realiza la SSF.
- Dar a conocer las acciones que realiza la SSF para proteger los derechos de los usuarios de servicios financieros.
- Que la población reconozca en la SSF a la institución a la cual deben acudir cuando tengan denuncias por inconvenientes con productos y servicios financieros.

PÚBLICO OBJETIVO:

- Primario: salvadoreños que hacen uso del sistema financiero
- Secundario: estudiantes con énfasis en bachilleres y universitarios, próximos a insertarse laboralmente y hacer uso del sistema financiero.

Segmentación demográfica:

Población en general

Por sexo: Hombres y Mujeres.

Por edad: 18 años en adelante, incluyendo jóvenes que están recibiendo sus primeros ingresos

Por Nivel Socio Económico: Todos los niveles socioeconómicos (ABCD).

Por Ubicación Geográfica: Cobertura nacional.

CUÁL ES LA IDEA ÚNICA MÁS ATRACTIVA, COMPLETA Y LLAMATIVA DE DONDE LA CREATIVIDAD PUEDA PARTIR:

Hacemos que tus derechos financieros se respeten

TONO:

Serio, empático, sencillo, simple, práctico, relevante y cotidiano y sobre todo cercana al usuario.

ELEMENTOS EMOCIONALES:

- Frustración porque la entidad financiera no me da solución a mi problema (con un cobro indebido en mi tarjeta, un incumplimiento a mi póliza de seguro, etc.)
- Cuando tengo un problema con un producto financiero, quiero sentirme respaldado por una institución que me apoye y oriente.
- Es bueno saber que existe una entidad que supervisa a los bancos, aseguradoras, afps, y otras entidades financieras sancionándolas si incumplen.
- Hay una institución (SSF) cercana que vigila que cuiden bien mi dinero.

ELEMENTOS RACIONALES:

- Este Gobierno trabaja por los derechos de la población para que todas las instituciones realizan acciones que benefician a todos los salvadoreños permitiendo una mejor condición de vida.
- El gobierno hace valer la institucionalidad de todas sus dependencias.
- El Gobierno hace valer leyes para el beneficio de los ciudadanos.
- Con el actuar de la SSF las entidades financieras no harán lo que se les antoje con mi dinero.

ELEMENTOS OBLIGATORIOS A INCLUIRSE:

Logo de Gobierno y logo SSF.

MATERIALES REQUERIDOS:

Los que consideren necesarios para ilustrar la demo de campaña a presentar.



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

INFORMACIÓN RELEVANTE:

¿Qué hace la Superintendencia del Sistema Financiero?

- Mantiene la estabilidad del sistema financiero, porque hace cumplir las leyes, reglamentos, normas técnicas y demás disposiciones legales aplicables al sistema financiero.
- Monitorea preventivamente los riesgos e impulsa la transparencia en todo el sistema financiero (Bancos, sociedades de seguros, el mercado de valores, e instituciones estatales y el sistema de pensiones).
- Contribuye al desarrollo del sistema financiero para que este sea el motor que impulse la economía del país a través de la inclusión y educación financiera.
- Garantiza el cumplimiento de las leyes financieras para proteger los derechos de los usuarios de productos y servicios financieros, sancionando a las entidades que incumplan.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

- Ley de Supervisión y Regulación del Sistema Financiero
- Servicios que ofrece la SSF
- Entidades supervisadas por la SSF
- Brochures informativos

Nota aclaratoria: La frase: Hacemos que tus derechos financieros se respeten, se presenta como la idea a partir de la cual deberán generarse los conceptos creativos para la propuesta de campaña, sirviendo de guía u orientación para esta.

Para el presupuesto de medios de la campaña publicitaria demo se deberá contemplar los siguientes servicios:

Tipo de Medio	Tipo de servicio	Número de publicaciones/cuñas/spots / Medidas	Período
Periódicos impresos	Publicaciones de página completa Full Color	Hasta 15 publicaciones de página completa F/C en posición premium	A partir del cierre de la negociación hasta 31 de diciembre de 2023

Tipo de Medio	Tipo de servicio	Número de publicaciones/cuñas/spots / Medidas	Período
Radio	Cuñas radiales en 10 radios de cobertura nacional	Hasta 1,800 cuñas de 30 segundos pautadas entre domingo y viernes (300 cuñas por mes)	A partir del cierre de la negociación hasta 31 de diciembre de 2023



Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

Tipo de Medio	Tipo de servicio	Número de publicaciones/cuñas/spots	Período
Televisión	Pauta de spots en canales nacionales y de la zona oriental y occidental	400 spot de 30 segundos de lunes a domingo en espacios de mayor rating	3 meses

Tipo de Medio	Tipo de servicio	Número de publicaciones/cuñas/spots	Período
Medios digitales	Pauta de banners en portada y en al menos 2 secciones	Paquetes de al menos 5 periódicos digitales de mayor alcance.	3 meses

Tipo de Medio	Tipo de servicio	Número de publicaciones/cuñas/spots, alcance	Período
Redes sociales	Pauta en redes sociales y plataformas digitales (Facebook, Instagram, Youtube, Google Ads y Spotify)	Alcance a obtener en cada red deberá ser de al menos 75,000 impresiones por pauta mensual.	A partir del cierre de la negociación hasta 31 de diciembre de 2023

Tipo de Medio	Tipo de servicio	Número de publicaciones/cuñas/spots	Período
Pauta en cines	Pauta de spots en salas de cine en al menos 5 diferentes salas (utilizar para la propuesta salas de cine de diferentes complejos)	600 spot de 30 segundos	1 mes

Tipo de Medio	Tipo de servicio	Número de publicaciones/cuñas/spots	Período
Pauta en publicidad en exterior	18 pantallas digitales. Se aclara que la pauta se considerará de 8 segundos	600 spots diarios por semana de 8 segundos, de lunes a domingo.	Por 3 meses



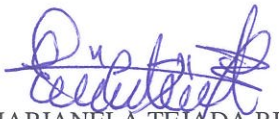
Anexo de Contrato No. 30421, Oferta de Compra No. 122, 29/06/2023

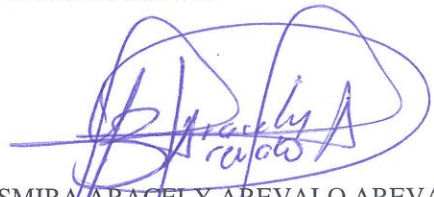
Tipo de Medio	Tipo de servicio	Número de publicaciones/cuñas/spots	Período
Periódico impreso	Publicación de cuadernillo de 4 páginas (2 full color y dos blanco y negro), en 2 periódicos de circulación nacional	12 publicaciones de cuadernillo, uno por mes	A partir del cierre de la negociación hasta 31 de diciembre de 2023


FORMULARIO DE PRECIOS SIN IVA Y CON IVA

Contrato	30421			Número Oferta:	122/2023		
Oferta:	SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, CAMPAÑAS, GESTION DE COLOCACIÓN DE PAUTA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES, REDES SOCIALES Y OTROS, Y MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN						
ÍTEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	Precio Unitario S/IVA	Monto Total S/IVA	Precio Unitario C/IVA	Monto Total C/IVA
1	SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD	SERVICIOS	1	\$ 323,008.84955752	\$ 323,008.85	\$ 365,000.00	\$ 365,000.00
TOTAL CONTRATO					\$ 323,008.85		\$ 365,000.00

NOTA: El porcentaje de descuento negociado es del 5%.


 MARIANELA TEJADA RIVERA
 Agente de Bolsa Credencial No.72
 BOLPROS, S.A. de C.V. (GSI)
 Representante del Estado


 YESMIRA ARACELY AREVALO AREVALO
 Agente de Bolsa Credencial No.71
 NEGOCIOS AGROBURSATILES S.A.
 Puesto de Bolsa Vendedor


 BERTA URÍAS
 Director de Corro
 BOLPROS, S.A. de C.V.

