

CONTRATO No. 06/2016
(Licitación Pública No. 02/2016)
(Resolución de Adjudicación No. 03/2016)

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

ELVIA VIOLETA MENJÍVAR ESCALANTE,

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

actuando en mi calidad de

1



Representante Legal de la sociedad **“LEMUSIMUN PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE”**, que se abrevia **“LEMUSIMUN, S.A. DE C.V.”**, con Número de Identificación Tributaria _____ de nacionalidad Salvadoreña, del domicilio de Antigua Cuscatlán, Departamento de La Libertad, calidad que compruebo mediante: **a)** Escritura Pública de Modificación de denominación de la Sociedad **“LEMUSIMUN PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE”** que podrá abreviarse **“LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.”**, otorgada en la Ciudad de San Salvador, a las dieciocho horas del día veintiséis de agosto de mil novecientos setenta y seis, ante los oficios notariales de Carlos Azucar Chávez hijo; la cual se encuentra inscrita en el Registro de Comercio al número VEINTIDOS del Libro número CIENTO TREINTA Y UNO del Registro de Sociedades, el día veinticinco de octubre de mil novecientos setenta y seis **b)** Escritura Pública de modificación al pacto social, otorgada en la Ciudad de San Salvador, a las quince horas del día veintisiete de julio del año dos mil quince, ante los oficios notariales de Mario Oswaldo Ramos Cabrera; la cual se encuentra inscrita en el Registro de Comercio al número NOVENTA del Libro TRES MIL CUATROCIENTOS SESENTA Y SIETE del Registro de Sociedades, el día diecinueve de agosto de dos mil quince, de la cual consta que su denominación, nacionalidad, naturaleza, y domicilio son los antes expresados, que el plazo es indefinido; y en la **CLÁUSULA TRIGESIMA CUARTA. REPRESENTACION LEGAL**, consta que la representación legal de la Sociedad y el uso de la firma social, corresponderá al Presidente y al Vicepresidente de la Junta Directiva conjunta o separadamente o al administrador único en su caso, pudiendo celebrar en nombre de la sociedad toda clase de actos o contratos con entera libertad dentro del giro ordinario de los negocios; y durará cinco años en el ejercicio de sus funciones, **c)** Credencial de Elección de Director Presidente y Vicepresidente de la sociedad **LEMUSIMUN PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE**, inscrita en el Registro de Comercio al número NUEVE del Libro TRES MIL QUINIENTOS CUATRO del Registro de Sociedades, el día tres de noviembre de dos mil quince, y de la cual consta la certificación del PUNTO DOS del Acta número CINCUENTA Y CUATRO asentada en el libro de actas de Junta General de Accionistas que legalmente lleva la sociedad, celebrada en la Ciudad de Antigua Cuscatlán, Departamento de La Libertad, a las dieciséis horas del día veintiuno de octubre de dos mil quince, en la cual consta que en el punto dos se acordó elegir la nueva administración de la sociedad, habiendo sido electo para el cargo de Director Presidente el Señor _____ y como Vicepresidente el Señor _____ para el período de cinco años, la cual se encuentra vigente a la fecha, y por lo cual me encuentro facultado para otorgar actos como el presente; y en el transcurso del presente instrumento me denominare **“EL CONTRATISTA”** y en las calidades antes expresadas **MANIFESTAMOS:** Que hemos acordado otorgar y en efecto otorgamos proveniente del proceso de Licitación Pública número 02/2016, denominado **“CONTRATACIÓN DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD PARA LA**

CREACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, DISEÑO, PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN DEL FOSALUD, DURANTE EL 2016", el presente contrato de conformidad a la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, que en adelante se denominará LACAP, su Reglamento que en adelante se denominará RELACAP, y a las cláusulas que se detallan a continuación: **CLÁUSULA PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO:** El contratista se compromete a proporcionar el servicio objeto de este contrato bajo los términos, condiciones y especificaciones descritas a continuación:

ÍTEM	DESCRIPCIÓN O ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO	U/M	Cantidad	Precio Total IVA INCLUIDO
1	CAMPANA DE PREVENCIÓN DEL CONSUMO DEL TABACO Periodo de Difusión: Mayo y Junio, con acciones a realizar todo el año.	SERVICIO	1	\$98,680.03
4	CAMPANA DE PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA SOCIAL. Periodo de Difusión: Junio, un mes aproximadamente	SERVICIO	1	\$69,894.62
6	CAMPANA DE PREVENCIÓN DE LESIONES OCASIONADAS POR LA POLVORA	SERVICIO	1	\$77,499.57
TOTAL IVA INCLUIDO (ITEMS 1,4 y 6).....				\$ 246,074.22

ITEM	CAMPANA DE PREVENCIÓN DEL CONSUMO DEL TABACO		
	Medio	Costo Producción	Costo de Medios
1	Radio	\$5,000.00	\$34,305.08
	Televisión		\$34,787.05
	Vallas y muppis		\$6,587.90
	Actividades producto de la estrategia de difusión	\$9,000.00	
	Cine		\$6,000.00
	Celebración día mundial sin tabaco y lanzamiento	\$3,000.00	
	Red de influenciadores-Día Mundial del tabaco		
	Actividades de marketing para la difusión de la campaña		
	TOTAL DE CAMPANA	\$17,000.00	\$81,680.03

ITEM	CAMPANA DE PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA SOCIAL		
	Medio	Costo Producción	Costo de Medios
4	Radio	\$4,000.00	\$29,994.72
	Televisión		\$29,978.90
	Banner periódicos digitales		\$1,921.00
	Cine		\$4,000.00
	Actividades de marketing para la difusión de la campaña		
		TOTAL DE CAMPANA	\$4,000.00

ITEM	CAMPANA DE PREVENCIÓN DE LESIONES OCASIONADAS POR LA POLVORA		
6	Medio	Costo Producción	Costo de Medios

Radio	\$5,000.00	\$29,999.24
Televisión		\$29,719.00
Vallas		\$5,916.68
Traseras de buses		\$4,864.65
Evento por lanzamiento	\$2,000.00	
Actividades de marketing para la difusión de la campaña		
TOTAL DE CAMPANA	\$7,000.00	\$70,499.57

CLÁUSULA SEGUNDA. CONDICIONES GENERALES DEL SERVICIO. El contratista deberá incluir en el tratamiento de las campañas, el plan de comunicaciones y el manejo de Pautas. DEFINICION DE LOS MEDIOS PARA EL ITEM NUMERO UNO: Radio con cobertura nacional (incluyendo radios comunitarias y cristianas). La pauta deberá ser contratada en horarios de seis a.m. a ocho a.m. y de cuatro p.m. a siete p.m. con cobertura departamental, en Santa Ana y San Miguel. El servicio deberá tener una alta difusión en mayo y otras fechas claves en el plan de trabajo del programa de hábitos saludables, con la coordinación del administrador de contrato. Traseras de buses y rótulos internos de buses. El contratista destinara la campaña a lograr cobertura mediática al tema de la campaña. Spots pautados en cines que incluyan las películas de estreno y fines de semana, durante los meses de noviembre y diciembre, con mayor intensidad las últimas tres semanas de diciembre. Producción de spot. Plan de medio de televisión que comprenda la mayor difusión durante mayo (día mundial sin tabaco) y otras fechas claves en el plan de trabajo del programa de hábitos saludables, con la coordinación del administrador del contrato. Para efectos de evaluación se contabilizará únicamente la pauta contratada en franjas de noticieros de mayor rating a nivel nacional (en la evaluación, no se tomarán en consideración cortinas informativas ni menciones. Únicamente la pauta contratada) El contratista deberá presentar la propuesta visual novedosa del lanzamiento de la campaña, la cual tendrá de eje temático el objetivo de la campaña y deberá contemplar el presupuesto y una escenografía al aire libre. Diseño y elaboración de artes finales de todos los materiales que acompañan la campaña adicionales a los que haya presentado en la oferta el contratista. Spot de cine, durante el mes de mayo y periodos vacacionales de agosto y diciembre, con especial énfasis en las películas de estreno los miércoles y fines de semana. Banners en periódicos electrónicos de actualización constante. DEFINICION DE LOS MEDIOS PARA EL ITEM NUMERO CUATRO: 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 las siete de la noche. Espacios para pautar Spot de TV de treinta segundos en espacios de noticias nacionales, noticieros de mayor rating, con un incremento de la pauta en la semana del veinte al treinta y uno de diciembre. Banners web en periódicos digitales de actualización continua en su contenido. Slide de cine, exhibidos en películas de estreno los miércoles y fines de semana, Franjas de noticieros de mayor rating a nivel nacional (en la evaluación, no se tomaran en consideración cortinas informativas ni menciones, únicamente la pauta contratada. Mezcla de medios que incluyan vallan en las principales calles de

acceso de San Salvador (demostrado con reporte de tráfico vehicular y muppies en los ubicados en paradas de autobuses de centros comerciales). Trasera de buses y rótulos internos de buses en San Salvador, Santa Ana y San Miguel. Spots pautados en cines que incluyan las películas de estreno y fines de semana, durante los meses de noviembre y diciembre, con mayor intensidad las últimas tres semanas de diciembre. Producción de Spot. El contratista deberá presentar la propuesta visual novedosa del lanzamiento de la campaña, la cual tendrá de eje temático el objetivo de la campaña y deberá contemplar en los costos una escenografía. Slide de cine, durante los periodos vacacionales de agosto y diciembre, con especial énfasis en las películas de estreno los miércoles y fines de semana. Banners en periódicos electrónicos de actualización constante. Acciones de marketing en centros comerciales o espacios publicitarios con el objetivo de difundir el mensaje de la campaña. **DEFINICION DE LOS MEDIOS PARA EL ITEM NUMERO SEIS:** Radio (medio primario). Cuñas pautadas en las franjas de mayor rating a nivel nacional, en horarios de seis a ocho de la mañana y de cuatro de la tarde a las siete de la noche. Vallas ubicadas en calles de mayor tráfico vehicular (comprobado a través de reporte) en San Salvador. Traseras de buses y rótulos internos en autobuses (rutas que transiten en su mayoría en San Salvador y el resto en los departamentos de Santa Ana y la Libertad) Espacios para pautar spot de TV de treinta segundos en espacios de noticias nacionales, noticieros de mayor rating, con un incremento de la pauta en la semana del veinte al treinta y uno de diciembre. Banners web en periódicos digitales de actualización continua en su contenido. El contratista brindara el servicio para el **ITEM NÚMERO UNO** de la siguiente forma: aplicando su estrategia de comunicación interna según su análisis de contexto. **Objetivo General:** Promover los ambientes libres de humo, en espacios públicos y privados. **Objetivos específicos:** Informar a la población cuales son los espacios libres de humo, según lo establecido en la Ley para el Control del Tabaco; Crear un movimiento ciudadano donde sean ellos los que proclamen y hagan valer su derecho a respirar aire libre de tabaco en espacios públicos y privados; Modelar un valor social y personal como el respeto que puede ser extendido a todas las áreas de la vida cotidiana hacia terceras personal que no participan del uso de tabaco; Concientizar a la población sobre los efectos negativos en la salud que conlleva el consumo excesivo de tabaco de primera y segunda mano. **La frase de la campaña consiste en DEFENDAMOS LOS LUGARES LIBRES DE HUMO**, la cual tendrá un tratamiento discursivo de las piezas y un tratamiento grafico de las piezas, las cuales incluirán fotografías. **Identificación y Justificación de los públicos:** A los salvadoreños en general responsables de cuidar ye exigir los espacios públicos y privados libres de humo, de esta forma fomentar los valores en cada persona, especialmente el del respeto. **Posicionamiento del mensaje central:** Toda persona tiene derecho a estar en un espacio libre de humo y a solicitar que se respete ese derecho; el tabaco produce daños a la salud del que fuma, así como a las personas que se encuentran cercanas; Una vida sin tabaco trae muchos beneficios para la salud personal y de otras personas. **Desarrollo Creativo:** Guion Tv; Guion Radio; Valla; muppi; Slide de cine”; Afiche; Flyer; Promocionales. **Actividades de marketing para la difusión de la**

impacto e identificación con la población. **Frase de la campaña Etapa 2: NO ES CULPA DE QUIEN LA USA, SINO DE QUIEN SE LA DA,** la cual tendrá un tratamiento discursivo y un tratamiento gráfico de las piezas. **Justificación del público objetivo:** Esta segunda etapa va dirigida a LOS PADRES DE FAMILIA Y ADULTOS EN GENERAL. **Posicionamiento del mensaje central:** La pólvora no es un juguete para niños y niñas. Si los niños y niñas resultan lesionados por la pólvora es porque hubo un facilitador de la misma y generalmente se trata de un adulto. Las celebraciones festivas de fin de año se pueden disfrutar sin pólvora. **Desarrollo Creativo:** guion TV; guion radio; afiche; vallas; traseras de buses; rótulos internos en buses; banners web; Flyer; brochure tríptico, se utilizará un evento de lanzamiento mediante una obra de teatro. **OTRAS CONDICIONES EXIGIBLES:** El contratista realizará todos los diseños y artes finales requeridos para el plan de contenidos dispuesto en la estrategia de comunicación digital de FOSALUD. El contratista se compromete a brindar una respuesta inmediata en casos de emergencia para el FOSALUD, en relación a la elaboración de artes y levantamiento de texto, para publicaciones o cualquier material que el FOSALUD requiera; para lo cual se asignará personal suficiente para poder atender los requerimientos en el momento solicitado por FOSALUD. El contratista se compromete a contar con la capacidad de personal para atender las necesidades publicitarias y de comunicación del FOSALUD, inclusive, durante cualquier emergencia (lluvias, terremotos, epidemias, etc.), las veinticuatro horas del día, siete días a la semana, principalmente en los períodos de vacaciones y asuetos, ya que son los períodos de tiempo en que los servicios de salud se concentran en FOSALUD. En este sentido los trabajos solicitados al contratista deberán ser presentados en las fechas en que se necesitan, aunque se traten de asueto o vacación y, en este mismo periodo, el personal técnico, incluyendo el director creativo, diseñador gráfico, encargado de la cuenta y encargado de medios, deberán estar al servicio de FOSALUD. El contratista acepta cualquier modificación que el departamento de comunicaciones del FOSALUD pueda realizar, inclusive cambiar, las estrategias y los medios inicialmente contratados en la descripción de campañas, ya sea en caso de que el concepto de campaña cambie por razones internas o externas y por otras causas justificadas o cuando la coyuntura social lo amerite. El contratista se compromete a realizar las variaciones en la jornada de difusión, las temáticas y el tipo de medios a contratar que puedan modificarse en el transcurso de la campaña, según las necesidades del FOSALUD o cuando la coyuntura social lo amerite. Para la ejecución del presente servicio el contratista también deberá considerar lo establecido en su oferta relacionado a criterios generales utilizados para la realización del plan de medios de las campañas. (Página ciento ochenta y dos y siguientes de la oferta del contratista). **CONDICIONES ESPECÍFICAS DEL SERVICIO.** Todo lo contratado, dentro de la estrategia de comunicación, deberá ser nuevo y en buen estado. El contratista debió incluir en sus costos todo lo requerido para la satisfacción de los servicios sin que esto requiera costos adicionales para la institución. Las demás condiciones Específicas que se detallan en el anexo dos de las bases de licitación pública cero dos-dos mil dieciséis.

OTRAS CONDICIONES A CUMPLIR POSTERIORES A LA CONTRATACION. a) **Monitoreo de mensajes y medios (pauta):** Este deberá ser sin ningún costo adicional para FOSALUD y se deberá enviar un informe mensual al departamento de comunicaciones del FOSALUD; b) **Costos de producción:** El contratista deberá respetar los costos de producción especificados en el contrato para los materiales de televisión, hasta lograr la satisfacción completa del cliente, según objetivos trazados; para lo cual brindara sin costo alguno el diseño y artes de materiales impresos y toma de fotografía, utilizando imágenes o ilustraciones que no representan consto para FOSALUD; c) **Evaluación externa de campañas de publicidad:** La evaluación externa de campañas de publicidad deberá ejecutarse en la última semana del periodo de ejecución de la campaña y deberá ser realizada por una empresa especialista y con experiencia comprobable en este tipo de trabajo, la cuan en ningún momento tendrá afinidad con el contratista. Para efectos de evaluación y una muestra del tipo de evaluación solicitado. La evaluación se realizara dos semanas después de finalizar la divulgación y promoción de las campañas específicas. Para ello, la agencia publicitaria deberá presentar un informe con lo siguiente: Logros por objetivos, metas cubiertas, medios contratados y su respectiva facturación, numero de mensajes transmitidos por cada medio; además, el contratista dentro de su informe post-campaña deberá presentar un informe que mida el efecto de la campaña y que contenga lo siguiente: Encuesta de opinión (tipo cuantitativo y cualitativo por medio de la entrevista con referentes en la temática de la campaña; Focus Group (análisis de información cualitativa); Cantidad de personas a las que ha llegado el mensaje y ubicación geográfica. Metodología: Encuestas de opinión y Focus Group: 1. ENCUESTA DE OPINIÓN: Se desarrollará por medio de entrevistas con referentes-Muestra sugerida: doce entrevista a líderes de opinión que sean referentes sobre el tema de campaña como: Periodistas, Encargados de hospitales o instituciones de salud, representantes de nutrición, deportistas, Bomberos, Empresa Privada, PNC, entre otros que estén relacionados con las campañas. 2 FOCUS GROUPS: Se desarrollara con población de padres de familia como parte del target o audiencia de la campaña publicitaria realizada-Muestra sugería: dos Grupos de enfoque para medir percepciones, comentarios del feed-back de aprendizaje de campaña y nuevos retos para otros esfuerzos de comunicación. Ambas herramientas se combinarán para establecer el nivel de impacto, aceptación y comprensión de los mensajes que se pautaron en la campaña. El servicio de post-test incluye: citas y entrevistas a líderes de opinión; reclutamiento de participantes según target para focus groups; Moderación de las sesiones de focus group; grabación de audio y vídeo; salón de monitoreo de para focus groups; alimentacion (refrigerio); Informe de resultados a entregar para FOSALUD. **Confidencialidad de la información:** El contratista se compromete a mantener la confidencialidad sobre toda la información a la que haya tenido acceso a partir de la firma del contrato por lo que no podrá divulgar dicha información a la que haya tenido acceso, por lo que no podrá divulgar dicha información, ni tomarla como idea creativa para futuros proyectos publicitarios o informativos. La disposición es aplicable para toda la información que llegue a su conocimiento o que se produzca en razón del desempeño de sus funciones,

salvo que la misma lo haga necesario, previa autorización de FOSALUD. Esto seguirá vigente aun después de la expiración del contrato. El administrador de contrato podrá variar, inclusive cambiar, las estrategias y los medios inicialmente contratados en la descripción de campañas, ya sea en caso de que el concepto de campaña cambie por razones internas o externas y por otras causas justificadas o cuando la coyuntura social lo amerite. **CLÁUSULA TERCERA. DOCUMENTOS CONTRACTUALES:** Forman parte integral del contrato con plena fuerza obligatoria para las partes los siguientes documentos: a) Las Bases de Licitación Pública No. 02/2016 **“CONTRATACIÓN DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD PARA LA CREACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, DISEÑO, PRODUCCION Y DIFUSION DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y EDUCACION DEL FOSALUD, DURANTE EL 2016”**. b) La Oferta del “CONTRATISTA” presentada en “EL FOSALUD” el día diecisiete de diciembre de dos mil quince, c) La resolución de Adjudicación número cero tres/ dos mil dieciséis, de fecha veintiocho de enero del año dos mil dieciséis, d) Las notas aclaratorias número uno, de fecha catorce de diciembre de dos mil quince y la Adenda Numero uno, de fecha nueve de diciembre de dos mil quince, e) Las Garantías, f) Las Resoluciones Modificativas (Si las hubiere) y otros documentos que emanaren del presente contrato, los cuales son complementarios entre sí y serán interpretados en forma conjunta, en caso de discrepancia entre alguno de los documentos contractuales y este contrato, prevalecerá el contrato. Estos documentos forman parte integral del contrato y lo requerido en ellos es de estricto cumplimiento. **CLÁUSULA CUARTA. FUENTE DE LOS RECURSOS, PRECIO Y FORMA DE PAGO:** Las obligaciones emanadas del presente instrumento serán cubiertas con cargo a GOBIERNO DE EL SALVADOR para lo cual se ha verificado la correspondiente asignación presupuestaria DOS CERO UNO SEIS-TRES DOS TRES CINCO-TRES-CERO DOS-CERO UNO-DOS UNO-UNO-CINCO CUATRO TRES CERO CINCO; DOS CERO UNO SEIS-TRES DOS TRES CINCO-TRES-CERO DOS-CERO DOS-DOS UNO-UNO-CINCO CUATRO TRES CERO CINCO y DOS CERO UNO SEIS-TRES DOS TRES CINCO-TRES-CERO DOS-CERO CUATRO-DOS UNO-UNO-CINCO CUATRO TRES CERO CINCO. La contratante o EL FOSALUD se compromete a cancelar al contratista la cantidad de **DOSCIENTOS CUARENTA Y SEIS MIL SETENTA Y CUATRO 22/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (US\$ 246,074.22)**. Los pagos se realizarán de la siguiente manera: mediante cheque por el Departamento de Tesorería de la Unidad Financiera Institucional del “FOSALUD” ubicada en la setenta y cinco avenida Norte número quinientos treinta y cuatro Colonia Escalón, San Salvador, en Dólares de los Estados Unidos de América, en un plazo de sesenta días calendario posteriores que el contratista presente en la Gerencia Financiera Institucional del FOSALUD, para trámite de quedan respectivo: Factura duplicado cliente, consolidada por renglón según espacio de factura y en armonía con los detalles de las notas de remisión en original, a nombre del Fondo Solidario para la Salud (FOSALUD) con dos copias, incluyendo en la factura: número de contrato, número de Licitación Pública, Número de

resolución de adjudicación, número de ítem precio unitario, precio total facturado, además, De conformidad a lo establecido en el artículo ciento sesenta y dos inciso tercero del Código Tributario (El suministro/Servicio entregado deberá ser facturado y presentado a cobro en el mismo mes en el cual son presentadas las facturas en la Tesorería Institucional de la Gerencia Financiera Institucional del FOSALUD donde se recibirán facturas hasta el día dieciocho de cada mes). La recepción de las facturas en la Gerencia Financiera es del uno al dieciocho de cada mes, en aquellos casos en los que se establezcan entregas en periodos posteriores a estas fechas, el contratista podrá entregar con Notas de Remisión; si el contratista decide facturar, ésta factura deberá ser anulada y facturada con fecha del siguiente mes, agregando la leyenda "este producto fue entregado en fecha (colocar fecha de recepción original) con número de factura (el número de documento con el cual entregó) para evitarnos cambios en el acta de recepción. Debidamente firmada y sellada de recibido por el Administrador de Contrato, original y dos copias de acta de recepción, previa presentación de un juego de copias de la documentación antes descrita al administrador de contrato del FOSALUD para que sea revisada, para lo cual se verificará confirmación de recibido, con acta de recepción original del servicio que llevará el sello correspondiente, para entregar el quedan respectivo. El pago se efectuara mediante cheque a nombre de LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., Correo Electrónico r@yr.com, Número de teléfono de contacto: dos dos tres tres-cinco cero cero cero y dos dos tres tres cinco cero cero uno. **CLÁUSULA QUINTA. PLAZO DE CONTRATO Y VIGENCIA:** El plazo de ejecución de las obligaciones emanadas del presente contrato es a partir de la distribución del contrato **AL TREINTA Y UNO DE DICIEMBRE DE DOS MIL DIECISEIS**. El tiempo de entrega de los servicios, será cuatro días calendario como máximo, después de la entrega por parte de FOSALUD del brief de la campaña. El contratista tendrá cuatro días calendarios posteriores a la aprobación de la campaña, donde se emitirá una orden de inicio de parte del administrador del contrato, para la elaboración de los medios impresos y para los medios masivos, según el plan de medios aprobados para cada campaña. Los periodos de difusión están determinados en el ANEXO número DOS de las Bases de Licitación número cero dos dos mil dieciséis. El servicio contratado deberá ser entregado en las oficinas Administrativas de FOSALUD ubicada en Novena Calle Poniente, Número tres mil ochocientos cuarenta y tres, entre setenta y tres y setenta y cinco avenida norte, colonia Escalón, San Salvador. **La vigencia** del presente contrato es a partir de la distribución del contrato al treinta y uno de diciembre de dos mil quince. **CLÁUSULA SEXTA. GARANTÍAS:** Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones derivadas del presente Contrato "EL CONTRATISTA", se obliga a constituir a su propio costo y a favor del FOSALUD la siguiente garantía: **a) GARANTIA DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO**, por un valor de **CUARENTA Y NUEVE MIL DOSCIENTOS CATORCE 84/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USA \$ 49,214.84)**, de conformidad al artículo treinta y cinco de la LACAP equivalente al VEINTE POR CIENTO del valor total del contrato, la vigencia será a partir de la distribución

del contrato hasta el veintiocho de febrero de dos mil diecisiete y la cual deberá entregar dentro de los cinco días hábiles siguientes a la distribución del presente contrato. Dicha garantía consistirán en fianzas emitidas por sociedades afianzadoras, aseguradoras o instituciones bancarias nacionales o extranjeras siempre y cuando lo hiciere por alguna de las Instituciones Financieras del Sistema Salvadoreño, actuando como entidad confirmadora de la emisión, ARTICULO TREINTA Y DOS DE LA LEY DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES DE LA ADMINISTRACION PUBLICA. La garantía deberá presentarse, con dos copias en la UACI del Fondo Solidario para la Salud, ubicado en Novena Calle Poniente, entre la setenta y tres y setenta y cinco Avenida Norte, número tres mil ochocientos cuarenta y tres, Colonia Escalón, San Salvador. **CLÁUSULA SÉPTIMA. ADMINISTRACIÓN DEL CONTRATO:** El seguimiento al cumplimiento de las obligaciones contractuales estará a cargo de los Administradores de Contrato, Licenciada Reina Margarita Sánchez Márquez, Jefe de la unidad de comunicaciones FOSALUD, para el ítem número seis y el Doctor Edgardo Adolfo Platero Alvarado, Coordinador de Programa Especial de Hábitos Saludables, para los ítems uno y cuatro, ambos nombrados por la Titular del FOSALUD, mediante Acuerdo Institucional Número 02/2016, teniendo como atribuciones las establecidas, según sea el caso y tenga aplicación, los artículos ochenta y dos Bis, ciento veintidós de la LACAP, cuarenta y dos inciso tercero, setenta y cuatro, setenta y cinco inciso segundo, setenta y siete, ochenta y ochenta y uno del RELACAP. **CLÁUSULA OCTAVA. ACTA DE RECEPCIÓN:** Corresponderá al Administrador del Contrato en coordinación con el contratista, la elaboración y firma de las actas de recepción sean estas definitivas, parciales, o provisionales, las cuales contendrán como mínimo lo que establece el artículo setenta y siete del RELACAP. El contratista recibirá un Acta de la recepción satisfactoria del servicio por parte de la administradora del contrato, la cual deberá ser firmada por la Administradora del contrato, y el contratista, siendo este último quien remitirá en original a la GFI para efectos de liquidación. **CLÁUSULA NOVENA. MODIFICACIÓN:** De común acuerdo y siempre y cuando no exista perjuicio para alguna de las partes, el presente contrato podrá ser modificado y ampliado, en cualquiera de sus partes, de conformidad a la Ley, y cuando ocurra una de las situaciones siguientes: a) Por razones de caso fortuito o fuerza mayor, b) Cuando existan nuevas necesidades, siempre vinculadas al objeto contractual, y c) Cuando surjan causas imprevistas. En tales casos el FOSALUD emitirá la correspondiente resolución que modifique o amplíe el contrato, la cual será firmada posteriormente por ambas partes. La solicitud de Modificación deberá ser presentada al administrador del contrato con copia a las UACI del FOSALUD. Si el CONTRATISTA se atrasare en el plazo de entrega del servicio, por causas de Fuerza Mayor o caso fortuito, debidamente justificado y documentado, el FOSALUD podrá prorrogar el plazo de entrega. El CONTRATISTA dará aviso por escrito al FOSALUD dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha en que ocurra la causa que origina el atraso siempre y cuando esté dentro del plazo contractual. En caso de no hacerse tal notificación en el plazo establecido, esta omisión será razón suficiente para que el FOSALUD deniegue la prórroga del plazo

contractual. La prórroga del plazo contractual de entrega será establecida y formalizada a través de una resolución modificativa de contrato autorizada por la Titular del FOSALUD, y no dará derecho al CONTRATISTA a compensación económica. La solicitud de prórroga deberá presentarse al Administrador del Contrato con copia a la UACI del FOSALUD. **CLÁUSULA DÉCIMA. PRÓRROGA:** En el caso de suministros, y previo al vencimiento del plazo pactado, el presente contrato podrá ser prorrogado de conformidad a lo establecido en el artículo ochenta y tres de la LACAP y setenta y cinco del RELACAP; en tal caso, se deberá modificar o ampliar los plazos y montos de la Garantías; debiendo emitir la contratante la correspondiente resolución de prórroga. **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMERA. CESIÓN:** Salvo autorización expresa del Fondo Solidario Para la Salud, el contratista no podrá transferir o ceder a ningún título, los derechos y obligaciones que emanan del presente contrato. La transferencia o cesión efectuada sin la autorización antes referida dará lugar a la caducidad del contrato, procediéndose además a hacer efectiva la garantía de cumplimiento de contrato o el documento que haga sus veces. **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA. CONFIDENCIALIDAD:** EL contratista se compromete a guardar la confidencialidad de toda información revelada por La Contratante, independientemente del medio empleado para transmitirla, ya sea en forma verbal o escrita, y se compromete a no revelar dicha información a terceras personas, salvo que la contratante lo autorice en forma escrita. El contratista se compromete a hacer del conocimiento únicamente la información que sea estrictamente indispensable para la ejecución encomendada y manejar la reserva de la misma, estableciendo las medidas necesarias para asegurar que la información revelada por la contratante se mantenga con carácter confidencial y que no se utilice para ningún otro fin. **CLÁUSULA DÉCIMA TERCERA. SANCIONES:** En caso de incumplimiento el contratista expresamente se somete a las sanciones que emanaren de la LACAP ya sea imposición de multa por mora, inhabilitación, extinción, las que serán impuestas siguiendo el debido proceso por la contratante, a cuya competencia se somete para efectos de su imposición. **MULTAS POR ATRASO O INCUMPLIMIENTO.** Cuando la contratista incurriere en mora en el cumplimiento de sus obligaciones contractuales por causas imputables al mismo, podrá declararse la caducidad del contrato o imponer el pago de una multa por cada día de retraso, de conformidad al artículo ochenta y cinco de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública. Dichas multas serán impuestas por "EL FOSALUD". Las notificaciones que se generen en el proceso de multa se efectuarán en la Dirección establecida en el presente contrato, en caso de no encontrarse en esa Dirección, sin haber hecho el aviso de traslado, se efectuará de conformidad a las reglas del derecho común. **CLÁUSULA DÉCIMA CUARTA. OTRAS CAUSALES DE EXTINCIÓN CONTRACTUAL:** Sin perjuicio de lo establecido en la LACAP y el RELACAP, el presente contrato podrá extinguirse cuando se presentaren las situaciones establecidas en los artículos del noventa y dos al cien de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, se procederá en lo pertinente a dar por terminado el contrato. En caso de incumplimiento de la contratista a cualquiera de las

estipulaciones y condiciones contractuales o las especificaciones establecidas en la Licitación Pública Número 02/2016, "EL FOSALUD", podrá notificar a la contratista su intención de dar por terminado el contrato sin responsabilidad para él, mediante aviso escrito con expresión de motivo. Si dentro del plazo de diez días calendario, contados a partir de la fecha en que la contratista haya recibido dicho aviso, continuare el incumplimiento o no hiciere arreglos satisfactorios al FOSALUD, para corregir la situación irregular, al vencimiento del plazo señalado, el FOSALUD dará por terminado el contrato sin responsabilidad alguna de su parte. En estos casos el FOSALUD, hará efectiva las Garantías que tuviere en su poder, en caso que el contratista reincida en cualquier incumplimiento en relación con la ejecución o administración del contrato, FOSALUD, podrá, sin responsabilidad de su parte dar por terminado el mismo lo que deberá notificar por escrito a la contratista. Se podrá dar por terminado el contrato sin responsabilidad alguna de su parte cuando ocurra cualquiera de las situaciones siguientes: a) La mora de la contratista en el cumplimiento de los plazos de entrega o de cualquier otra obligación contractual, b) La contratista entregue el servicio en inferior calidad a lo ofertado o no cumpla con las condiciones pactadas en este contrato y c) por mutuo acuerdo entre ambas partes. **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA. TERMINACIÓN BILATERAL:** Las partes contratantes podrán acordar la extinción de las obligaciones contractuales en cualquier momento, siempre y cuando no concurra otra causa de terminación imputable al contratista y que por razones de interés público hagan innecesario o inconveniente la vigencia del contrato, sin más responsabilidad que la que corresponda a la ejecución del servicio parcialmente ejecutado, o a los bienes entregados o recibidos. **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA. SOLUCIÓN DE CONFLICTOS:** Toda duda o discrepancia que surja con motivo de la interpretación o ejecución del contrato, las partes las resolverán de manera amigable o sea por arreglo directo y de acuerdo a lo dispuesto en los Artículos ciento sesenta y tres y ciento sesenta y cuatro de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública. De no alcanzar acuerdo alguno, deberá ser sometida para decisión final a proceso de arbitraje de acuerdo a lo dispuesto en el Título Tercero de la Ley de Mediación, Conciliación y Arbitraje, en la siguiente forma: Cada parte nombrará un árbitro dentro de los cinco días siguiente a la fecha de no haber alcanzado un arreglo directo y a su vez nombrarán un tercero para mutuo acuerdo para el caso de discordia, en caso de no llegar a acuerdo en la designación del Tercer árbitro este será nombrado por una Cámara de lo Civil de San Salvador dentro de los quince días siguientes a la juramentación de los dos primeros. El lugar del arbitraje será la ciudad de San Salvador y la ejecución del Laudo deberá ser tramitada en cualquier Tribunal de San Salvador que tenga jurisdicción. Los gastos de arbitraje serán cubiertos a prorrata por cada una de las partes, el Laudo arbitral no admitirá ningún recurso debiendo ser cumplido por las partes sin ulterior discusión. En caso de embargo al contratista, La contratante o FOSALUD, nombrará al depositario de los bienes que se le embargaren al contratista, quien releva al FOSALUD de la obligación de rendir fianza y cuentas. **CLÁUSULA DÉCIMA SÉPTIMA. JURISDICCIÓN:** Para los efectos legales del Contrato, expresamente las partes contratantes

señalamos como domicilio especial la Ciudad de San Salvador, El Salvador. **CLÁUSULA DÉCIMA OCTAVA. INTERPRETACIÓN DEL CONTRATO:** El Fondo Solidario Para la Salud se reserva la facultad de interpretar el presente contrato, de conformidad a la Constitución de la República, la LACAP, el RELACAP, demás legislación aplicable, y los Principios Generales del Derecho Administrativo y de la forma que más convenga a los intereses del FOSALUD con respecto a la prestación objeto del presente instrumento; pudiendo en tal caso girar las instrucciones por escrito que al respecto considere convenientes. El contratista expresamente acepta tal disposición y se obliga a dar estricto cumplimiento a las instrucciones que al respecto dicte el FOSALUD. **CLÁUSULA DÉCIMA NOVENA. MARCO LEGAL:** El presente contrato queda sometido en todo a la LACAP, RELACAP, la Constitución de la República, y en forma subsidiaria a las Leyes de la República de El Salvador, aplicables a este contrato. **CLÁUSULA VIGÉSIMA. NOTIFICACIONES Y COMUNICACIONES:** La o él contratante señalan como lugar para recibir notificaciones en novena Calle Poniente entre setenta y tres y setenta y cinco Avenida Norte Colonia Escalón, San Salvador y La o él contratista señalan para el mismo efecto la siguiente dirección Boulevard Orden de Malta número cinco, urbanización Santa Elena, Antiguo Cuscatlán, La Libertad. Teléfono de contacto dos dos tres tres-cinco cero cero cero; dos dos tres tres-cinco cero cero uno. Todas las comunicaciones o notificaciones referentes a la ejecución de este contrato serán válidas solamente cuando sean hechas por escrito en las direcciones que las partes han señalado. En fe de lo cual suscribimos el presente contrato en dos originales, en la ciudad de San Salvador, Departamento de San Salvador, a los diecisiete días del mes de febrero del año dos mil dieciséis.




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


"Lemusimur Publicidad, S.A. de C.V."
"Contratista"

LEMUSIMUR publicidad, S.A. de C.V.