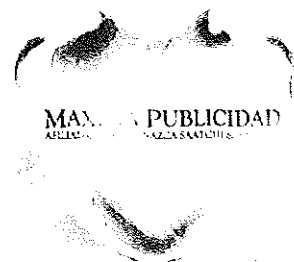
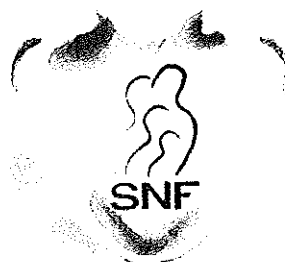


SEGUNDA OFERTA

Queremos palpar a la par del
corazón de este Gobierno...



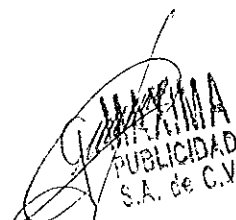
INDICE

OFERTA ECONOMICA (SOBRE 1)

| | |
|--|----|
| 1. Carta de Presentación..... | 1 |
| 2. Carta para Notificación..... | 3 |
| 3. Fotocopia de Garantía de Mantenimiento de Oferta..... | 5 |
| 4. Declaración Jurada..... | 8 |
| 5. Campaña Logros..... | 11 |
| 5.1. Flowchart de medios..... | 12 |
| 5.2. Presupuestos Televisión..... | 14 |
| 5.3. Presupuestos prensa..... | 21 |
| 5.4. Presupuestos Radio..... | 23 |
| 5.5. Presupuestos parte trasera de bus..... | 25 |
| 5.6. Producción campaña Logros..... | 27 |
| 5.7. Consolidado Campaña Logros..... | 29 |
| 6. Campaña Eventos..... | 31 |
| 6.1 Flowchart de Medios..... | 32 |
| 6.2 Presupuesto Televisión..... | 34 |
| 6.3 Presupuesto prensa..... | 42 |
| 6.4 Presupuesto radio..... | 44 |
| 6.5 Producción campaña Eventos..... | 46 |
| 6.6 Consolidado campaña Eventos..... | 48 |
| 7. Publicaciones Varias..... | 50 |
| 7.1. Flow chart de Medios..... | 51 |
| 8. Flowchart General..... | 53 |
| 9. Costos de Producción general..... | 55 |
| 10. Consolidado General de Inversión..... | 57 |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com


MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

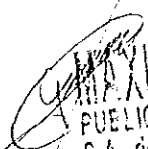
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

1. CARTA DE PRESENTACION DE OFERTA

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

001


MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

0000187

San Salvador, 30 de septiembre de 2004

Señores
SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
Presente

Estimados Señores:

Para Máxima CX Nazca Saatchi & Saatchi, cuya razón social es Máxima Publicidad S.A. de C.V., es muy grato presentar nuestra **PROPUESTA** para proveer "**SERVICIOS DE PUBLICIDAD PARA LA SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA PARA EL PERIODO DE OCTUBRE A DICIEMBRE DE 2004**", en la Producción y lanzamiento de Campaña Publicitaria Institucional "LOGROS", Campaña Publicitaria de "EVENTOS", Anuncios varios en prensa, Campaña Publicitaria "CONVIVENCIAS", por un valor de **SESENTA Y NUEVE MIL SETECIENTOS SETENTA Y SIETE 77/100 US DOLARES (\$69,777.77)**.

Declarando que conocemos todos los requerimientos legales de la presente licitación, que nos sometemos a ellos y a la ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública; así como que **aceptamos las CONDICIONES ESPECIALES**, indicadas en el numeral 14 de las presentes Bases de Licitación por invitación.

Estamos seguros que con nuestra Propuesta de servicios quedarán convencidos que somos su mejor opción para el manejo publicitario de sus proyectos.

Deseosos de trabajar de Cerca de usted, nos despedimos.

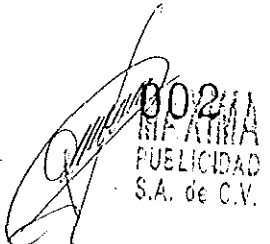
Atentamente,



German Danilo Moreno Murillo
Representante Legal

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com



MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

2. CARTA PARA NOTIFICACIONES

003

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com


MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

PARA NOTIFICACIONES ADJUNTAMOS NUESTROS DATOS

Razón Social: MÁXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V.
Profesionales en Comunicación y Mercadeo

Dirección: 43 Av. Sur No. 429, Col. Flor Blanca, S.S.

Persona Contacto: Lissette Moreno de Burgos

Teléfono oficina: (503) 298-9088, 298-9089, 298-9090

Celular: 737-6036

Fax: (503) 298-1459, 298-9337

E-mail: liz@maximapublicidad.com
danilo@maximapublicidad.com
pedro@maximapublicidad.com

San Salvador, 30 de septiembre de 2004

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

004

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

3. FOTOCOPIA DE GARANTIA DE MANTENIMIENTO DE OFERTA

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

005

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.



AIG Unión y Desarrollo, S.A.
 Calle Loma Linda No. 265, Col. San Benito
 San Salvador, El Salvador, C.A.
 Tel.: (503) 250-3200 Fax: (503) 250-3201
 Fax Reclamos Daños (503) 250-3202
 Fax Reclamos Vida (503) 298-2128

FIANZA No.: FA-51.321

**VIGENCIA : DESDE: 30 DE SEPT. DE 2004
 HASTA: 30 DE NOV. DE 2004**

RAMO DE FIANZAS

RAMON AVILA QUEHL, actuando en nombre y representación de **AIG UNION Y DESARROLLO, S. A.**, del domicilio de San Salvador, El Salvador, Centro América, en adelante se llamará "LA COMPAÑÍA", por el presente documento **OTORGA**:

Que la Compañía que representa se constituye fiadora y principal pagadora de **MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.**, del domicilio de San Salvador, a favor de la **SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA - UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONAL**, también del domicilio de San Salvador, hasta por la cantidad de **TRES MIL QUINIENTOS 00/100 DOLARES (\$3,500.00)**, para garantizar a dicha Secretaria: a) Que en caso de serle adjudicada la Licitación Pública por Invitación No. 04 01 - 02-AF/SNF/2004 "SERVICIOS DE PUBLICIDAD PARA LA SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA", a **MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.**, ésta Sociedad se compromete a firmar el correspondiente Contrato, siempre que el mismo se base en la oferta que al efecto haya presentado a la citada Licitación; y b) Que en caso de que **MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.**, resultare favorecida con la adjudicación, y rehusare firmar el correspondiente Contrato, o no procediere a la celebración del mismo por negligencia, o no rindiere la fianza de Fiel Cumplimiento dentro del periodo establecido después de la notificación de la adjudicación, o retirase su oferta durante el periodo de validez de la misma, la Compañía pagará a la **SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA**, la cantidad estipulada de **TRES MIL QUINIENTOS 00/100 DOLARES (\$3,500.00)**.

La ejecución de esta Fianza no precisará más trámite que la comunicación oficial de la **SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA**, dada por escrito a la Compañía, en la que manifieste que **MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.**, se ha negado a suscribir el mencionado Contrato, o no ha presentado la Fianza de Debido Cumplimiento en el tiempo que se le hubiere señalado.

Esta Fianza se constituye de conformidad con el Numeral 9.1- Garantía de Mantenimiento de Oferta - de la Cláusula 9- GARANTIAS - de las Condiciones de la Licitación, y estará vigente por el periodo de sesenta días, contados a partir de la fecha de apertura de las ofertas. Vencido el plazo, quedará extinguida la responsabilidad de la Compañía, dándose por cancelada la presente Fianza, aunque el documento original no fuere devuelto.

Para los efectos legales de esta Fianza, la Compañía señala la ciudad de San Salvador, como su domicilio especial y se somete a la competencia de sus Tribunales, renunciando al beneficio de excusión de bienes, al derecho de apelar del decreto de embargo, sentencia de remate y demás resoluciones apelables del juicio o de sus incidentes, será depositario de los bienes que se embarguen la persona que designe la **SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA**, relevando a quien se nombre de la obligación de rendir fianza, siendo por cuenta de la Compañía las costas procesales, aunque conforme a las reglas generales no fuere condenada a ellas.

EN TESTIMONIO DE LO CUAL, se firma la presente Fianza en la ciudad de San Salvador, a los veintiocho días del mes de septiembre del año dos mil cuatro.

RAMON AVILA QUEHL
DIRECTOR SECRETARIO





Enrique Borgo

la ciudad de San Salvador, a las catorce horas con cinco minutos del día veintiocho de septiembre del año dos mil cuatro. Ante mí, ENRIQUE BORG BUSTAMANTE, Notario, de este domicilio, comparece el señor RAMON AVILA QUEHL, de nacionalidad [REDACTED] de [REDACTED] años de edad, con Documento Unico de Identidad Número [REDACTED], del domicilio de [REDACTED] persona de mi conocimiento, actuando en nombre y representación, en su calidad de Director Secretario de la Sociedad "AIG UNION Y DESARROLLO, SOCIEDAD ANONIMA", que se abrevia "AIG UNION Y DESARROLLO, S.A.", sociedad de este domicilio, con Número de Identificación Tributaria cero seiscientos catorce-ciento setenta y un mil doscientos noventa y tres-ciento uno-tres, y dice: que la firma que aparece al pie del anterior documento que dice "R. AVILA Q.", es suya y como tal la reconoce por haber sido puesta de su puño y letra, así como las obligaciones allí expresadas. El documento en referencia está fechado en esta ciudad, el día de hoy, escrito en una hoja de papel membretado de AIG UNION Y DESARROLLO, S.A., documento en el cual el señor RAMON AVILA QUEHL, en nombre de AIG UNION Y DESARROLLO, S.A., del domicilio de San Salvador, que en adelante se llamará "LA COMPAÑÍA", otorga que la Compañía que representa, se constituye fiadora y principal pagadora de MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., del domicilio de San Salvador, a favor de la SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA - UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONAL, también del domicilio de San Salvador, hasta por la cantidad de TRES MIL QUINIENTOS DOLARES, para garantizar a dicha Secretaria: a) Que en caso de serle adjudicada la Licitación Pública por Invitación Número CERO CUATRO CERO UNO - CERO DOS- AFSNF/DOS MIL CUATRO "SERVICIOS DE PULICIDAD PARA LA SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA", a MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., ésta Sociedad se compromete a firmar el correspondiente Contrato, siempre que el mismo se base en la oferta que al efecto haya presentado a la citada Licitación; y b) Que en caso de que MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., resultare favorecida con la adjudicación, y rehusare firmar el correspondiente Contrato, o no procediere a la celebración del mismo por negligencia, o no rindiere la fianza de Fiel Cumplimiento dentro del período establecido después de la notificación de la adjudicación, o retirase su oferta durante el período de validez de la misma, la Compañía pagará a la SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA, la cantidad estipulada de TRES MIL QUINIENTOS DOLARES. La ejecución de esta Fianza no precisará más trámite que la comunicación oficial de la SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA, dada por escrito a la Compañía, en la que manifieste que MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., se ha negado a suscribir el mencionado Contrato, o no ha presentado la Fianza de Debido Cumplimiento en el tiempo que se le hubiere señalado. Esta Fianza se constituye de conformidad con el Numeral Nueve.Uno- Garantía de Mantenimiento de Oferta - de la Cláusula Nueve- GARANTIAS - de las Condiciones de la Licitación, y estará vigente por el período de sesenta días, contados a partir de la fecha de apertura de las ofertas. Vencido el plazo, quedará extinguida la responsabilidad de la Compañía, dándose por cancelada la presente Fianza, aunque el documento original no fuere devuelto. Para los efectos legales de esta Fianza, la Compañía señala la ciudad de San Salvador, como su domicilio especial y se somete a la competencia de sus Tribunales, renunciando al beneficio de excusión de bienes, al

derecho de apelar del decreto de embargo, sentencia de remate y demás resoluciones apelables del juicio o de sus incidentes, será depositario de los bienes que se embarguen la persona que designe la **SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA**, relevando a quien se nombre de la obligación de rendir fianza, siendo por cuenta de la Compañía las costas procesales, aunque conforme a las reglas generales no fuere condenada a ellas. Yo, el Notario, DOY FE: I)- Que la expresada firma es auténtica por haber sido puesta por el compareciente a mi presencia; II)- De ser legítima y suficiente la personería con que actúa el señor Avila Quehl, por haber tenido a la vista: a) Testimonio de la Escritura Pública de Modificación de la sociedad **AIG UNION Y DESARROLLO, SOCIEDAD ANONIMA**, que contiene todas las cláusulas que actualmente la rigen, otorgado en esta ciudad a las doce horas y treinta minutos del día trece de octubre del año dos mil, ante los oficios notariales del Licenciado Federico Guillermo Avila Quehl, inscrita en el Registro de Comercio el día treinta de octubre del año dos mil, bajo el número **SESENTA Y SEIS** del Libro **UN MIL QUINIENTOS SETENTA** del Registro de Sociedades, de la que consta: Que su denominación, naturaleza y domicilio, son los antes expresados; que el plazo de la Sociedad es por tiempo indeterminado; que dentro de su finalidad se encuentra el otorgamiento de este tipo de actos; que la administración de la Sociedad está confiada a una Junta Directiva y sus miembros durarán tres años en el ejercicio de sus funciones; que corresponde al Director Presidente y al Director Secretario de la Junta Directiva, actuando conjunta o separadamente, la representación judicial y extrajudicial de la Sociedad y el uso de la firma social, y previo acuerdo de la Junta Directiva podrán otorgar actos como el presente; b) Certificación extendida en esta ciudad, el día veintisiete de febrero del año dos mil cuatro, por el Director Secretario de la Junta Directiva de la Sociedad señor Ramón Avila Quehl, inscrita en el Registro de Comercio el día dos de marzo del año dos mil cuatro, bajo el número Cuarenta y Tres del Libro Un Mil Ochocientos Noventa y Ocho del Registro de Sociedades, en la que consta que en sesión de Junta General Ordinaria de Accionistas, celebrada el día veintiséis de febrero del año dos mil cuatro, se eligió la nueva Junta Directiva de la Sociedad, habiendo sido nombrado el señor **FRANCISCO RICARDO ROBERTO DE SOLA HEBARD** como Director Presidente y el señor **RAMÓN AVILA QUEHL**, como Director Secretario, para el período de tres años a contar de la fecha de inscripción de la Credencial en el Registro de Comercio; y c) Certificación extendida en esta ciudad, el día tres de marzo del año dos mil cuatro, por el Director Secretario de la Sociedad señor Ramón Avila Quehl, de la que consta que en sesión de Junta Directiva celebrada el día veintiséis de febrero del año dos mil cuatro, se autorizó a don Francisco R.R. de Sola y a don Ramón Avila Quehl, Presidente y Secretario de la Junta Directiva de la Sociedad, respectivamente, para que actuando conjunta o separadamente, comparezcan al otorgamiento de toda clase de actos y contratos, tales como el presente. Así se expresó el compareciente, a quien expliqué los efectos legales de este instrumento que consta de dos hojas útiles, y leído que le hube lo escrito, en un solo acto no interrumpido, ratificó su contenido y firmamos.- DOY FE.-



A large, stylized handwritten signature of the Notary, written in ink.




4. DECLARACION JURADA

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

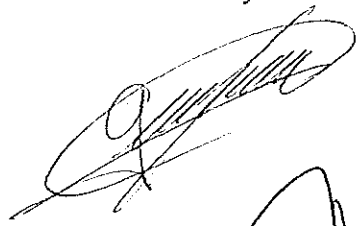


008


MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.



En la ciudad de San Salvador, a las catorce horas del día veintisiete de septiembre de dos mil cuatro. Ante mí, Arturo Bruni Mario Petrocelli Flores, Notario, de este domicilio, comparece Germán Danilo Moreno Murillo, que firma ilegible, de [REDACTED] años de edad, [REDACTED], de [REDACTED] domicilio, a quien conozco e identifico con su Documento Único de Identidad Personal número [REDACTED] actuando en nombre y representación en su calidad de Representante Legal de **MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. de C.V.**, del domicilio de San Salvador, cuya personería al final de este instrumento relacionaré, y **ME DICE:** Que para efectos de cumplir con las bases de **LICITACIÓN PUBLICA POR INVITACIÓN No. CERO CUATRO CERO UNO- CERO DOS- AF/SNF/DOS MIL CUATRO** para la "Contratación de Servicios de Publicidad para **LA SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA** **BAJO JURAMENTO DECLARA:** **I)** Que su representada se responsabiliza sobre la veracidad y autenticidad de todos los compromisos adquiridos y de la información proporcionada en su oferta, así mismo que su representada acepta totalmente el contenido de los Términos de Referencia y sus Suplementos si los hubiera. **II)** Que La Sociedad no ha sido condenada con anterioridad mediante sentencia firme, y no ha sido inhabilitada en sus derechos por delitos contra la Hacienda Publica y los contemplados en la Ley Contra el lavado de Dinero y de Activos, **III)** La Sociedad no ha suspendido el pago de sus obligaciones ni ha sido declarado en quiebra ni culpable por la extinción de cualquier contrato celebrado con alguna institución durante los últimos 5 años, **IV)** Que los propietarios, socios o accionistas del capital social de la empresa y los administradores, gerentes, directores o representante legal, no son empleados de la Presidencia de la República y sus Dependencias que estas personas no tienen parentesco sanguíneo ni de afinidad con funcionarios y empleados de la presidencia de la República y sus dependencias, y que toda información presentada es verdadera. **PERSONERIA:** Yo, el suscrito Notario doy fe de ser legítima y suficiente la personería con que actúa el compareciente, por haber tenido a la vista y considerar suficiente Escritura Pública de Constitución de la Sociedad, celebrada en la Ciudad de San salvador, el día veintiséis de enero de mil novecientos ochenta y ocho, ante los oficios del notario Leticia Andino de Rivera, debidamente inscrita en el Registro de

Comercio, Departamento de Documentos Mercantiles, al número veintidós, del libro seiscientos del registro de Sociedades, y Acta de Junta Directiva de la Sociedad, celebrada en san Salvador, a los veintiún días del mes de marzo del año dos mil tres, inscrita en el registro de Comercio, Departamento de Documentos mercantiles, al numero cincuenta y tres libro mil setecientos noventa y tres. Así se expreso el compareciente a quién le explique los efectos legales de esta acta notarial que consta de dos hojas, y leída que le fue íntegramente en un solo acto sin interrupciones, ratifica su contenido por estar redactada conforme a sus voluntades y firmamos, de todo lo cual **DOY FE**.

5. CAMPAÑA DE LOGROS

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

011
FEB 01 11
SALVADOR

5.1 FLOWCHART DE MEDIOS

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

012
[Handwritten signature and stamp]

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

C000198

MEDIA FLOW CHART**CLIENTE: SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA****CAMPAÑAS: LOGROS****PERIODO: OCTUBRE A DICIEMBRE 2004**

| | 2004 |
|------------------------------|------------------------------------|
| | LOGROS |
| MEDIOS | 15 de Noviembre al 15 de Diciembre |
| Televisión | |
| Inversión | \$17,314.89 |
| No. Spots | 160 |
| Grp's | 1316.11 |
| SUB-TOTAL TELEVISION | \$17,314.89 |
| Radio | |
| Inversión | \$3,154.96 |
| No. Cuñas | 444 |
| SUB-TOTAL RADIO | \$3,154.96 |
| Prensa | |
| Inversión | \$14,088.30 |
| N° de publicaciones | 12 |
| Medida | Media Página |
| Color | Full Color |
| Publicaciones Varias | |
| Inversión | |
| SUB-TOTAL PRENSA | \$14,088.30 |
| Parte Trasera de Bus | |
| Inversión | \$2,940.00 |
| No. De Partes Traseras | 12 |
| SUB-TOTAL TRASERA BUS | \$2,940.00 |
| TOTAL INVERSION | \$37,498.15 |

Costos incluyen IVA

Septiembre de 2004

Depto. de Medios

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

013
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

5.2 PRESUPUESTO DE TELEVISION

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

014
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
PRESUPUESTO DE TELEVISION

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
 Producto : LOGROS
 Campaña : LOGROS
 Período : Del: 14/11/2004 Al: 15/12/2004
 Versión : (a) - 100% - LOGROS 30"

Target : HOMBRES-MUJERES 18-65 AÑOS BCDE
 Universo : 2,017.010
 Fuente : RIVERA RESEARCH
 Estudio : 08/2004

Fecha : 30/09/2004
 Página : 1
 No. : SECL06

| FORMA DE CONTRATACION | VERSION | HORA DE - A | FECHAS | SXD | TOTAL DIAS SPOTS | COSTO x SPOTS | COSTO TOTAL | TARGET RATING | T-GRP'S | C x PR | COSTO X-MIL | ALCANCE | IMPACTOS |
|---------------------------|---------|----------------|----------------|-----|---------------------|------------------|----------------|------------------|---------|--------|----------------|---------|----------|
| CANAL DOS | | | | | | | | | | | | | |
| PAQUETE ALTA FRECUENCIA | LOGROS | 30" | 12:00-18:00 | 2 | | 120.00 | 6,000.00 | | | | | | |
| | | | LU 15,22,29/11 | | 3 | 6 | | 9.57 | 57.42 | 12.54 | 0.6 | 193.03 | 1158.17 |
| | | | LU 6,13/12 | | 2 | 4 | | 9.57 | 38.28 | 12.54 | 0.6 | 193.03 | 772.11 |
| | | | MA 16,23,30/11 | | 3 | 6 | | 10.94 | 65.64 | 10.97 | 0.5 | 220.66 | 1323.97 |
| | | | MA 7/12 | | 1 | 2 | | 10.94 | 21.88 | 10.97 | 0.5 | 220.66 | 441.32 |
| | | | MI 17,24/11 | | 2 | 4 | | 11.67 | 46.68 | 10.28 | 0.5 | 235.39 | 941.54 |
| | | | MI 1,8,15/12 | | 3 | 6 | | 11.67 | 70.02 | 10.28 | 0.5 | 235.39 | 1412.31 |
| | | | JU 18,25/11 | | 2 | 4 | | 10.47 | 41.88 | 11.46 | 0.6 | 211.18 | 844.73 |
| | | | JU 2,9/12 | | 2 | 4 | | 10.47 | 41.88 | 11.46 | 0.6 | 211.18 | 844.73 |
| | | | VI 19,26/11 | | 2 | 4 | | 9.17 | 36.68 | 13.09 | 0.6 | 184.96 | 739.84 |
| | | | VI 3,10/12 | | 2 | 4 | | 9.17 | 36.68 | 13.09 | 0.6 | 184.96 | 739.84 |
| | | | SA 20,27/11 | | 2 | 4 | | 8.81 | 35.24 | 13.62 | 0.7 | 177.70 | 710.80 |
| | | | SA 4/12 | | 1 | 2 | | 8.81 | 17.62 | 13.62 | 0.7 | 177.70 | 355.40 |
| TOTAL CANAL DOS | | | | | 50 | 120.00 | 6,000.00 | 10.20 | 509.90 | 11.77 | 0.60 | 205.69 | 10284.75 |
| CANAL CUATRO | | | | | | | | | | | | | |
| PAQUETE ALTA FRECUENCIA | LOGROS | 30" | 12:30-22:00 | 2 | | 100.00 | 4,000.00 | | | | | | |
| | | | LU 22,29/11 | | 2 | 4 | | 8.54 | 34.16 | 11.71 | 0.6 | 172.25 | 689.01 |
| | | | LU 6/12 | | 1 | 2 | | 8.54 | 17.08 | 11.71 | 0.6 | 172.25 | 344.51 |
| | | | MA 16,23,30/11 | | 3 | 6 | | 10.42 | 62.52 | 9.60 | 0.5 | 210.17 | 1261.04 |
| | | | MA 7,14/12 | | 2 | 4 | | 10.42 | 41.68 | 9.60 | 0.5 | 210.17 | 840.69 |
| | | | MI 17,24/11 | | 2 | 4 | | 11.51 | 46.04 | 8.69 | 0.4 | 232.16 | 928.63 |
| | | | MI 1,8,15/12 | | 3 | 6 | | 11.51 | 69.06 | 8.69 | 0.4 | 232.16 | 1392.95 |
| | | | JU 18,25/11 | | 2 | 4 | | 9.57 | 38.28 | 10.45 | 0.5 | 193.03 | 772.11 |
| | | | JU 2,9/12 | | 2 | 4 | | 9.57 | 38.28 | 10.45 | 0.5 | 193.03 | 772.11 |
| | | | VI 19,26/11 | | 2 | 4 | | 11.38 | 45.52 | 8.79 | 0.4 | 229.54 | 918.14 |
| | | | VI 3/12 | | 1 | 2 | | 11.38 | 22.76 | 8.79 | 0.4 | 229.54 | 459.07 |
| TOTAL CANAL CUATRO | | | | | 40 | 100.00 | 4,000.00 | 10.38 | 415.38 | 9.63 | 0.50 | 209.46 | 8378.27 |
| CANAL AGAPE | | | | | | | | | | | | | |
| SERIES PRIME TIME | LOGROS | 30" | 20:00-21:00 | 1 | | 56.99 | 512.91 | | | | | | |
| | | | LU 22/11 | | 1 | 1 | | 2.31 | 2.31 | 24.67 | 1.2 | 46.59 | 46.59 |
| | | | MA 16,30/11 | | 2 | 2 | | 3.12 | 6.24 | 18.27 | 0.9 | 62.93 | 125.86 |
| | | | MI 24/11 | | 1 | 1 | | 6.66 | 6.66 | 8.56 | 0.4 | 134.33 | 134.33 |
| | | | MI 8/12 | | 1 | 1 | | 6.66 | 6.66 | 8.56 | 0.4 | 134.33 | 134.33 |

MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
FRESUPUESTO DE TELEVISION

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
 Producto : LOGROS
 Campaña : LOGROS
 Período : Del: 14/11/2004 Al: 15/12/2004
 Versión : (a) - 100% - LOGROS 30"

Target : HOMBRES-MUJERES 18-65 AÑOS BCDE
 Universo : 2,017.010
 Fuente : RIVERA RESEARCH
 Estudio : 08/2004

Fecha : 30/09/2004
 Página : 2
 No. : SECL06

| FORMA DE CONTRATACION | VERSION | HORA DE - A | FECHAS | SXD | TOTAL DIAS SPOTS | COSTO x SPOTS | COSTO TOTAL | TARGET RATING | T-GRP'S | C x PR | COSTO X-MIL | ALCANCE | IMPACTOS | |
|--------------------------|---------|----------------|-------------|-----|---------------------|------------------|----------------|------------------|---------|--------|----------------|---------|----------|--------|
| MADRES | LOGROS | 30" | 19:00-20:00 | 1 | JU 18/11 | 1 1 | 60.00 | 480.00 | 5.85 | 5.85 | 9.74 | 0.5 | 118.00 | 118.00 |
| | | | | | JU 2/12 | 1 1 | | | 5.85 | 5.85 | 9.74 | 0.5 | 118.00 | 118.00 |
| | | | | | VI 26/11 | 1 1 | | | 5.80 | 5.80 | 9.83 | 0.5 | 116.99 | 116.99 |
| | | | | | VI 10/12 | 1 1 | | | 5.80 | 5.80 | 9.83 | 0.5 | 116.99 | 116.99 |
| | | | | | LU 15,29/11 | 2 2 | | | 5.22 | 10.44 | 11.49 | 0.6 | 105.29 | 210.58 |
| | | | | | MA 14/12 | 1 1 | | | 4.06 | 4.06 | 14.78 | 0.7 | 81.89 | 81.89 |
| | | | | | MI 17,24/11 | 2 2 | | | 4.19 | 8.38 | 14.32 | 0.7 | 84.51 | 169.03 |
| | | | | | JU 2,9/12 | 2 2 | | | 6.36 | 12.72 | 9.43 | 0.5 | 128.28 | 256.56 |
| | | | | | VI 19/11 | 1 1 | | | 4.16 | 4.16 | 14.42 | 0.7 | 83.91 | 83.91 |
| | | | | | TOTAL CANAL AGAPE | | | | | 17 | 58.41 | 992.91 | 5.00 | 84.93 |
| TV 12 | | | | | | | | | | | | | | |
| NOTICIERO HECHOS ESTELAR | LOGROS | 30" | 08:00-10:00 | 1 | LU 22/11 | 1 1 | 70.00 | 560.00 | 5.69 | 5.69 | 12.30 | 0.6 | 114.77 | 114.77 |
| | | | | | LU 6/12 | 1 1 | | | 5.69 | 5.69 | 12.30 | 0.6 | 114.77 | 114.77 |
| | | | | | MA 16/11 | 1 1 | | | 6.25 | 6.25 | 11.20 | 0.6 | 126.06 | 126.06 |
| | | | | | MA 14/12 | 1 1 | | | 6.25 | 6.25 | 11.20 | 0.6 | 126.06 | 126.06 |
| | | | | | MI 24/11 | 1 1 | | | 4.07 | 4.07 | 17.20 | 0.9 | 82.09 | 82.09 |
| | | | | | MI 8/12 | 1 1 | | | 4.07 | 4.07 | 17.20 | 0.9 | 82.09 | 82.09 |
| | | | | | JU 18/11 | 1 1 | | | 5.25 | 5.25 | 13.33 | 0.7 | 105.89 | 105.89 |
| | | | | | JU 2/12 | 1 1 | | | 5.25 | 5.25 | 13.33 | 0.7 | 105.89 | 105.89 |
| | | | | | LU 15,29/11 | 2 2 | | | 4.65 | 9.30 | 15.05 | 0.7 | 93.79 | 187.58 |
| | | | | | LU 13/12 | 1 1 | | | 4.65 | 4.65 | 15.05 | 0.7 | 93.79 | 93.79 |
| LA HEREDERA | LOGROS | 30" | 21:00-22:00 | 1 | MA 23/11 | 1 1 | 70.00 | 700.00 | 10.12 | 10.12 | 6.92 | 0.3 | 204.12 | 204.12 |
| | | | | | MA 7/12 | 1 1 | | | 10.12 | 10.12 | 6.92 | 0.3 | 204.12 | 204.12 |
| | | | | | MI 17/11 | 1 1 | | | 8.04 | 8.04 | 8.71 | 0.4 | 162.17 | 162.17 |
| | | | | | MI 1,15/12 | 2 2 | | | 8.04 | 16.08 | 8.71 | 0.4 | 162.17 | 324.34 |
| | | | | | JU 9/12 | 1 1 | | | 6.83 | 6.83 | 10.25 | 0.5 | 137.76 | 137.76 |
| | | | | | VI 19/11 | 1 1 | | | 5.50 | 5.50 | 12.73 | 0.6 | 110.94 | 110.94 |
| | | | | | LU 15,29/11 | 2 2 | | | 5.25 | 10.50 | 13.33 | 0.7 | 105.89 | 211.79 |
| | | | | | MA 23/11 | 1 1 | | | 5.36 | 5.36 | 13.06 | 0.6 | 108.11 | 108.11 |
| | | | | | MI 17/11 | 1 1 | | | 7.83 | 7.83 | 8.94 | 0.4 | 157.93 | 157.93 |
| | | | | | MI 1/12 | 1 1 | | | 7.83 | 7.83 | 8.94 | 0.4 | 157.93 | 157.93 |
| SERIES PRIME TIME | LOGROS | 30" | 19:00-20:00 | 1 | JU 25/11 | 1 1 | 70.00 | 560.00 | 7.49 | 7.49 | 9.35 | 0.5 | 151.07 | 151.07 |
| | | | | | VI 19/11 | 1 1 | | | 4.92 | 4.92 | 14.23 | 0.7 | 99.24 | 99.24 |
| | | | | | VI 3/12 | 1 1 | | | 4.92 | 4.92 | 14.23 | 0.7 | 99.24 | 99.24 |
| | | | | | LU 15,29/11 | 2 2 | | | 5.25 | 10.50 | 13.33 | 0.7 | 105.89 | 211.79 |
| | | | | | MA 23/11 | 1 1 | | | 5.36 | 5.36 | 13.06 | 0.6 | 108.11 | 108.11 |
| | | | | | MI 17/11 | 1 1 | | | 7.83 | 7.83 | 8.94 | 0.4 | 157.93 | 157.93 |
| | | | | | MI 1/12 | 1 1 | | | 7.83 | 7.83 | 8.94 | 0.4 | 157.93 | 157.93 |
| | | | | | JU 25/11 | 1 1 | | | 7.49 | 7.49 | 9.35 | 0.5 | 151.07 | 151.07 |
| | | | | | VI 19/11 | 1 1 | | | 4.92 | 4.92 | 14.23 | 0.7 | 99.24 | 99.24 |
| | | | | | VI 3/12 | 1 1 | | | 4.92 | 4.92 | 14.23 | 0.7 | 99.24 | 99.24 |
| EL OJO DEL HURACAN | | | | | 1 | 70.00 | 280.00 | | | | | | | |

016
 A. de C.

MAXIMA
 PUBLICIDAD
 S.A. de C.V.

[Signature]

0000201

MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
PRESUPUESTO DE TELEVISION

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
 Producto : LOGROS
 Campaña : LOGROS
 Período : Del: 14/11/2004 Al: 15/12/2004
 Versión : (a) - 100% - LOGROS 30"

Target : HOMBRES-MUJERES 18-65 AÑOS BCDE
 Universo : 2,017,010
 Fuente : RIVERA RESEARCH
 Estudio : 08/2004

Fecha : 30/09/2004
 Página : 3
 No. : SECL06

| FORMA DE CONTRATACION | VERSION | HORA DE - A | FECHAS | SXD | TOTAL DIAS SPOTS | COSTO x SPOTS | COSTO TOTAL | TARGET RATING | T-GRP'S | C x PR | COSTO X-MIL | ALCANCE | IMPACTOS |
|----------------------------|---------|----------------|-------------|-----|---------------------|------------------|----------------|------------------|---------|--------|----------------|---------|----------|
| PIZARRON DEPORTIVO | LOGROS | 30" | 18:00-19:00 | 1 | 2 | 2 | 70.00 | 5.41 | 10.82 | 12.94 | 0.6 | 109.12 | 218.24 |
| | | | | | 2 | 2 | | 5.41 | 10.82 | 12.94 | 0.6 | 109.12 | 218.24 |
| | | | | | 2 | 2 | | 6.50 | 13.00 | 10.77 | 0.5 | 131.11 | 262.21 |
| | | | | | 2 | 2 | | 6.50 | 13.00 | 10.77 | 0.5 | 131.11 | 262.21 |
| TOTAL TV 12 | | | | | 34 | 70.00 | 2,380.00 | 6.17 | 209.65 | 11.35 | 0.60 | 124.37 | 4228.67 |
| CANAL 21 | | | | | | | | | | | | | |
| NOTICIERO MEGAVISION | LOGROS | 30" | 13:00-13:30 | 1 | 1 | 1 | 70.00 | 6.25 | 6.25 | 11.20 | 0.6 | 126.06 | 126.06 |
| | | | LU 6/12 | | 1 | 1 | | 5.88 | 5.88 | 11.90 | 0.6 | 118.60 | 118.60 |
| | | | MA 30/11 | | 1 | 1 | | 5.88 | 5.88 | 11.90 | 0.6 | 118.60 | 118.60 |
| | | | MA 14/12 | | 1 | 1 | | 7.06 | 7.06 | 9.92 | 0.5 | 142.40 | 142.40 |
| | | | MI 24/11 | | 1 | 1 | | 7.59 | 7.59 | 9.22 | 0.5 | 153.09 | 153.09 |
| | | | VI 19/11 | | 1 | 1 | | | | | | | |
| NOVELA PRISIONERA | LOGROS | 30" | 20:00-21:00 | 1 | 1 | 1 | 100.00 | 3.55 | 3.55 | 28.17 | 1.4 | 71.60 | 71.60 |
| | | | LU 15/11 | | 2 | 2 | | 7.26 | 14.52 | 13.77 | 0.7 | 146.44 | 292.87 |
| | | | MI 1.15/12 | | 1 | 1 | | 7.72 | 7.72 | 12.95 | 0.6 | 155.71 | 155.71 |
| | | | JU 25/11 | | 1 | 1 | | 9.43 | 9.43 | 10.60 | 0.5 | 190.20 | 190.20 |
| | | | VI 19/11 | | 1 | 1 | | 9.43 | 9.43 | 10.60 | 0.5 | 190.20 | 190.20 |
| | | | VI 10/12 | | 1 | 1 | | | | | | | |
| TOTAL CANAL 21 | | | | | 11 | 86.36 | 950.00 | 7.03 | 77.31 | 12.29 | 0.60 | 141.76 | 1559.35 |
| CANAL 33 TECNOVISION | | | | | | | | | | | | | |
| 8 EN PUNTO | LOGROS | 30" | 20:00-21:00 | 1 | 1 | 1 | 125.00 | 2.23 | 2.23 | 56.05 | 2.8 | 44.98 | 44.98 |
| | | | LU 29/11 | | 2 | 2 | | 2.23 | 4.46 | 56.05 | 2.8 | 44.98 | 89.96 |
| | | | LU 6.13/12 | | 1 | 1 | | 2.54 | 2.54 | 49.21 | 2.4 | 51.23 | 51.23 |
| | | | MA 16/11 | | 1 | 1 | | 2.99 | 2.99 | 41.81 | 2.1 | 60.31 | 60.31 |
| | | | MI 15/12 | | 1 | 1 | | 2.28 | 2.28 | 54.82 | 2.7 | 45.99 | 45.99 |
| | | | JU 18/11 | | 1 | 1 | | 2.22 | 2.22 | 56.31 | 2.8 | 44.78 | 44.78 |
| | | | VI 26/11 | | 1 | 1 | | 2.22 | 2.22 | 56.31 | 2.8 | 44.78 | 44.78 |
| | | | VI 10/12 | | 1 | 1 | | | | | | | |
| TOTAL CANAL 33 TECNOVISION | | | | | 8 | 125.00 | 1,000.00 | 2.37 | 18.94 | 52.80 | 2.60 | 47.75 | 382.02 |

MAXIMA
 PUBLICIDAD

0000202

MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
PRESUPUESTO DE TELEVISION

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
 Producto : LOGROS
 Campaña : LOGROS
 Periodo : Del: 14/11/2004 Al: 15/12/2004
 Versión : (a) - 100% - LOGROS 30"

Target : HOMBRES-MUJERES 18-65 AÑOS BCDE
 Universo : 2,017.010
 Fuente : RIVERA RESEARCH
 Estudio : 08/2004

Fecha : 30/09/2004
 Página : 4
 No. : SECLOG

| FORMA DE CONTRATACION | VERSION | HORA DE - A | FECHAS | SXD | TOTAL DIAS SPOTS | COSTO x SPOTS | COSTO TOTAL | TARGET RATING | T-6RP'S | C x PR | COSTO X-MIL | ALCANCE | IMPACTOS |
|--|---------|----------------|--------|-----|---------------------|------------------|------------------------------------|------------------|---------|--------|----------------|---------|----------|
| TOTAL INVERSION I V A GRAN TOTAL | | | | | 160 | 95.77 | 15,322.91 1,991.98 17,314.89 | 8.23 | 1316.11 | 11.64 | 0.60 | 165.91 | 26546.11 |

PLANIFICADOR/EJECUTIVO DE MEDIOS

EJECUTIVO DE CUENTAS

CLIENTE

018

MAXIMA
PUBLICIDAD
 C. M. H. C. V.



0000203

M. XIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
Mapa de Compra de Televisión / Cine

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
 Producto : LOGROS
 Campaña : LOGROS
 Periodo : Del: 14/11/2004 Al: 15/12/2004
 Versión : LOGROS

30" 100% (a)

Target : HOMBRES-MUJERES 18-65 AÑOS BCDE
 Universo : 2,017.010
 Fuente : RIVERA RESEARCH
 Estudio : 08/2004

Fecha : 30/09/2004
 Página : 1
 No. : SECLOG

| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO | DOMINGO | WTRP'S/ SPOTS |
|---|--|---|--|---|---|--|------------------|
| | | | | | | 14/11 | |
| 15/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)08-19:00-MADRES (1)12-21:00-LA HEREDERA (1)12-19:00-SERIES PRIME TIME (1)21-20:00-NOVELA PRISIONERA | 16/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)08-20:00-SERIES PRIME TIME (1)12-08:00-NOTICIERO HECHOS (1)33-20:00-8 EN PUNTO | 17/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)08-19:00-MADRES (1)12-21:00-LA HEREDERA (1)12-19:00-SERIES PRIME TIME | 18/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)08-20:00-SERIES PRIME TIME (1)12-08:00-NOTICIERO HECHOS (1)33-20:00-8 EN PUNTO | 19/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)08-19:00-MADRES (1)12-21:00-LA HEREDERA (1)12-19:00-SERIES PRIME TIME (1)21-13:00-NOTICIERO MEGAVIS (1)21-20:00-NOVELA PRISIONERA | 20/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)12-13:00-EL OJO DEL HURACA | 21/11 (1)12-18:00-PIZARRON DEPORTIV | 314.55 40 |
| (6)-TOTAL 37.8 | (7)-TOTAL 54.6 | (7)-TOTAL 66.4 | (7)-TOTAL 53.4 | (9)-TOTAL 72.7 | (3)-TOTAL 23.0 | (1)-TOTAL 6.5 | |
| 22/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)08-20:00-SERIES PRIME TIME (1)12-08:00-NOTICIERO HECHOS | 23/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)12-21:00-LA HEREDERA (1)12-19:00-SERIES PRIME TIME | 24/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)08-20:00-SERIES PRIME TIME (1)08-19:00-MADRES (1)12-08:00-NOTICIERO HECHOS (1)21-13:00-NOTICIERO MEGAVIS | 25/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)12-19:00-SERIES PRIME TIME (1)21-20:00-NOVELA PRISIONERA | 26/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)08-20:00-SERIES PRIME TIME (1)33-20:00-8 EN PUNTO | 27/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)12-13:00-EL OJO DEL HURACA | 28/11 (1)12-18:00-PIZARRON DEPORTIV | 304.70 36 |
| (6)-TOTAL 44.2 | (6)-TOTAL 58.2 | (8)-TOTAL 68.3 | (6)-TOTAL 55.2 | (6)-TOTAL 49.1 | (3)-TOTAL 23.0 | (1)-TOTAL 6.5 | |
| 29/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)08-19:00-MADRES (1)12-21:00-LA HEREDERA (1)12-19:00-SERIES PRIME TIME (1)33-20:00-8 EN PUNTO | 30/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)08-20:00-SERIES PRIME TIME (1)21-13:00-NOTICIERO MEGAVIS | 01/12 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)12-21:00-LA HEREDERA (1)12-19:00-SERIES PRIME TIME (1)21-20:00-NOVELA PRISIONERA | 02/12 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)08-20:00-SERIES PRIME TIME (1)08-19:00-MADRES (1)12-08:00-NOTICIERO HECHOS | 03/12 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)12-19:00-SERIES PRIME TIME | 04/12 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)12-13:00-EL OJO DEL HURACA | 05/12 (1)12-18:00-PIZARRON DEPORTIV | 307.87 37 |
| (8)-TOTAL 53.5 | (6)-TOTAL 51.7 | (7)-TOTAL 69.4 | (7)-TOTAL 57.5 | (5)-TOTAL 46.0 | (3)-TOTAL 23.0 | (1)-TOTAL 6.5 | |
| 06/12 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)12-08:00-NOTICIERO HECHOS (1)21-13:00-NOTICIERO MEGAVIS (1)33-20:00-8 EN PUNTO | 07/12 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)12-21:00-LA HEREDERA | 08/12 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)08-20:00-SERIES PRIME TIME (1)12-08:00-NOTICIERO HECHOS | 09/12 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)08-19:00-MADRES (1)12-21:00-LA HEREDERA | 10/12 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)08-20:00-SERIES PRIME TIME (1)21-20:00-NOVELA PRISIONERA (1)33-20:00-8 EN PUNTO | 11/12 (1)12-13:00-EL OJO DEL HURACA | 12/12 (1)12-18:00-PIZARRON DEPORTIV | 261.29 31 |
| (7)-TOTAL 50.3 | (5)-TOTAL 52.8 | (6)-TOTAL 57.0 | (6)-TOTAL 53.2 | (5)-TOTAL 35.7 | (1)-TOTAL 5.4 | (1)-TOTAL 6.5 | |

**MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI**

Mapa de Compra de Televisión / Cine

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
Producto : LOGROS
Campaña : LOGROS
Periodo : Del: 14/11/2004 Al: 15/12/2004
Versión : LOGROS

30" 100% (a)

Target : HOMBRES-MUJERES 18-65 AÑOS BCDE
Universo : 2,017,010
Fuente : RIVERA RESEARCH
Estudio : 08/2004

Fecha : 30/09/2004
Página : 2
No. : SECL06

| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO | DOMINGO | NTRP'E SPOT |
|---|---|---|--------|---------|--------|---------|----------------|
| 13/12 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)12-21:00-LA HEREDERA (1)33-20:00-8 EN PUNTO (4)-TOTAL 26.0 | 14/12 (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)08-19:00-MADRES (1)12-08:00-NOTICIERO HECHOS (1)21-13:00-NOTICIERO MEGAVIS (5)-TOTAL 37.0 | 15/12 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (2)04-12:30-PAQUETE ALTA FREC (1)12-21:00-LA HEREDERA (1)21-20:00-NOVELA PRISIONERA (1)33-20:00-8 EN PUNTO (7)-TOTAL 64.6 | | | | | 127.7 16 |

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

020

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.



0000205

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

5.3 PRESUPUESTO DE PRENSA

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

021


**MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
PRESUPUESTO DE PRENSA Y REVISTAS**

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
Producto : LDGROS
Campaña : LDGROS
Periodo : Del: 15/11/2004 Al: 14/12/2004
Versión : (a) - 100% - SECRETARIA NACIONAL

Fecha : 30/09/2004
Página : 1
No. : SECRET

| MEDIO / POSICION | VERSION | FECHAS | COLOR | TAMAÑO | TOTAL INS | TARIFA x " | % REC. | BONIFICACION % | VALOR | COSTO x INS. | COSTO TOTAL |
|--|---------------------|--|------------|-----------------|--------------|---------------|--------|-------------------|--------|-----------------|------------------------------------|
| EL DIARIO DE HOY | SECRETARIA NACIONAL | LU 15/11 MA 16/11 MI 17/11 JU 18/11 VI 19/11 SA 20/11 | FULL COLOR | 3.00Col x13.00" | | | | | | | |
| PAIS PAR | | | | | 1 | 16.00 | 70.00 | 10.00 | 572.83 | 954.72 | 5,728.32 |
| | | | | | 1 | | | | | | |
| | | | | | 1 | | | | | | |
| | | | | | 1 | | | | | | |
| | | | | | 1 | | | | | | |
| | | | | | 1 | | | | | | 5,728.32 |
| TOTAL EL DIARIO DE HOY | | | | | 6 | | | | | | 5,728.32 |
| LA PRENSA GRAFICA | SECRETARIA NACIONAL | LU 15/11 MA 16/11 MI 17/11 JU 18/11 VI 19/11 SA 20/11 | FULL COLOR | 3.00Col x13.00" | | | | | | | |
| SUCESOS PAR | | | | | 1 | 16.00 | 100.00 | 10.00 | 673.92 | 1,123.20 | 6,739.20 |
| | | | | | 1 | | | | | | |
| | | | | | 1 | | | | | | |
| | | | | | 1 | | | | | | |
| | | | | | 1 | | | | | | 6,739.20 |
| TOTAL LA PRENSA GRAFICA | | | | | 6 | | | | | | 6,739.20 |
| TOTAL INVERSION I V A GRAN TOTAL | | | | | 12 | | | | | 1,038.96 | 12,467.52 1,620.78 14,088.30 |

PLANIFICADOR/EJECUTIVO DE MEDIOS

EJECUTIVO DE CUENTAS

CLIENTE

028
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

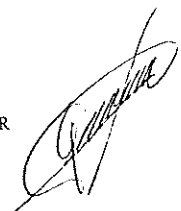
[Handwritten Signature]

0000207

5.4 PRESUPUESTO DE RADIO

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com



023
S.A. DE C.V.

**MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
PRESUPUESTO DE RADIO**

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
Producto : LOGROS
Campaña : LOGROS
Período : Del: 15/11/2004 Al: 14/12/2004
Versión : (a) - 100Z - SECRETARIA NACIONAL 30"

Target : HOMBRES-MUJERES 18-65 AÑOS BCDE
Universo : 1,559.860
Fuente : RIVERA RESEARCH
Estudio : 07/2004

Fecha : 30/09/2004
Página : 1
No. : SECRRI

| LOCACION | FORMA DE CONTRATACION | VERSION | HORA DE - A | FECHAS | SXD | +SB | T O T A L | | | COSTO x SPOTS | COSTO TOTAL | Z BONIF. | TARGET RATING | T-GRP'S | C x PR | COSTO X-RIL | UNIVERSO (000) | ALCANCE | IMPACTOS | |
|--|--|-------------------|----------------|-------------|---|-----|-----------|-----|-----|------------------|--------------------------------|-------------|------------------|---------|--------|----------------|-------------------|-----------|----------|---------|
| SAN SALVADOR | NIVEL NACIONAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | COOL DIAS ESPECIFICOS | SECRETARIA NACION | 30" | 06:00-19:00 | Nov 15 17 19 23 25 27 29 Dic 01 03 07 09 11 13 | 8 | 4 | 13 | 104 | 52 | 7.00 | 728.00 | 50.00 | 2.36 | 368.16 | 1.98 | 0.1 | 1,559.860 | 36.81 | 5742.80 |
| SAN SALVADOR | RADIO LA QUE BUENA DIAS ESPECIFICOS | SECRETARIA NACION | 30" | 06:00-19:00 | Nov 16 18 20 22 24 26 30 Dic 02 06 08 10 14 | 8 | 4 | 12 | 96 | 48 | 10.00 | 960.00 | 50.00 | 2.71 | 390.24 | 2.46 | 0.2 | 1,559.860 | 42.27 | 6087.21 |
| SAN SALVADOR | STEREO SCAN DIAS ESPECIFICOS | SECRETARIA NACION | 30" | 06:00-19:00 | Nov 15 17 19 23 25 29 Dic 01 03 07 09 13 14 | 8 | 4 | 12 | 96 | 48 | 11.50 | 1,104.00 | 50.00 | 2.93 | 421.92 | 2.62 | 0.2 | 1,559.860 | 45.70 | 6581.38 |
| TOTAL INVERSION US\$ I V A GRAN TOTAL US\$ | | | | | | | | 296 | 148 | 6.29 | 2,792.00 362.96 3,154.96 | | 3.99 | 1180.32 | 2.37 | 0.20 | | 62.20 | 8411.39 | |

PLANIFICADOR/EJECUTIVO DE MEDIOS

EJECUTIVO DE CUENTAS

CLIENTE

0000209

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.
024

5.5 PRESUPUESTO PARTE TRASERA DE BUS

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

025
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
PRESUPUESTO DE VALLAS

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
 Producto : INSTITUCIONAL
 Campaña : INSTITUCIONAL
 Período : Del: 15/10/2004 Al: 14/11/2004
 Versión : (a) - 100% - SECRETARIA NACIONAL

Fecha : 30/09/200
 Página : 1
 No. : SECREB

| MEDIO / TIPO DE VALLA | VERSION | PERIODO | LOCACION | UBICACION | TAMAÑO | # DE VALLA | COSTO TOTAL |
|--------------------------|---------------------|--------------------|------------------|----------------------------|-----------------------|------------|-------------|
| SUPER MEDIA | | | | | | | |
| PARTE TRASERA DE BUS | SECRETARIA NACIONAL | 15/10/2004 - 14/11 | RUTA 41 | RUTA 41 | PARTE TRASERA DE BUS | 1 | 216.81 |
| PARTE TRASERA DE BUS | SECRETARIA NACIONAL | 15/10/2004 - 14/11 | RUTA 29 ACOPATT | RUTA 29 ACOPATT | PARTE TRASERA DE BUS | 1 | 216.81 |
| PARTE TRASERA DE BUS | SECRETARIA NACIONAL | 15/10/2004 - 14/11 | RUTA 79 | RUTA 79 | PARTE TRASERA DE BUS | 1 | 216.81 |
| PARTE TRASERA DE BUS | SECRETARIA NACIONAL | 15/10/2004 - 14/11 | RUTA 9 | RUTA 9 | PARTE TRASERA DE BUS | 1 | 216.81 |
| PARTE TRASERA DE BUS | SECRETARIA NACIONAL | 15/10/2004 - 14/11 | RUTA 38 C | RUTA 38 C | PARTE TRASERA DE BUS | 1 | 216.81 |
| PARTE TRASERA DE BUS | SECRETARIA NACIONAL | 15/10/2004 - 14/11 | RUTA 30 B | RUTA 30 B | PARTE TRASERA DE BUS | 1 | 216.81 |
| PARTE TRASERA DE BUS | SECRETARIA NACIONAL | 15/10/2004 - 14/11 | RUTA 101 D | RUTA 101 D | PARTE TRASERA DE BUS | 1 | 216.81 |
| PARTE TRASERA DE BUS | SECRETARIA NACIONAL | 15/10/2004 - 14/11 | RUTA 4 | RUTA 4 | PARTE TRASERA DE BUS | 1 | 216.81 |
| PARTE TRASERA DE BUS | SECRETARIA NACIONAL | 15/10/2004 - 14/11 | RUTA 301 | RUTA 301 SN SALV.SN MIGUEL | PARTE TRASERAD DE BUS | 1 | 216.81 |
| PARTE TRASERA DE BUS | SECRETARIA NACIONAL | 15/10/2004 - 14/11 | SN SALV. SONSONA | SAN SALVADOR A SON SONATE | PARTE TRASERA DE BUS | 1 | 216.81 |
| PARTE TRASERA DE BUS | SECRETARIA NACIONAL | 15/10/2004 - 14/11 | SN SAL LA UNION | SAN SALV. LA UNION | PARTE TRASERA DE BUS | 1 | 216.81 |
| PARTE TRASERA DE BUS | SECRETARIA NACIONAL | 15/10/2004 - 14/11 | SN SAL. SNTA ANA | SAN SALVADOR A SANTA ANA | PARTE TRASERA DE BUS | 1 | 216.81 |
| TOTAL SUPER MEDIA | | | | | | 12 | 2,601.72 |
| TOTAL INVERSION | | | | | | 12 | 2,601.72 |
| I V A | | | | | | | 338.28 |
| GRAN TOTAL | | | | | | | 2,940.00 |

PLANIFICADOR/EJECUTIVO DE MEDIOS

EJECUTIVO DE CUENTAS

CLIENTE

MAXIMA
PUBLICIDAD

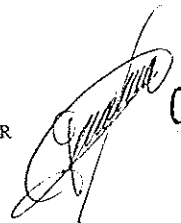


0000211

5.6 PRODUCCION CAMPAÑA LOGROS

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com



027

COSTOS DE PRODUCCIÓN**CLIENTE:** Secretaría Nacional de la Familia**CAMPAÑAS:** Logros**PERIODO:** OCTUBRE A DICIEMBRE 2004

| CONCEPTO | CANTIDAD | COSTO |
|---|----------|-------------------|
| Diseño y arte digital de anuncios de prensa full color. | 6 | \$0.00 |
| Producción de comercial de televisión 30 ss. formato Betacam. | 1 | \$1,750.00 |
| Producción de cuña de radio 30 ss. | 2 | \$866.66 |
| Producción de 12 Partes traseras de buses | 12 | \$0.00 |
| TOTAL | | \$2,616.66 |

COSTOS INCLUYEN IVA

028


MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

5.7 CONSOLIDADO CAMPAÑA LOGROS

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

029


MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

CONSOLIDADO DE INVERSION CAMPAÑA LOGROS

CLIENTE: Secretaría Nacional de la Familia
CAMPAÑAS: Logros
PERIODO: OCTUBRE A DICIEMBRE 2004

| CONCEPTO | COSTO |
|-------------------------------|--------------------|
| Inversión total en medios | \$37,498.15 |
| Inversión total de producción | \$2,616.66 |
| TOTAL | \$40,114.81 |

COSTOS INCLUYEN IVA

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

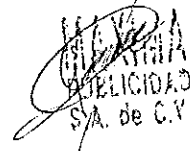
030
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.

6. CAMPAÑA EVENTOS

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

031


MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

6.1 FLOWCHART DE MEDIOS

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

032

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

0000218

MEDIA FLOW CHART

CLIENTE: SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA

CAMPAÑAS: EVENTOS

PERIODO: OCTUBRE A DICIEMBRE 2004

| | 2004 |
|------------------------------|----------------------------------|
| | EVENTOS |
| MEDIOS | 15 de Octubre al 14 de Noviembre |
| Televisión | |
| Inversión | \$17,328.56 |
| No. Spots | 169 |
| Grp's | 1284.76 |
| SUB-TOTAL TELEVISION | \$17,328.56 |
| Radio | |
| Inversión | \$3,154.96 |
| No. Cuñas | 444 |
| SUB-TOTAL RADIO | \$3,154.96 |
| Prensa | |
| Inversión | \$4,696.10 |
| N° de publicaciones | 2 |
| Medida | Página |
| Color | Full Color |
| Publicaciones Varias | |
| Inversión | |
| SUB-TOTAL PRENSA | \$4,696.10 |
| Parte Trasera de Bus | |
| Inversión | |
| No. De Partes Traseras | |
| SUB-TOTAL TRASERA BUS | |
| TOTAL INVERSION | \$25,179.62 |

Costos incluyen IVA

Septiembre de 2004

Depto. de Medios

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
 TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com



033


MAXIMA PUBLICIDAD
 S.A. DE C.V.

6.2 PRESUPUESTO DE TELEVISION

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

034

 **MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.**

MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
PRESUPUESTO DE TELEVISION

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
 Producto : EVENTOS
 Campaña : EVENTOS
 Período : Del: 15/10/2004 Al: 14/11/2004
 Versión : (a) - 100% - EVENTOS 30"

Target : HOMBRES-MUJERES 18-65 AÑOS BCDE
 Universo : 2,017.010
 Fuente : RIVERA RESEARCH
 Estudio : 08/2004

Fecha : 30/09/2004
 Página : 1
 No. : SECRV

| FORMA DE CONTRATACION | VERSION | HORA DE - A | FECHAS | SXD | TOTAL DIAS SPOTS | COSTO x SPOTS | COSTO TOTAL | TARGET RATING | T-GRP'S | C x PR | COSTO X-MIL | ALCANCE | IMPACTOS |
|-------------------------|---------|----------------|----------------|-----|---------------------|------------------|-----------------|------------------|---------------|--------------|----------------|---------------|-----------------|
| CANAL DOS | | | | | | | | | | | | | |
| PAQUETE ALTA FRECUENCIA | EVENTOS | 30" | 12:00-18:00 | 2 | | 120.00 | 5,760.00 | | | | | | |
| | | | LU 18,25/10 | | 2 | 4 | | 9.57 | 38.28 | 12.54 | 0.6 | 193.03 | 772.11 |
| | | | LU 1,8/11 | | 2 | 4 | | 9.57 | 38.28 | 12.54 | 0.6 | 193.03 | 772.11 |
| | | | MA 19,26/10 | | 2 | 4 | | 10.94 | 43.76 | 10.97 | 0.5 | 220.66 | 882.64 |
| | | | MA 2,9/11 | | 2 | 4 | | 10.94 | 43.76 | 10.97 | 0.5 | 220.66 | 882.64 |
| | | | MI 20,27/10 | | 2 | 4 | | 11.67 | 46.68 | 10.28 | 0.5 | 235.39 | 941.54 |
| | | | MI 3,10/11 | | 2 | 4 | | 11.67 | 46.68 | 10.28 | 0.5 | 235.39 | 941.54 |
| | | | JU 21,28/10 | | 2 | 4 | | 10.47 | 41.88 | 11.46 | 0.6 | 211.18 | 844.73 |
| | | | JU 4,11/11 | | 2 | 4 | | 10.47 | 41.88 | 11.46 | 0.6 | 211.18 | 844.73 |
| | | | VI 15,22,29/10 | | 3 | 6 | | 9.17 | 55.02 | 13.09 | 0.6 | 184.96 | 1109.76 |
| | | | VI 5,12/11 | | 2 | 4 | | 9.17 | 36.68 | 13.09 | 0.6 | 184.96 | 739.84 |
| | | | SA 16,23/10 | | 2 | 4 | | 8.81 | 35.24 | 13.62 | 0.7 | 177.70 | 710.80 |
| | | | SA 6/11 | | 1 | 2 | | 8.81 | 17.62 | 13.62 | 0.7 | 177.70 | 355.40 |
| PAQUETE ALTA FRECUENCIA | EVENTOS | 30" | 12:00-19:00 | 1 | | 120.00 | 240.00 | | | | | | |
| | | | LU 18/10 | | 1 | 1 | | 9.79 | 9.79 | 12.26 | 0.6 | 197.47 | 197.47 |
| | | | VI 15/10 | | 1 | 1 | | 9.26 | 9.26 | 12.96 | 0.6 | 186.78 | 186.78 |
| TOTAL CANAL DOS | | | | | 50 | 120.00 | 6,000.00 | 10.10 | 504.81 | 11.89 | 0.60 | 203.64 | 10182.08 |
| CANAL SEIS | | | | | | | | | | | | | |
| EXITOS DEL SABADO I | EVENTOS | 30" | 12:30-15:00 | 1 | | 86.25 | 345.00 | | | | | | |
| | | | SA 16,23,30/10 | | 3 | 3 | | 14.78 | 44.34 | 5.84 | 0.3 | 298.11 | 894.34 |
| | | | SA 6/11 | | 1 | 1 | | 14.78 | 14.78 | 5.84 | 0.3 | 298.11 | 298.11 |
| EXITOS DEL SABADO II | EVENTOS | 30" | 15:00-17:00 | 1 | | 86.25 | 345.00 | | | | | | |
| | | | SA 23,30/10 | | 2 | 2 | | 13.58 | 27.16 | 6.35 | 0.3 | 273.91 | 547.82 |
| | | | SA 6,13/11 | | 2 | 2 | | 13.58 | 27.16 | 6.35 | 0.3 | 273.91 | 547.82 |
| MAÑANITAS TAPATIAS | EVENTOS | 30" | 09:00-10:00 | 2 | | 86.25 | 172.50 | | | | | | |
| EXITOS DEL DOMINGO I | EVENTOS | 30" | 12:30-15:00 | 1 | | 86.25 | 345.00 | | | | | | |
| | | | DO 17,24/10 | | 2 | 2 | | 12.00 | 24.00 | 7.19 | 0.4 | 242.04 | 484.08 |
| | | | DO 7,14/11 | | 2 | 2 | | 12.00 | 24.00 | 7.19 | 0.4 | 242.04 | 484.08 |
| EXITOS DEL DOMINGO II | EVENTOS | 30" | 15:00-17:00 | 1 | | 86.25 | 345.00 | | | | | | |
| | | | DO 24,31/10 | | 2 | 2 | | 11.39 | 22.78 | 7.57 | 0.4 | 229.74 | 459.48 |
| | | | DO 7,14/11 | | 2 | 2 | | 11.39 | 22.78 | 7.57 | 0.4 | 229.74 | 459.48 |
| PELICULA FAMILIAR | EVENTOS | 30" | 09:00-10:00 | 1 | | 86.25 | 172.50 | | | | | | |
| | | | DO 17/10 | | 1 | 1 | | 4.85 | 4.85 | 17.78 | 0.9 | 97.83 | 97.83 |
| | | | DO 7/11 | | 1 | 1 | | 4.85 | 4.85 | 17.78 | 0.9 | 97.83 | 97.83 |
| SERIE FAMILIARES | EVENTOS | 30" | 17:00-18:00 | 1 | | 86.25 | 690.00 | | | | | | |
| | | | LU 25/10 | | 1 | 1 | | 7.29 | 7.29 | 11.83 | 0.6 | 147.04 | 147.04 |

035
 de C.V.

MAXIMA
 PUBLICIDAD
 de C.V.

[Firma]

0000220

MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
PRESUPUESTO DE TELEVISION

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
 Producto : EVENTOS
 Campaña : EVENTOS
 Período : Del: 15/10/2004 Al: 14/11/2004
 Versión : (a) - 100% - EVENTOS 30"

Target : HOMBRES-MUJERES 18-65 AÑOS BCDE
 Universo : 2,017.010
 Fuente : RIVERA RESEARCH
 Estudio : 08/2004

Fecha : 30/09/2004
 Página : 2
 No. : SECRV

| FORMA DE CONTRATACION | VERSION | HORA DE - A | FECHAS | SXD | TOTAL DIAS SPOTS | COSTO x SPOTS | COSTO TOTAL | TARGET RATING | T-6RP'S | C x PR | COSTO X-MIL | ALCANCE | IMPACTOS | | |
|-----------------------|---------|----------------|-------------|-----|---------------------|------------------|----------------|------------------|---------|--------|----------------|---------|----------|--------|--------|
| TELEHITS | EVENTOS | 30" | 16:00-17:00 | 1 | 1 | 1 | 86.25 | 690.00 | 7.29 | 7.29 | 11.83 | 0.6 | 147.04 | 147.04 | |
| | | | | | MA 19/10 | 1 | | | 1 | 9.81 | 9.81 | 8.79 | 0.4 | 197.87 | 197.87 |
| | | | | | MA 2/11 | 1 | | | 1 | 9.81 | 9.81 | 8.79 | 0.4 | 197.87 | 197.87 |
| | | | | | MI 10/11 | 1 | | | 1 | 12.06 | 12.06 | 7.15 | 0.4 | 243.25 | 243.25 |
| | | | | | JU 21/10 | 1 | | | 1 | 12.34 | 12.34 | 6.99 | 0.3 | 248.90 | 248.90 |
| | | | | | VI 15,29/10 | 2 | | | 2 | 11.08 | 22.16 | 7.78 | 0.4 | 223.49 | 446.97 |
| | | | | | LU 18/10 | 1 | | | 1 | 4.25 | 4.25 | 20.29 | 1.0 | 85.72 | 85.72 |
| | | | | | MA 26/10 | 1 | | | 1 | 4.95 | 4.95 | 17.42 | 0.9 | 99.84 | 99.84 |
| | | | | | MA 9/11 | 1 | | | 1 | 4.95 | 4.95 | 17.42 | 0.9 | 99.84 | 99.84 |
| | | | | | MI 20/10 | 1 | | | 1 | 3.81 | 3.81 | 22.64 | 1.1 | 76.85 | 76.85 |
| LOS POLIVOCES | EVENTOS | 30" | 13:00-13:30 | 1 | 1 | 1 | 86.25 | 690.00 | 4.25 | 4.25 | 20.29 | 1.0 | 85.72 | 85.72 | |
| | | | | | MA 26/10 | 1 | | | 1 | 4.95 | 4.95 | 17.42 | 0.9 | 99.84 | 99.84 |
| | | | | | MA 9/11 | 1 | | | 1 | 4.95 | 4.95 | 17.42 | 0.9 | 99.84 | 99.84 |
| | | | | | MI 20/10 | 1 | | | 1 | 3.81 | 3.81 | 22.64 | 1.1 | 76.85 | 76.85 |
| | | | | | MI 3/11 | 1 | | | 1 | 3.81 | 3.81 | 22.64 | 1.1 | 76.85 | 76.85 |
| | | | | | JU 28/10 | 1 | | | 1 | 5.97 | 5.97 | 14.45 | 0.7 | 120.42 | 120.42 |
| | | | | | JU 11/11 | 1 | | | 1 | 5.97 | 5.97 | 14.45 | 0.7 | 120.42 | 120.42 |
| | | | | | VI 5/11 | 1 | | | 1 | 3.67 | 3.67 | 23.50 | 1.2 | 74.02 | 74.02 |
| | | | | | LU 25/10 | 1 | | | 1 | 8.39 | 8.39 | 10.28 | 0.5 | 169.23 | 169.23 |
| | | | | | MA 19/10 | 1 | | | 1 | 8.29 | 8.29 | 10.40 | 0.5 | 167.21 | 167.21 |
| TOTAL CANAL SEIS | | | | | 44 | 86.25 | 3,795.00 | 9.09 | 400.14 | 9.48 | 0.50 | 183.43 | 8070.88 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| SERIES PRIME TIME | EVENTOS | 30" | 20:00-21:00 | 1 | | | 60.00 | 300.00 | 6.22 | 6.22 | 9.65 | 0.5 | 125.46 | 125.46 | |
| | | | | | MA 2/11 | 1 | | | 1 | 5.25 | 5.25 | 11.43 | 0.6 | 105.89 | 105.89 |
| | | | | | MI 27/10 | 1 | | | 1 | 6.33 | 6.33 | 9.48 | 0.5 | 127.68 | 127.68 |
| | | | | | JU 21/10 | 1 | | | 1 | 6.33 | 6.33 | 9.48 | 0.5 | 127.68 | 127.68 |
| | | | | | JU 11/11 | 1 | | | 1 | 6.33 | 6.33 | 9.48 | 0.5 | 127.68 | 127.68 |
| MADRES | EVENTOS | 30" | 19:00-20:00 | 1 | 1 | 1 | 60.00 | 600.00 | 5.80 | 5.80 | 10.34 | 0.5 | 116.99 | 116.99 | |
| | | | | | VI 29/10 | 1 | | | 1 | 5.80 | 5.80 | 10.34 | 0.5 | 116.99 | 116.99 |
| | | | | | LU 25/10 | 1 | | | 1 | 6.25 | 6.25 | 9.60 | 0.5 | 126.06 | 126.06 |
| | | | | | LU 8/11 | 1 | | | 1 | 6.25 | 6.25 | 9.60 | 0.5 | 126.06 | 126.06 |
| | | | | | MA 19/10 | 1 | | | 1 | 4.06 | 4.06 | 14.78 | 0.7 | 81.89 | 81.89 |
| | | | | | MA 2/11 | 1 | | | 1 | 4.06 | 4.06 | 14.78 | 0.7 | 81.89 | 81.89 |
| | | | | | MI 27/10 | 1 | | | 1 | 4.19 | 4.19 | 14.32 | 0.7 | 84.51 | 84.51 |
| | | | | | MI 10/11 | 1 | | | 1 | 4.19 | 4.19 | 14.32 | 0.7 | 84.51 | 84.51 |
| | | | | | JU 21/10 | 1 | | | 1 | 5.25 | 5.25 | 11.43 | 0.6 | 105.89 | 105.89 |
| | | | | | | | | | | | | | | | |

MAXIMA
PUBLICIDAD

17770000

MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
PRESUPUESTO DE TELEVISION

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
 Producto : EVENTOS
 Campaña : EVENTOS
 Período : Del: 15/10/2004 Al: 14/11/2004
 Versión : (a) - 100% - EVENTOS 30"

Target : HOMBRES-MUJERES 18-65 AÑOS BCDE
 Universo : 2,017.010
 Fuente : RIVERA RESEARCH
 Estudio : 08/2004

Fecha : 30/09/2004
 Página : 3
 No. : SECRV

| FORMA DE CONTRATACION | VERSION | HORA DE - A | FECHAS | SXD | TOTAL DIAS SPOTS | COSTO x SPOTS | COSTO TOTAL | TARGET RATING | T-GRP'S | C x PR | COSTO X-MIL | ALCANCE | IMPACTOS |
|-----------------------|---------|----------------|----------------|-----|---------------------|------------------|----------------|------------------|---------|--------|----------------|---------|----------|
| TOTAL CANAL AGAPE | | | JU 4/11 | | 1 | 1 | | 5.25 | 5.25 | 11.43 | 0.6 | 105.89 | 105.89 |
| | | | VI 29/10 | | 1 | 1 | | 4.16 | 4.16 | 14.42 | 0.7 | 83.91 | 83.91 |
| | | | VI 12/11 | | 1 | 1 | | 4.16 | 4.16 | 14.42 | 0.7 | 83.91 | 83.91 |
| | | | | | 15 | 60.00 | 900.00 | 5.18 | 77.75 | 11.58 | 0.60 | 104.55 | 1568.23 |
| TV 12 | | | | | | | | | | | | | |
| HECHOS AM | EVENTOS | 30" | 06:00-07:00 | 1 | | 70.00 | 280.00 | | | | | | |
| | | | LU 25/10 | | 1 | 1 | | | | | | | |
| | | | MA 19/10 | | 1 | 1 | | 4.55 | 4.55 | 15.38 | 0.8 | 91.77 | 91.77 |
| | | | JU 4/11 | | 1 | 1 | | 5.25 | 5.25 | 13.33 | 0.7 | 105.89 | 105.89 |
| | | | VI 15/10 | | 1 | 1 | | 6.25 | 6.25 | 11.20 | 0.6 | 126.06 | 126.06 |
| HOLA EL SALVADOR | EVENTOS | 30" | 08:00-10:00 | 1 | | 70.00 | 280.00 | | | | | | |
| | | | LU 1/11 | | 1 | 1 | | 4.25 | 4.25 | 16.47 | 0.8 | 85.72 | 85.72 |
| | | | MA 9/11 | | 1 | 1 | | 5.22 | 5.22 | 13.41 | 0.7 | 105.29 | 105.29 |
| | | | MI 27/10 | | 1 | 1 | | 4.07 | 4.07 | 17.20 | 0.9 | 82.09 | 82.09 |
| | | | JU 21/10 | | 1 | 1 | | 4.25 | 4.25 | 16.47 | 0.8 | 85.72 | 85.72 |
| LA HEREDERA | EVENTOS | 30" | 21:00-22:00 | 1 | | 70.00 | 280.00 | | | | | | |
| | | | LU 18/10 | | 1 | 1 | | 4.65 | 4.65 | 15.05 | 0.7 | 93.79 | 93.79 |
| | | | MI 3/11 | | 1 | 1 | | 8.04 | 8.04 | 8.71 | 0.4 | 162.17 | 162.17 |
| | | | JU 11/11 | | 1 | 1 | | 6.83 | 6.83 | 10.25 | 0.5 | 137.76 | 137.76 |
| | | | VI 22/10 | | 1 | 1 | | 5.50 | 5.50 | 12.73 | 0.6 | 110.94 | 110.94 |
| HECHOS MD | EVENTOS | 30" | 13:00-13:30 | 1 | | 70.00 | 280.00 | | | | | | |
| | | | LU 8/11 | | 1 | 1 | | 4.43 | 4.43 | 15.80 | 0.8 | 89.35 | 89.35 |
| | | | MA 19/10 | | 1 | 1 | | 8.82 | 8.82 | 7.94 | 0.4 | 177.90 | 177.90 |
| | | | VI 22,29/10 | | 2 | 2 | | 6.73 | 13.46 | 10.40 | 0.5 | 135.74 | 271.49 |
| HECHOS ESTELAR | EVENTOS | 30" | 20:00-21:00 | 1 | | 70.00 | 420.00 | | | | | | |
| | | | LU 18/10 | | 1 | 1 | | | | | | | |
| | | | LU 1,8/11 | | 2 | 2 | | | | | | | |
| | | | MA 26/10 | | 1 | 1 | | 8.00 | 8.00 | 8.75 | 0.4 | 161.36 | 161.36 |
| | | | JU 28/10 | | 1 | 1 | | 7.93 | 7.93 | 8.83 | 0.4 | 159.95 | 159.95 |
| | | | VI 12/11 | | 1 | 1 | | 6.93 | 6.93 | 10.10 | 0.5 | 139.78 | 139.78 |
| EL OJO DEL HURACAN | EVENTOS | 30" | 20:00-21:00 | 1 | | 70.00 | 350.00 | | | | | | |
| | | | SA 16,23,30/10 | | 3 | 3 | | 5.27 | 15.81 | 13.28 | 0.7 | 106.30 | 318.89 |
| | | | SA 6,13/11 | | 2 | 2 | | 5.27 | 10.54 | 13.28 | 0.7 | 106.30 | 212.59 |
| PIZARRON DEPORTIVO | EVENTOS | 30" | 18:30-19:00 | 1 | | 70.00 | 350.00 | | | | | | |
| | | | DO 17,24,31/10 | | 3 | 3 | | 5.06 | 15.18 | 13.83 | 0.7 | 102.06 | 306.18 |
| | | | DO 7,14/11 | | 2 | 2 | | 5.06 | 10.12 | 13.83 | 0.7 | 102.06 | 204.12 |
| HISTORIAS ENGAZADAS | EVENTOS | 30" | 19:00-20:00 | 1 | | 70.00 | 350.00 | | | | | | |
| | | | SA 16,23,30/10 | | 3 | 3 | | 5.32 | 15.96 | 13.16 | 0.7 | 107.31 | 321.92 |
| | | | SA 6,13/11 | | 2 | 2 | | 5.32 | 10.64 | 13.16 | 0.7 | 107.31 | 214.61 |

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

037

MAXIMA
PUBLICIDAD

[Signature]

0000222

**MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
PRESUPUESTO DE TELEVISION**

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
Producto : EVENTOS
Campaña : EVENTOS
Periodo : Del: 15/10/2004 Al: 14/11/2004
Versión : (a) - 100% - EVENTOS 30"

Target : HOMBRES-MUJERES 18-65 AÑOS BCDE
Universo : 2,017.010
Fuente : RIVERA RESEARCH
Estudio : 08/2004

Fecha : 30/09/2004
Página : 4
No. : SECRV

| FORMA DE CONTRATACION | VERSION | HORA DE - A | FECHAS | SXD | TOTAL DIAS SPOTS | COSTO x SPOTS | COSTO TOTAL | TARGET RATING | T-GRP'S | C x PR | COSTO X-MIL | ALCANCE | IMPACTOS |
|----------------------------|---------|----------------|-------------|-----|---------------------|------------------|----------------|------------------|---------|--------|----------------|---------|----------|
| SERIES PRIME TIME | EVENTOS | 30" | 19:00-20:00 | 1 | | 70.00 | 420.00 | | | | | | |
| | | | LU 25/10 | | 1 | 1 | | 5.66 | 5.66 | 12.37 | 0.6 | 114.16 | 114.16 |
| | | | MA 19/10 | | 1 | 1 | | 5.36 | 5.36 | 13.06 | 0.6 | 108.11 | 108.11 |
| | | | MA 27/11 | | 1 | 1 | | 5.36 | 5.36 | 13.06 | 0.6 | 108.11 | 108.11 |
| | | | MI 27/10 | | 1 | 1 | | 7.83 | 7.83 | 8.94 | 0.4 | 157.93 | 157.93 |
| | | | MI 10/11 | | 1 | 1 | | 7.83 | 7.83 | 8.94 | 0.4 | 157.93 | 157.93 |
| | | | JU 4/11 | | 1 | 1 | | 7.49 | 7.49 | 9.35 | 0.5 | 151.07 | 151.07 |
| TOTAL TV 12 | | | | | 43 | 70.00 | 3,010.00 | 5.26 | 226.21 | 13.31 | 0.70 | 106.11 | 4562.69 |
| CANAL 21 | | | | | | | | | | | | | |
| NOTICIERO MEGAVISION MD | EVENTOS | 30" | 13:00-13:30 | 1 | | 70.00 | 630.00 | | | | | | |
| | | | LU 1/11 | | 1 | 1 | | 4.25 | 4.25 | 16.47 | 0.8 | 85.72 | 85.72 |
| | | | MA 26/10 | | 1 | 1 | | 5.88 | 5.88 | 11.90 | 0.6 | 118.60 | 118.60 |
| | | | MA 9/11 | | 1 | 1 | | 5.88 | 5.88 | 11.90 | 0.6 | 118.60 | 118.60 |
| | | | MI 20/10 | | 1 | 1 | | 7.06 | 7.06 | 9.92 | 0.5 | 142.40 | 142.40 |
| | | | MI 3/11 | | 1 | 1 | | 7.06 | 7.06 | 9.92 | 0.5 | 142.40 | 142.40 |
| | | | JU 28/10 | | 1 | 1 | | 8.89 | 8.89 | 7.87 | 0.4 | 179.31 | 179.31 |
| | | | JU 11/11 | | 1 | 1 | | 8.89 | 8.89 | 7.87 | 0.4 | 179.31 | 179.31 |
| | | | VI 22/10 | | 1 | 1 | | 7.59 | 7.59 | 9.22 | 0.5 | 153.09 | 153.09 |
| | | | VI 5/11 | | 1 | 1 | | 7.59 | 7.59 | 9.22 | 0.5 | 153.09 | 153.09 |
| TOTAL CANAL 21 | | | | | 9 | 70.00 | 630.00 | 7.01 | 63.09 | 9.99 | 0.50 | 141.39 | 1272.53 |
| CANAL 33 TECNOVISION | | | | | | | | | | | | | |
| NOTICIERO ESTELAR | EVENTOS | 30" | 19:00-20:00 | 1 | | 125.00 | 1,000.00 | | | | | | |
| | | | LU 18/10 | | 1 | 1 | | 1.25 | 1.25 | 100.00 | 5.0 | 25.21 | 25.21 |
| | | | LU 1/11 | | 1 | 1 | | 1.25 | 1.25 | 100.00 | 5.0 | 25.21 | 25.21 |
| | | | MA 26/10 | | 1 | 1 | | 2.22 | 2.22 | 56.31 | 2.8 | 44.78 | 44.78 |
| | | | MA 9/11 | | 1 | 1 | | 2.22 | 2.22 | 56.31 | 2.8 | 44.78 | 44.78 |
| | | | MI 20/10 | | 1 | 1 | | 1.66 | 1.66 | 75.30 | 3.7 | 33.48 | 33.48 |
| | | | MI 3/11 | | 1 | 1 | | 1.66 | 1.66 | 75.30 | 3.7 | 33.48 | 33.48 |
| | | | JU 28/10 | | 1 | 1 | | 1.25 | 1.25 | 100.00 | 5.0 | 25.21 | 25.21 |
| | | | JU 11/11 | | 1 | 1 | | 1.25 | 1.25 | 100.00 | 5.0 | 25.21 | 25.21 |
| TOTAL CANAL 33 TECNOVISION | | | | | 8 | 125.00 | 1,000.00 | 1.60 | 12.76 | 78.37 | 3.90 | 32.17 | 257.37 |

MAXIMA PUBLICIDAD S.A de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD S.A de C.V.



0000223

**MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
PRESUPUESTO DE TELEVISION**

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
Producto : EVENTOS
Campaña : EVENTOS
Período : Del: 15/10/2004 Al: 14/11/2004
Versión : (a) - 100% - EVENTOS 30"

Target : HOMBRES-MUJERES 18-65 AÑOS BCDE
Universo : 2,017.010
Fuente : RIVERA RESEARCH
Estudio : 08/2004

Fecha : 30/09/2004
Página : 5
No. : SECRV

| FORMA DE CONTRATACION | VERSION | HORA DE - A | FECHAS | SXD | TOTAL DIAS SPOTS | COSTO x SPOTS | COSTO TOTAL | TARGET RATING | T-GRP'S | C x PR | COSTO X-MIL | ALCANCE | IMPACTOS |
|--|---------|----------------|--------|-----|---------------------|------------------|------------------------------------|------------------|---------|--------|----------------|---------|----------|
| TOTAL INVERSION I V A GRAN TOTAL | | | | | 169 | 90.74 | 15,335.00 1,993.56 17,328.56 | 7.60 | 1284.76 | 11.94 | 0.60 | 153.34 | 25913.78 |

PLANIFICADOR/EJECUTIVO DE MEDIOS

EJECUTIVO DE CUENTAS

CLIENTE

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

039

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.



0000224

MAXIMA PUBLICIDAD AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Mapa de Compra de Televisión / Cine

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
 Producto : EVENTOS
 Campaña : EVENTOS
 Período : Del: 15/10/2004 Al: 14/11/2004
 Versión : EVENTOS

30" 100% (a)

Target : HOMBRES-MUJERES 18-65 AROS BCDE
 Universo : 2,017.010
 Fuente : RIVERA RESEARCH
 Estudio : 08/2004

Fecha : 30/09/2004
 Página : 1
 No. : SECRTV

| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO | DOMINGO | WTRP'S/ SPOTS |
|---|---|---|---|--|--|---|------------------|
| | | | | 15/10 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-17:00-SERIES FAMILIARES (1)06-13:00-LOS POLIVOCES (1)12-06:00-HECHOS AM (6)-TOTAL 49.8 | 16/10 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-12:30-EXITOS DEL SABADO (1)12-20:00-EL OJO DEL HURACA (1)12-19:00-HISTORIAS ENGARZA (5)-TOTAL 42.9 | 17/10 (1)06-12:30-EXITOS DEL DOMINGO (1)06-09:00-PELICULA FAMILIAR (1)12-18:30-PIZARRON DEPORTIV (3)-TOTAL 21.9 | 114.70 14 |
| 18/10 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-16:00-TELEHITS (1)12-21:00-LA HEREDERA (1)12-20:00-HECHOS ESTELAR (1)33-19:00-NOTICIERO ESTELAR (7)-TOTAL 39.0 | 19/10 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-17:00-SERIES FAMILIARES (1)06-13:00-LOS POLIVOCES (1)08-19:00-MADRES (1)12-06:00-HECHOS AM (1)12-13:00-HECHOS MD (1)12-19:00-SERIES PRIME TIME (8)-TOTAL 62.7 | 20/10 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-16:00-TELEHITS (1)21-13:00-NOTICIERO MEGAVIS (1)33-19:00-NOTICIERO ESTELAR (5)-TOTAL 35.8 | 21/10 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-17:00-SERIES FAMILIARES (1)06-13:00-LOS POLIVOCES (1)08-20:00-SERIES PRIME TIME (1)08-19:00-MADRES (1)12-08:00-HOLA EL SALVADOR (7)-TOTAL 56.8 | 22/10 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)12-21:00-LA HEREDERA (1)12-13:00-HECHOS MD (1)21-13:00-NOTICIERO MEGAVIS (1)08-19:00-MADRES (1)12-08:00-HOLA EL SALVADOR (5)-TOTAL 38.1 | 23/10 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-12:30-EXITOS DEL SABADO (1)06-15:00-EXITOS DEL SABADO (1)12-20:00-EL OJO DEL HURACA (1)12-19:00-HISTORIAS ENGARZA (6)-TOTAL 56.5 | 24/10 (1)06-12:30-EXITOS DEL DOMINGO (1)06-15:00-EXITOS DEL DOMINGO (1)12-18:30-PIZARRON DEPORTIV (3)-TOTAL 28.4 | 317.71 41 |
| 25/10 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-17:00-SERIES FAMILIARES (1)06-13:00-LOS POLIVOCES (1)08-19:00-MADRES (1)12-06:00-HECHOS AM (1)12-19:00-SERIES PRIME TIME (7)-TOTAL 46.7 | 26/10 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-16:00-TELEHITS (1)12-20:00-HECHOS ESTELAR (1)21-13:00-NOTICIERO MEGAVIS (1)33-19:00-NOTICIERO ESTELAR (6)-TOTAL 42.9 | 27/10 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-13:00-LOS POLIVOCES (1)08-20:00-SERIES PRIME TIME (1)08-19:00-MADRES (1)12-08:00-HOLA EL SALVADOR (1)12-19:00-SERIES PRIME TIME (7)-TOTAL 51.5 | 28/10 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-16:00-TELEHITS (1)12-20:00-HECHOS ESTELAR (1)21-13:00-NOTICIERO MEGAVIS (1)33-19:00-NOTICIERO ESTELAR (5)-TOTAL 44.9 | 29/10 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-17:00-SERIES FAMILIARES (1)06-13:00-LOS POLIVOCES (1)08-20:00-SERIES PRIME TIME (1)08-19:00-MADRES (1)12-13:00-HECHOS MD (7)-TOTAL 50.9 | 30/10 (1)06-12:30-EXITOS DEL SABADO (1)06-15:00-EXITOS DEL SABADO (1)12-20:00-EL OJO DEL HURACA (1)12-19:00-HISTORIAS ENGARZA (4)-TOTAL 38.9 | 31/10 (1)06-15:00-EXITOS DEL DOMINGO (1)12-18:30-PIZARRON DEPORTIV (2)-TOTAL 16.4 | 292.59 39 |
| 01/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)12-08:00-HOLA EL SALVADOR (1)12-20:00-HECHOS ESTELAR (1)21-13:00-NOTICIERO MEGAVIS (1)33-19:00-NOTICIERO ESTELAR (6)-TOTAL 28.8 | 02/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-17:00-SERIES FAMILIARES (1)08-20:00-SERIES PRIME TIME (1)08-19:00-MADRES (1)12-19:00-SERIES PRIME TIME (6)-TOTAL 47.3 | 03/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-16:00-TELEHITS (1)12-21:00-LA HEREDERA (1)21-13:00-NOTICIERO MEGAVIS (1)33-19:00-NOTICIERO ESTELAR (6)-TOTAL 43.9 | 04/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)08-19:00-MADRES (1)12-06:00-HECHOS AM (1)12-19:00-SERIES PRIME TIME (5)-TOTAL 38.9 | 05/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-16:00-TELEHITS (1)21-13:00-NOTICIERO MEGAVIS (4)-TOTAL 29.6 | 06/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-12:30-EXITOS DEL SABADO (1)06-15:00-EXITOS DEL SABADO (1)12-20:00-EL OJO DEL HURACA (1)12-19:00-HISTORIAS ENGARZA (5)-TOTAL 56.5 | 07/11 (1)06-12:30-EXITOS DEL DOMINGO (1)06-15:00-EXITOS DEL DOMINGO (1)06-09:00-PELICULA FAMILIAR (1)12-18:30-PIZARRON DEPORTIV (4)-TOTAL 33.3 | 278.53 37 |
| 08/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-17:00-SERIES FAMILIARES (1)08-19:00-MADRES (1)12-13:00-HECHOS MD (1)12-20:00-HECHOS ESTELAR (6)-TOTAL 40.0 | 09/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-16:00-TELEHITS (1)06-13:00-LOS POLIVOCES (1)12-08:00-HOLA EL SALVADOR (1)21-13:00-NOTICIERO MEGAVIS (1)33-19:00-NOTICIERO ESTELAR | 10/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-17:00-SERIES FAMILIARES (1)08-19:00-MADRES (1)12-19:00-SERIES PRIME TIME | 11/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)06-16:00-TELEHITS (1)06-13:00-LOS POLIVOCES (1)08-20:00-SERIES PRIME TIME (1)12-21:00-LA HEREDERA (1)21-13:00-NOTICIERO MEGAVIS | 12/11 (2)02-12:00-PAQUETE ALTA FREC (1)08-19:00-MADRES (1)12-20:00-HECHOS ESTELAR | 13/11 (1)06-15:00-EXITOS DEL SABADO (2)06-09:00-MARANITAS TAPATIA (1)12-20:00-EL OJO DEL HURACA (1)12-19:00-HISTORIAS ENGARZA | 14/11 (1)06-12:30-EXITOS DEL DOMINGO (1)06-15:00-EXITOS DEL DOMINGO (1)12-18:30-PIZARRON DEPORTIV | 281.23 38 |

MAXIMA
PUBLICIDAD

000022

MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Mapa de Compra de Televisión / Cine

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
 Producto : EVENTOS
 Campaña : EVENTOS
 Período : Del: 15/10/2004 Al: 14/11/2004
 Versión : EVENTOS

30" 100% (a)

Target : HOMBRES-MUJERES 18-65 AÑOS BCDE
 Universo : 2.017.010
 Fuente : RIVERA RESEARCH
 Estudio : 08/2004

Fecha : 30/09/2004
 Página : 2
 No. : SECR TV

| LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO | DOMINGO | WTRPTS/ SPOTS |
|----------------|----------------|----------------|---|----------------|----------------|----------------|------------------|
| (6)-TOTAL 37.1 | (7)-TOTAL 48.4 | (5)-TOTAL 47.4 | (1)33-19:00-NOTICIERO ESTELAR (6)-TOTAL 57.9 | (4)-TOTAL 29.4 | (5)-TOTAL 32.4 | (3)-TOTAL 28.4 | |

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.

041

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.



0000226

6.3 PRESUPUESTO DE PRENSA

042

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com


**MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.**

MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
PRESUPUESTO DE PRENSA Y REVISTAS

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
 Producto : EVENTOS
 Campaña : EVENTOS
 Periodo : Del: 15/10/2004 Al: 14/11/2004

Fecha : 30/09/2004
 Página : 1
 No. : SECRE1

| MEDIO / POSICION | VERSION | FECHAS | COLOR | TAMANO | TOTAL INS | TARIFA x " | % REC. | BONIFICACION % | VALOR | COSTO x INS. | COSTO TOTAL |
|--|---------|----------|------------|-----------------|--------------|---------------|--------|-------------------|--------|-----------------|--------------------------------|
| EL DIARIO DE HOY | SECRET | LU 18/10 | FULL COLOR | 6.00Co1 x13.00" | | | | | | | |
| PAIS IMPAR | | | | | 1 | 16.00 | 70.00 | 10.00 | 190.94 | 1,909.44 | 1,909.44 |
| TOTAL EL DIARIO DE HOY | | | | | 1 | | | | | | 1,909.44 |
| LA PRENSA GRAFICA | SECRET | LU 25/10 | FULL COLOR | 6.00Co1 x13.00" | | | | | | | |
| SUCESOS PAR | | | | | 1 | 16.00 | 100.00 | 10.00 | 224.64 | 2,246.40 | 2,246.40 |
| TOTAL LA PRENSA GRAFICA | | | | | 1 | | | | | | 2,246.40 |
| TOTAL INVERSION I V A GRAN TOTAL | | | | | 2 | | | | | 2,077.92 | 4,155.84 540.26 4,696.10 |

PLANIFICADOR/EJECUTIVO DE MEDIOS

EJECUTIVO DE CUENTAS

CLIENTE

043

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.




0000228

6.4 PRESUPUESTO DE RADIO

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

044

 MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

**MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
PRESUPUESTO DE RADIO**

Cliente : SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
Producto : EVENTOS
Campaña : EVENTOS
Periodo : Del: 15/10/2004 Al: 14/11/2004
Versión : (a) - 100% - SECRETARIA NACIONAL DE LA REPUB 30"

Target : HOMBRES-MUJERES 18-65 AÑOS RCDE
Universo : 1,559.860
Fuente : RIVERA RESEARCH
Estudio : 07/2004

Fecha : 30/09/2004
Página : 1
No. : SECRER

| LOCACION | FORMA DE CONTRATACION | VERSION | HORA DE - A | FECHAS | SXD | +SB | T O T A L DIAS SPOTS +SB | COSTO x SPOTS | COSTO TOTAL | Z BONIF. | TARGET RATING | T-GRP'S | C x PR | COSTO X-MIL | UNIVERSO (000) | ALCANCE | IMPACTOS |
|----------------------|--|-----------------------|----------------|---|-----|-----|-----------------------------|------------------|----------------|-------------|------------------|---------|--------|----------------|-------------------|---------|----------|
| SAN SALVADOR | NIVEL NACIONAL | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | COOL DIAS ESPECIFICOS | SECRETARIA NACION 30" | 06:00-19:00 | Oct 16 18 20 22 26 28 Nov 01 03 05 07 09 11 13 | 8 | 4 | 13 104 52 | 7.00 | 728.00 | 50.00 | 2.36 | 368.16 | 1.98 | 0.1 | 1,559.860 | 36.81 | 5742.80 |
| SAN SALVADOR | RADIO LA QUE BUENA DIAS ESPECIFICOS | SECRETARIA NACION 30" | 06:00-19:00 | Oct 15 17 21 23 25 27 29 Nov 02 04 06 10 12 | 8 | 4 | 12 96 48 | 10.00 | 960.00 | 50.00 | 2.71 | 390.24 | 2.46 | 0.2 | 1,559.860 | 42.27 | 6087.21 |
| SAN SALVADOR | STERED SCAN DIAS ESPECIFICOS | SECRETARIA NACION 30" | 06:00-19:00 | Oct 15 17 19 21 25 27 29 Nov 02 04 06 10 12 | 8 | 4 | 12 96 48 | 11.50 | 1,104.00 | 50.00 | 2.93 | 421.92 | 2.62 | 0.2 | 1,559.860 | 45.70 | 6581.38 |
| TOTAL INVERSION US\$ | | | | | | | 296 148 | 6.29 | 2,792.00 | | 3.99 | 1180.32 | 2.37 | 0.20 | | 62.20 | 8411.39 |
| I V A | | | | | | | | | 362.96 | | | | | | | | |
| GRAN TOTAL US\$ | | | | | | | | | 3,154.96 | | | | | | | | |

PLANIFICADOR/EJECUTIVO DE MEDIOS

EJECUTIVO DE CUENTAS

CLIENTE

MAXIMA PUBLICIDAD S.A. de C.V.

045

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.



0000230

6.5 PRODUCCION CAMPAÑA EVENTOS

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

046



COSTOS DE PRODUCCIÓN**CLIENTE: Secretaría Nacional de la Familia****CAMPAÑAS: Eventos****PERIODO: OCTUBRE A DICIEMBRE 2004**

| CONCEPTO | CANTIDAD | COSTO |
|---|----------|-------------------|
| Diseño y arte digital de anuncios de prensa full color. | 1 | \$0.00 |
| Producción de comercial de televisión 30 ss. formato Betacam. | 1 | \$1,750.00 |
| Producción de cuña de radio 30 ss. | 1 | \$433.34 |
| TOTAL | | \$2,183.34 |

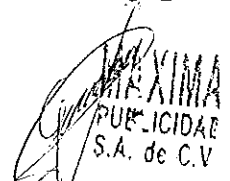
COSTOS INCLUYEN IVA

6.6 CONSOLIDADO CAMPAÑA EVENTOS

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

048


MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

CONSOLIDADO DE INVERSION CAMPAÑA EVENTOS

CLIENTE: Secretaría Nacional de la Familia
CAMPAÑAS: EVENTOS
PERIODO: OCTUBRE A DICIEMBRE 2004

| CONCEPTO | COSTO |
|-------------------------------|--------------------|
| Inversión total en medios | \$25,179.62 |
| Inversión total de producción | \$2,183.34 |
| TOTAL | \$27,362.96 |

COSTOS INCLUYEN IVA

049

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

7. PUBLICACIONES VARIAS

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

050

**MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.**

7.1 FLOWCHART DE MEDIOS

051

La Compañía de las Ideas

A handwritten signature in dark ink is written over a circular stamp. The stamp contains some text, including "EL SALVADOR" and "2004", but it is partially obscured by the signature.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

0000237

MEDIA FLOW CHART

CLIENTE: SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA

CAMPAÑAS: PUBLICACIONES VARIAS

PERIODO: OCTUBRE A DICIEMBRE 2004

| | 2004 |
|-------------------------|-------------------|
| | PUBLICAC. VARIAS |
| MEDIOS | |
| Prensa | |
| Inversión | |
| N° de publicaciones | |
| Medida | |
| Color | |
| Publicaciones Varias | |
| Inversión | \$2,300.00 |
| SUB-TOTAL PRENSA | \$2,300.00 |
| TOTAL INVERSION | \$2,300.00 |

Costos incluyen IVA

Septiembre de 2004

Depto. de Medios

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

052
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

8. FLOWCHART GENERAL

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

053

MAXIMA
PUBLICIDAD

MEDIA FLOW CHART

CLIENTE: SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA

CAMPAÑAS: EVENTOS, LOGROS Y ANUNCIOS VARIOS

PERIODO: OCTUBRE A DICIEMBRE 2004

| | 2004 | | | |
|------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|-------------------|--------------------|
| | EVENTOS | LOGROS | PUBLICAC. VARIAS | |
| MEDIOS | 15 de Octubre al 14 de Noviembre | 15 de Noviembre al 15 de Diciembre | | TOTAL |
| Televisión | | | | |
| Inversión | \$17,328.56 | \$17,314.89 | | \$34,643.45 |
| No. Spots | 169 | 160 | | 329 |
| Grp's | 1284.76 | 1316.11 | | 2600.87 |
| SUB-TOTAL TELEVISION | \$17,328.56 | \$17,314.89 | | \$34,643.45 |
| Radio | | | | |
| Inversión | \$3,154.96 | \$3,154.96 | | \$6,309.92 |
| No. Cuñas | 444 | 444 | | 888 |
| SUB-TOTAL RADIO | \$3,154.96 | \$3,154.96 | | \$6,309.92 |
| Prensa | | | | |
| Inversión | \$4,696.10 | \$14,088.30 | | \$18,784.40 |
| N° de publicaciones | 2 | 12 | | 14 |
| Medida | Página | Media Página | | |
| Color | Full Color | Full Color | | |
| Publicaciones Varias | | | | |
| Inversión | | | \$2,300.00 | \$2,300.00 |
| SUB-TOTAL PRENSA | \$4,696.10 | \$14,088.30 | \$2,300.00 | \$21,084.40 |
| Parte Trasera de Bus | | | | |
| Inversión | | \$2,940.00 | | \$2,940.00 |
| No. De Partes Traseras | | 12 | | 12 |
| SUB-TOTAL TRASERA BUS | | \$2,940.00 | | \$2,940.00 |
| TOTAL INVERSION | \$25,179.62 | \$37,498.15 | \$2,300.00 | \$64,977.77 |

Costos incluyen IVA

Septiembre de 2004

Depto. de Medios

054
MAXIMA PUBLICIDAD
S. de C. de C. V.
PUBL. de C. V.

0000239

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

9. COSTOS DE PRODUCCION GENERAL

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

055

COSTOS DE PRODUCCIÓN

CLIENTE: Secretaría Nacional de la Familia

CAMPAÑAS: Eventos, Logros, Anuncios Varios y Convivencias

PERIODO: OCTUBRE A DICIEMBRE 2004

| CONCEPTO | CANTIDAD | COSTO |
|---|----------|-------------------|
| Diseño y arte digital de anuncios de prensa full color. | 8 | \$0.00 |
| Producción de comercial de televisión 30 ss. formato Betacam. | 2 | \$3,500.00 |
| Producción de cuña de radio 30 ss. | 3 | \$1,300.00 |
| TOTAL | | \$4,800.00 |

COSTOS INCLUYEN IVA

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

056
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

10. CONSOLIDADO GENERAL DE INVERSION

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

057
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

CONSOLIDADO GENERAL DE INVERSIÓN

CLIENTE: Secretaría Nacional de la Familia
CAMPAÑAS: Eventos, Logros, Anuncios Varios y Convivencias
PERIODO: OCTUBRE A DICIEMBRE 2004

| CONCEPTO | COSTO |
|-------------------------------|--------------------|
| Inversión total en medios | \$64,977.77 |
| Inversión total de producción | \$4,800.00 |
| TOTAL | \$69,777.77 |

COSTOS INCLUYEN IVA

La Compañía de las Ideas

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

INDICE

OFERTA ECONOMICA (SOBRE 1)

| | |
|---|-----|
| 1. Carta de Presentación de Oferta..... | 1 |
| 2. Carta para Notificación..... | 3 |
| 3. Estrategia Creativa..... | 5 |
| 4. Estrategia de Comunicación..... | 8 |
| 5. Racional Creativo..... | 10 |
| 6. Desarrollo de Campañas..... | 12 |
| 6.1. Campaña Logros..... | 13 |
| 6.1.1. Prensa..... | 14 |
| 6.1.2. Portada Suplemento..... | 21 |
| 6.1.3. Valla/ Bus..... | 23 |
| 6.1.4. Televisión..... | 26 |
| 6.1.5. Radio..... | 32 |
| 6.2. Campaña Eventos..... | 35 |
| 6.2.1. Prensa | 36 |
| 6.2.2. Televisión..... | 38 |
| 6.2.3. Radio..... | 41 |
| 6.3. Publicaciones Varias..... | 43 |
| 7. Estrategia de medios..... | 45 |
| 8. Servicios de Mercadeo..... | 50 |
| 9. Detalle de Asociación Internacional..... | 53 |
| 10. Experiencia..... | 56 |
| 11. Currículums de personal asignado..... | 69 |
| 12. Presentación de Agencia..... | 117 |

La Compañía de las Ideas

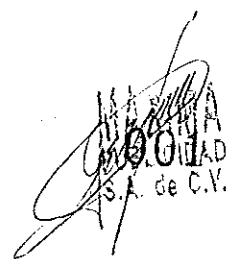
MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

1. CARTA PRESENTACIÓN DE OFERTA

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com


MAXIMA PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

San Salvador, 30 de septiembre de 2004

Señores
SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA
Presente

Estimados Señores:


Para Máxima CX Nazca Saatchi & Saatchi, cuya razón social es Máxima Publicidad S.A. de C.V., es muy grato presentar nuestra **PROPUESTA** para proveer "**SERVICIOS DE PUBLICIDAD PARA LA SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA PARA EL PERIODO DE OCTUBRE A DICIEMBRE DE 2004**", en la Producción y lanzamiento de Campaña Publicitaria Institucional "LOGROS", Campaña Publicitaria de "EVENTOS", Anuncios varios en prensa, Campaña Publicitaria "CONVIVENCIAS".

Declarando que conocemos todos los requerimientos legales de la presente licitación, que nos sometemos a ellos y a la ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública; así como que **aceptamos las CONDICIONES ESPECIALES**, indicadas en el numeral 14 de las presentes Bases de Licitación por invitación.

Estamos seguros que con nuestra Propuesta de servicios quedarán convencidos que somos su mejor opción para el manejo publicitario de sus proyectos.

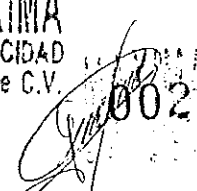
Deseosos de trabajar de Cerca de usted, nos despedimos.

Atentamente,


**MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.**
German Danilo Moreno Murillo
Representante Legal

La Compañía de las Ideas

**MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.**



2. CARTA PARA NOTIFICACIÓN

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

003
A
9

**PARA NOTIFICACIONES
ADJUNTAMOS NUESTROS DATOS**

Razón Social: MÁXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V.
Profesionales en Comunicación y Mercadeo

Dirección: 43 Av. Sur No. 429, Col. Flor Blanca, S.S.

Persona Contacto: Lissette Moreno de Burgos

Teléfono oficina: (503) 298-9088, 298-9089, 298-9090

Celular: 737-6036

Fax: (503) 298-1459, 298-9337

E-mail: liz@maximapublicidad.com
danilo@maximapublicidad.com
pedro@maximapublicidad.com

San Salvador, 30 de septiembre de 2004

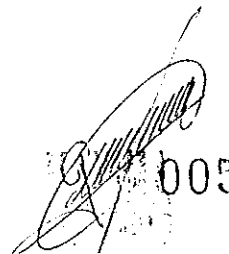
La Compañía de las Ideas

 0004

3. ESTRATEGIA CREATIVA

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

 005

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

MARCO DE REFERENCIA

La Secretaría Nacional de la Familia, a cuatro meses de gestión de la actual Primera Dama de la República, quien se desenvuelve además como la Secretaria Nacional de la Familia, ha venido trabajando arduamente a favor de los más necesitados, a través de diferentes obras. Todo ello como un reflejo de que el área social es de vital importancia para este Gobierno.

¿CUÁL ES NUESTRO RETO?

Fortalecer la imagen institucional de la Secretaría Nacional de la Familia, y de la funcionaria que la dirige, dando a conocer todas las obras que realiza.

¿A QUIÉN LE ESTAMOS HABLANDO?

A toda la población salvadoreña.

LA IDEA

El corazón del Gobierno, está en las obras que realiza la Secretaría, a través de su funcionaria.

Presentar a Doña Ana Ligia de Saca, Primera Dama de la República y Secretaria Nacional de la Familia, como protagonista.

Una persona de gran corazón, cercana, una mujer que entiende a su pueblo, porque viene del pueblo.

¿QUÉ CUALIDADES PUEDEN AYUDARNOS A LOGRAR EL RETO?

La Secretaría Nacional de la Familia posee diferentes programas:

- Escuela saludable
- Nutrición y desarrollo productivo
- Plan de acercamiento
- Programas para la mujer (ISDEMU)
- Atención a las personas con discapacidad
- Atención a personas adultas mayores
- Convenios
- Proyecto libro de convivencia
- Atención a la niñez y adolescencia (ISNA)
- Gestiones internacionales

La Compañía de las Ideas

AL FINAL:

Todo lo que realiza nuestro gobierno lo hace con sentido humano, mucho más lo que realiza la SNF, a través de su funcionaria, porque es como el corazón, cercano al necesitado.

RECOMENDACIONES:

Se sugiere:

- Elaborar una campaña de logros que englobe el quehacer de la Secretaría Nacional de la Familia, colocando a su funcionaria como figura principal.
- Se debe destacar a la Sra. de Saca, ya que ella representará el corazón del Gobierno.
- El hecho de que en esta gestión, la persona es primero, debe reflejarse en toda la comunicación de la SNF.
- Todo los materiales deben proyectar "calidez", "sentimentalismo" y a la vez inspirar confianza, para que los más necesitados sepan que pueden contar con alguien como Doña Ana Ligia de Saca.
- Se sugiere destacar los logros por grupos de personas: Todo lo que ha hecho por los niños, por la mujer, por los adultos mayores, etc. de forma separada, para dimensionar la obra y al mismo tiempo, poder contabilizar cuántas personas se están beneficiando.
- Adicional se recomienda la elaboración de un suplemento en los periódicos de mayor circulación, destinado a hablar sobre los logros de la SNF, a través de su funcionaria. Para ello se debe buscar el patrocinio de todas las Instituciones, ONG's, empresas, etc., que trabajan de la mano con la SNF.
- Además, se debe contar con material específico para ir actualizando las obras que realiza la funcionaria. Esto se logra mediante un comercial, donde tanto la entrada como la salida son la misma, y lo que se va variando es lo que se muestra en el resto del comercial.
- Lo mismo en el caso de prensa, se puede usar un diseño predeterminado.

La Compañía de las Ideas

4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

008
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:

Toda la comunicación deberá estar enmarcada en un concepto sombrilla, Doña Ana Ligia de Saca, funcionaria del SNF es el corazón de este Gobierno.
De esta forma se sugiere:

1. Lanzar una **CAMPAÑA DE LOGROS** en la cual se propone la elaboración de materiales que hablen de todas las obras que ha realizado, en tan corto plazo, Doña Ana Ligia de Saca, al frente de la Secretaría Nacional de la Familia, para ello se proponen:
 - 1 comercial de televisión
 - 2 cuñas de radio
 - 6 anuncios de prensa (uno por cada grupo al que atiende, el cual debe pautarse en días continuos).
 - Vallas
 - Afiches
 - Partes traseras de buses
2. Se recomienda contar con un material específico para ir comunicando, las obras, **EVENTOS**, que va efectuando la funcionaria, a la cabeza de la Secretaría Nacional de la Familia. Se sugiere elaborar un material al mes en los medios:
 - 1 comercial de televisión
 - 1 cuña de radio
 - 1 anuncio de prensa
3. Todo comunicado, aviso, licitación de la Secretaría Nacional de la Familia, debe ser enmarcado en un diseño exclusivo para la institución, por lo que se recomienda:
 - Un diseño de marco institucional
4. En cuanto al proyecto **"LIBRO DE LA CONVIVENCIA"** que desarrolla la Secretaría Nacional de la Familia en conjunto con El Diario de Hoy requerirá que le brindemos asesoría, cuando así se requiera con respecto a:
 - Diseños
 - Revisión de textos y cualquier otro punto que necesiten.

RACIONAL DE CAMPAÑA

Se vaticina que el actual mandatario, Don Antonio Saca, será el Presidente de la gente, el que ve como prioritario el bienestar social, es el gobierno con sentido humano, del cual él es cabeza. Con nuestra propuesta de campaña queremos que su esposa, que es además la Secretaria Nacional de la Familia, se convierta EN EL CORAZÓN DEL GOBIERNO.

Ella es la que vela por los más necesitados, y queremos que todos se den cuenta de ella, que exalten toda su labor, hasta convertirla en el sinónimo de empatía, generosidad, caridad y todas las cualidades que definen a una persona DE BUEN CORAZÓN.

Por ello, el caballito de batalla en todo lo que decimos es que SUS OBRAS SE HACEN CON EL CORAZÓN EN LA MANO.

Esto lo reflejamos en nuestros materiales, ya que el aspecto humano siempre es primordial. De igual forma el tratamiento de toda su comunicación debe llevar "ese toque" femenino, utilizando tonos cálidos, pasteles.

La Compañía de las Ideas

6. DESARROLLO DE CAMPAÑAS

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

012
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

6.1.CAMPAÑA LOGROS

6.1.1. PRENSA

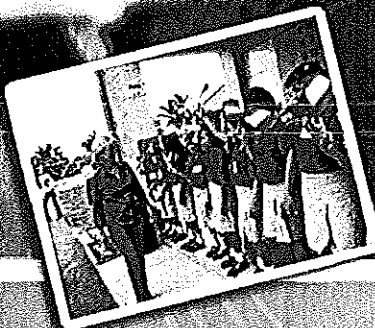


Gracias a la mano generosa de la Primera Dama de la República y Secretaria Nacional de la Familia, doña Ana Ligia de Saca, miles de niños y niñas se ven beneficiados. Entre sus obras se destacan:



Obras que se hacen...
con la mano en el corazón

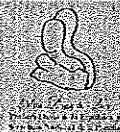
Más ayuda que sale del corazón



Con la ayuda de la Primera Dama de la República y Secretaria Nacional de la Familia, Ana Uggla de Saca, cada día más niños, niñas y jóvenes necesitados, son atendidos. A favor de ellos ha realizado:

- Foros Consultivos para actualizar la política de Niñez y Adolescencia
- Reducción de niños y niñas abandonados
- Creación de un Plan de Sensibilización Internacional para alertar sobre el riesgo de enviar niñas con coyotes
- Programa de Atención de repatriados, con el cual reciben y trasladan a infantes desde la frontera
- 100 mil dólares de financiamiento para apoyar los esfuerzos de descalificación de niños
- Convenio con la OIT para eliminar el trabajo infantil, el cual ya ha beneficiado a 2,500 niños y niñas

YA SUMAN
60,000
BENEFICIARIOS





La Primera Dama de la República y Secretaria Nacional de la Familia, doña Ana Ligia de Saca, siempre de cerca de las personas adultas mayores, realiza obras en su beneficio, entre las que sobresalen:

- Atención médica y alimentos a residentes del Dormitorio Público de Santa Tecla, El Asilo Sara y la Fundación Judá
- Programa de detención de la tuberculosis en personas que viven en Hogares y Asilos, en coordinación con el Ministerio de Salud

YASUNAI
70,000
BENEFICIARIOS



There's more to beer.

COPIES OF THE RECORD

Esfuerzos con todo el corazón



La mujer salvadora cuenta con el apoyo de la Junta de Familia de la Familia y Seguridad Nacional de la Familia, una asociación de Santa Cruz que se esfuerza por su desarrollo dentro de los límites más de sus recursos económicos.

- Creación del Programa Mujeres en acción, que crea oportunidades de desarrollo integral para las jefas de hogar
- Impulso las Ferias para prevenir la Violencia Intrafamiliar
- Inauguró dos Centros de Formación y producción
- Se suscribió una carta de entendimiento con el Fondo Solidario para la familia para facilitarles créditos a las jefas de hogar

YASUMAN
80,000
BENEFICIARIOS



Acciones de gran corazón



Las familias más necesitadas, están siendo atendidas con las acciones que la Primera Dama de la República y Secretaria Nacional de la familia, Doña Ana Ligia de Saca, está realizando. Entre ellas sobresalen:

- Entrega de raciones mensuales de alimentos a más de 10 mil familias
- Firma de Convenio con la Procuraduría General de la República para darle seguimiento, resolución y Asistencia jurídica en el área de familia a quien lo necesita
- Alimentos, juguetes, medicinas, ropa, sillas de ruedas, prótesis y otros para 2,159 familias
- Construcción de 39 viviendas y un parque recreativo en Santiago Nonualco
- Asistencia alimentaria para más de 10 mil familias afectadas por terremotos, sequía y crisis de café

YASUNAN
90,000
BENEFICIARIOS





Poniéndole alma y corazón



1. 在 2000 年 12 月 31 日, 公司应计提的坏账准备为: $1000 \times 5\% = 50$ (元)
 2. 在 2001 年 12 月 31 日, 公司应计提的坏账准备为: $1000 \times 5\% - 50 = 45$ (元)
 3. 在 2002 年 12 月 31 日, 公司应计提的坏账准备为: $1000 \times 5\% - 45 = 55$ (元)

90,000
BENEFICIARIOS



SNF
Société Nationale de la Famille
Tu et ta famille



The S. & S. Co.
 1000 Broadway
 New York City



MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

6.1.2. PORTADA SUPLEMENTO

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

021

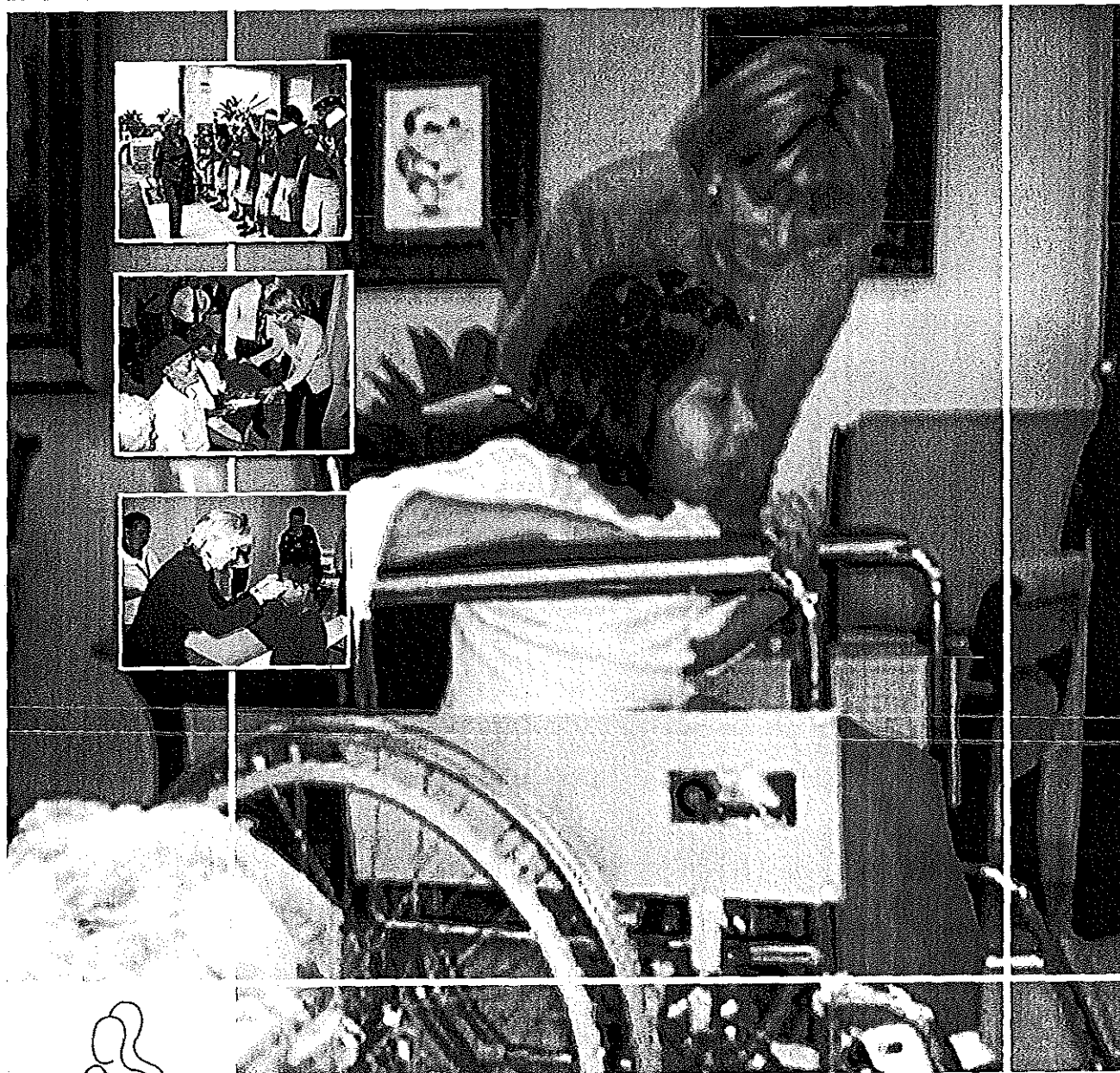
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

Obras que se hacen... con la mano en el corazón



Suplemento de la Secretaría Nacional de la Familia

San salvador 13 de octubre de 2004



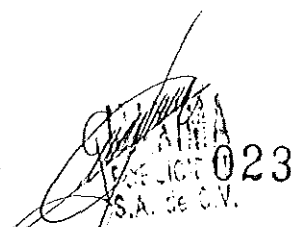
Ana Lliga de Saca
Primera Dama de la República y
Secretaría Nacional de la Familia

EL SALVADOR
un gobierno con sentido humano

6.1.3. VALLA/BUS

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

 023
S.A. DE C.V.

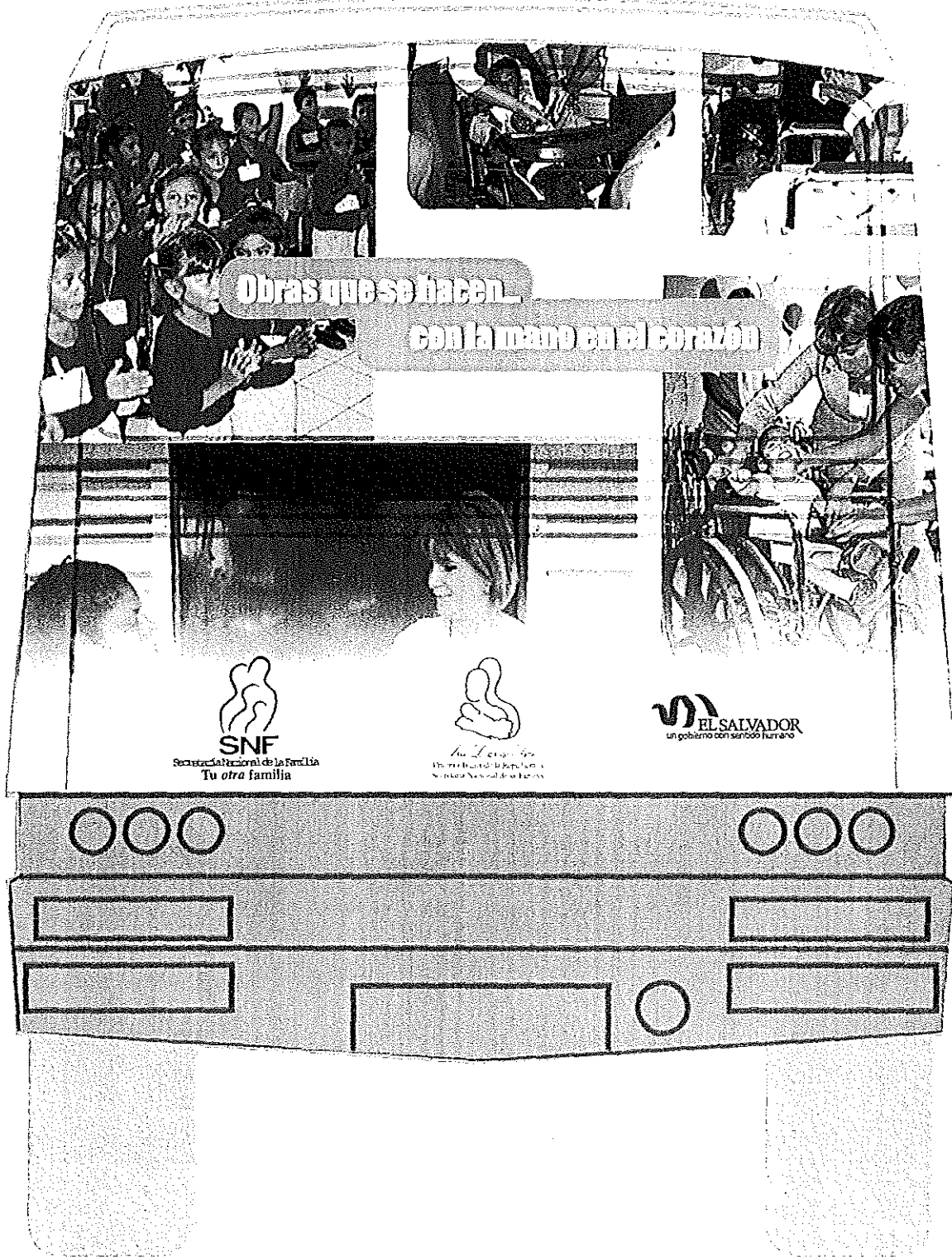
Obras que se hacen...
con la mano en el corazón

SNF
Secretaría Nacional de la Familia
Tu otra familia

Max Lora, Sr.
Presidente de la República y
Secretario Nacional de la Familia

EL SALVADOR
un gobierno con sentido humano

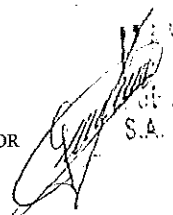
024
MAX LORA
PRESIDENTE DE LA REPUBLICA
E.L. DE O.C.



6.1.4. TELEVISIÓN

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com


MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.
026

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Televisión

Cliente: Secretaría Nacional de la Familia

Campaña: Logros

Duración: 30 ss.

Fecha: Septiembre, 2004

Se trata de tomas en slow motion donde vemos sólo rostros de las personas beneficiadas. Cada escena pasa a otra por disolvencia y van apoyadas por rótulos al pie que cuantifican la cantidad de beneficiados y/o obras realizadas. La locución es pausada y muy cálida.

Iniciamos con pantalla blanca y logo de la SNF que aparece por disolvencia
En el corazón de nuestra familia.

Disolvencia a rostro de niño que come sus alimentos y luego a niña tomando agua. Al pie leemos: Con los programas del ISNA y el Programa Escuela Saludable se atienden xxx niños y niñas
...siempre estarás tú.

Disolvencia a rostro de mamá con bebé en sus manos
Y al pie leemos: Más de 10 mil familias atendidas Proyecto nutrición y desarrollo productivo
En ella encontrarás una mano generosa

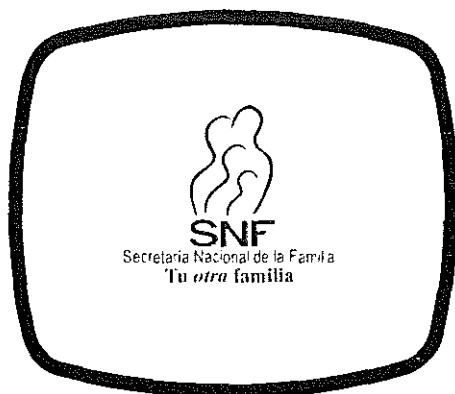
Rostro sonriente de una mujer: Más de xxx atendidas a través de ISDEMU
Que brinda su apoyo y resuelve las necesidades
Disolvencia a rostro de viejito sonriente y al pie leemos: Más de xxxx Adultos mayores atendidos.
De quienes más lo necesitan.
Aparece cifra actual de beneficiados

Disolvencia a Primera Dama firmando un convenio
Obras que se hacen...

Disolvencia a Primera Dama que con la mano en el corazón canta el himno nacional
Con la mano en el corazón;

Disolvencia a Primera Dama que es abrazada por un niño y disolvemos a logo SNF
Porque somos tu otra familia!!!
Se sobre impone logo de la Primera Dama y el de Gobierno con su slogan

La Compañía de las Ideas



En el corazón de nuestra familia



...siempre estarás tú.



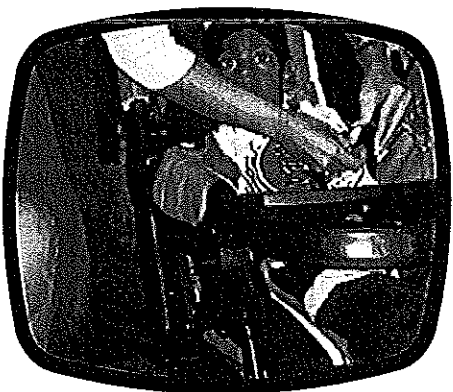
En ella encontrarás una mano generosa



que brinda su apoyo y resuelve las necesidades



de quienes más lo necesitan.



Obras que se hacen...



con la mano en el corazón;



Obras que se hacen...
con la mano en el corazón



Disuelve a imagen de primera dama con
un adulto mayor
Obras que se hacen...

Obras que se hacen...
con la mano en el corazón



Disovencia a Primera Dama que con la
mano en el corazón canta el himno
nacional con la mano en el corazón.



Entra logo de la secretaria con su slogan,
le logo de la Primera Dama y el de
gobierno con su slogan

6.1.5. RADIO

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

032
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.

Radio

Cliente: Secretaría Nacional de la Familia

Campaña: Logros

Duración: 30 ss.

Versión: Voz

Fecha: Septiembre, 2004

Locutor: La voz de los más necesitados

Control: (entra música suave)

Voz niño: Hoy tenemos agua segura en la escuela

Voz mujer: y con el programa Mujeres en acción, las jefas de hogar
podremos desarrollarnos

Adulto mayor: Nos ha dado asistencia médica y alimentos en el dormitorio
Público de Santa Tecla.

Hombre: y como familia hemos recibido medicinas, ropa, sillas de ruedas

Así le ha respondido la Primera Dama de la República y Secretaria
Nacional de la Familia, Ana Ligia de Saca, a XXXXXXXX
SALVADOREÑOS. Con obras que se hacen... con la mano en el
corazón.

SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA
Tu otra familia.

Un gobierno con sentido humano

Radio

Cliente: Secretaría Nacional de la Familia

Campaña: Logros

Duración: 30 ss.

Versión: Sentir

Fecha: Septiembre, 2004

Locutor: El sentir de los más necesitados

Control: (entra música suave y queda de fondo)

Voz niño: Vino a darnos lentes y aparatos para los oídos, para los que tienen problemas...

Voz mujer: Nos inauguró dos centros de formación y producción para las mujeres...

Adulto mayor: Aquí en el asilo se ha preocupado por detenernos la tuberculosis

Hombre:
Nonualco Nos construyó 39 viviendas y un parque en Santiago

Así le ha tendido la mano la Primera Dama de la República y Secretaría Nacional de la Familia, Ana Ligia de Saca, a XXXXXXXX SALVADOREÑOS. Con obras que se hacen... con la mano en el corazón

SECRETARÍA NACIONAL DE LA FAMILIA
Tu otra familia

Un gobierno con sentido humano

6.2 CAMPAÑA EVENTOS

La Compañía de las Ideas

6.2.1. PRENSA

El Salvador

Comunicación

Este mes de Septiembre, la Primera Dama de la República y Secretaria Nacional de la Familia, Doña Ana Ligia de Saca, con el fin de Promover, impulsar, potenciar y facilitar condiciones, oportunidades para los más necesitados, logro:

BENEFICIAR CON AGUA SEGURA A 7 MIL ESCOLARES



Introdujo agua segura en 53 centros escolares del Programa Escuela Saludable de los Departamentos de San Vicente y La Paz.

ENTREGAR DONATIVO A 35 FAMILIAS DE ESCASOS RECURSOS ECONOMICOS

En respuesta a solicitudes de ayuda que fueron enviadas a la SNF donación consiste en 22 sillas de ruedas. Además, hizo entrega de alimentos e implementos básicos.



BENEFICIO A FAMILIA DE ESCASOS RECURSOS ECONOMICOS

Entrego, las llaves de una vivienda a los padres de Alvaro Néstor Hernández, un niño de 6 años, quien padece de parálisis cerebral y desnutrición severa. Además, les entregó víveres, ropa, utensilios y un coche para el menor para que su madre pueda movilizarlo. Además por su labor fue distinguida como presidenta honoraria de FUSATE y participo en la "gala de angels in adoption 2004" donde se reconoció a personas destacadas en su labor a favor de la niñez.



SNF
Secretaría Nacional de la Familia
Tu otra familia

Ministerio de la Familia
Tercera infancia del Salvador
Presidencia de la Familia

EL SALVADOR
un gobierno con sentido humano

6.2.2. TELEVISION

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.
038

Televisión

Cliente: Secretaría Nacional de la Familia

Campaña: Eventos

Duración: 30 ss.

Fecha: Septiembre, 2004

Abre cámara con toma de una mano que se extiende y en ella vemos un grupo de personas compuesto por: niños, adolescentes, adultos mayores, mujeres, personas discapacitadas...

Una mano generosa que se extiende para los más necesitados

En esta parte, se presentarán las imágenes que corresponden a los eventos que la Primera Dama de la República y Secretaria Nacional de la Familia realicen en el mes.

Disuelve a imagen de primera dama con un adulto mayor

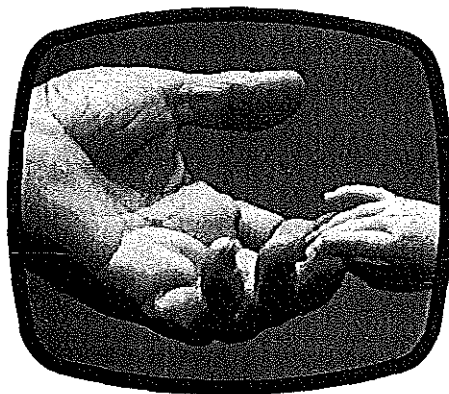
Obras que se hacen...

Disolvencia a Primera Dama que con la mano en el corazón canta el himno nacional

Con la mano en el corazón.

Entra logo de la Secretaría con su slogan, el logo de la Primera Dama y el de gobierno con su slogan.

La Compañía de las Ideas



Abre cámara con toma de una mano
que se extiende



y en ella vemos un grupo de personas
compuesto por: niños, adolescentes,
adultos mayores, mujeres, personas
discapacitadas...



Una mano generosa que se extiende
para los más necesitados

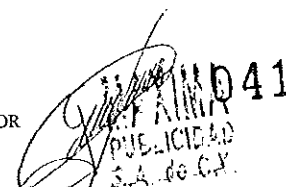
MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/ NAZCA SAATCHI & SAATCHI

6.2.3. RADIO

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

 041
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

Radio

Cliente: Secretaría Nacional de la Familia

Campaña: Eventos

Duración: 30 ss.

Fecha: Septiembre, 2004

Control: (Entran latidos de corazón)

Locutor: Un corazón abierto a los más necesitados.

Control: (Entra música suave)

Locutor: La Primera Dama de la República y Secretaria Nacional de la Familia, Dona Ana Ligia de Saca, durante este mes de septiembre

ESPACIO PARA COLOCAR LOGROS

Obras que se hacen... con el corazón en la mano.

Secretaría Nacional de la Familia

Tu otra familia

Un gobierno con sentido humano

La Compañía de las Ideas

6.3 PUBLICACIONES VARIAS

Obras que se hacen...
con el corazón en la mano



7. ESTRATEGIA DE MEDIOS

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.
045

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

ESTRATEGIA DE MEDIOS

Se ha desarrollado una estrategia de medios que permita tener un constante número de mensajes expuestos, de tal manera que se logre penetrar en la mente del grupo objetivo al cual queremos llegar.

Televisión:

Se esta recomendando tener presencia en programas con un rating considerable a un menor costo por spot, Tales como series familiares, noticias, novelas, programas de entretenimiento, deportes, películas, y programas juveniles, distribuidos en los canales 2,4,6,8,12 21 y 33. alcanzando un promedio 7 spots diarios.

Radio:

Las radios seleccionadas tienen una amplia cobertura con altos índices de audiencia, se esta recomendando radios de cobertura nacional de los perfiles Gruperas, Salsa, Merengue y juveniles manteniendo la pauta de 12 cuñas diarias en días alternos siendo estas: Que Buena, Cool FM, y Scan.

La Compañía de las Ideas

Prensa:

Campaña Logros: Se recomienda pautar anuncios de media página vertical Full Color y para la campaña de Eventos anuncios de tamaño página Full Color dentro de secciones como País en El Diario de Hoy y Sucesos en La Prensa Gráfica principales periódicos matutinos.

Traseras de Bus:

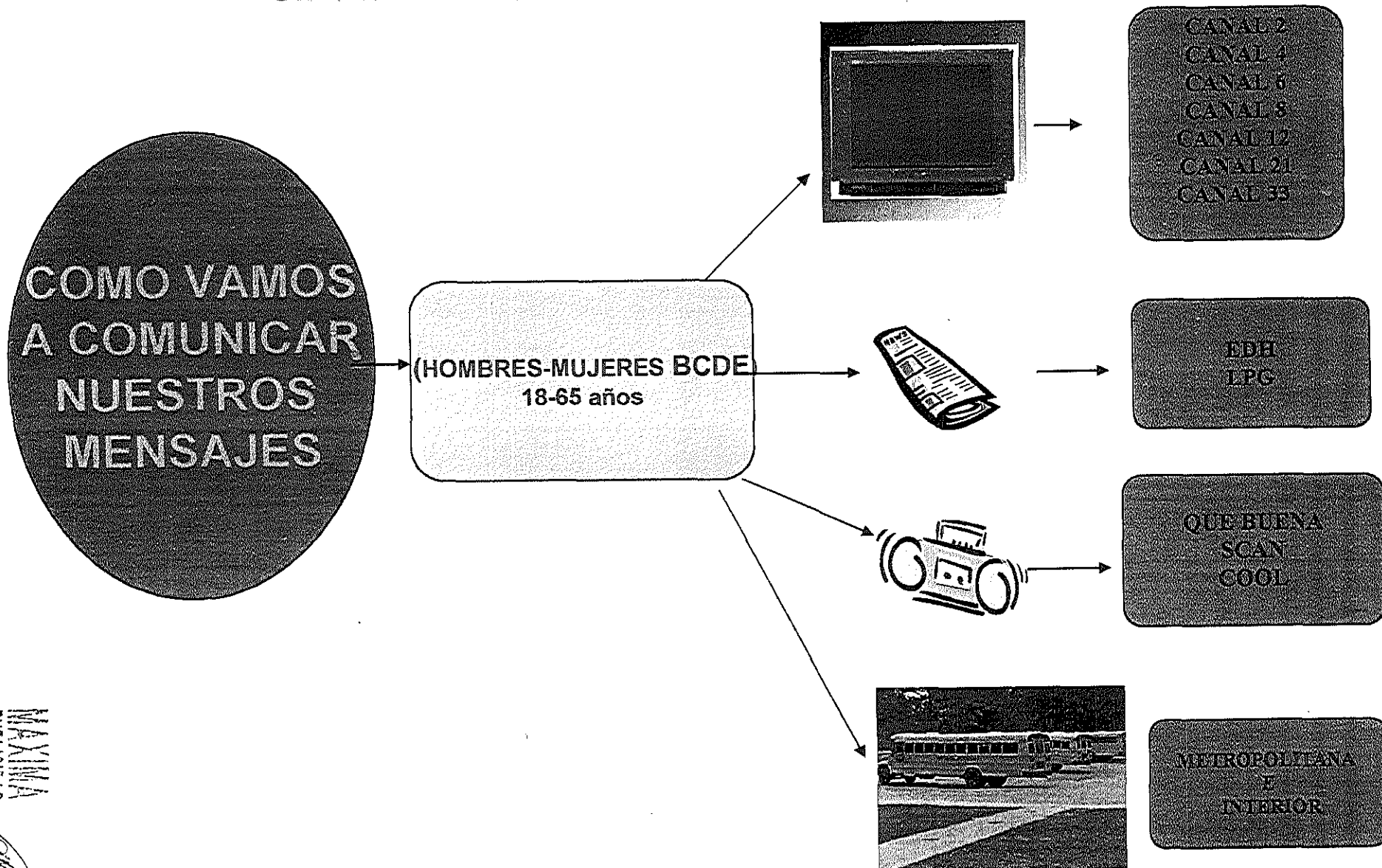
Medio complementario para obtener mayor presencia, con unidades de bus circulando en la zona metropolitana e interior del país.

La Compañía de las Ideas

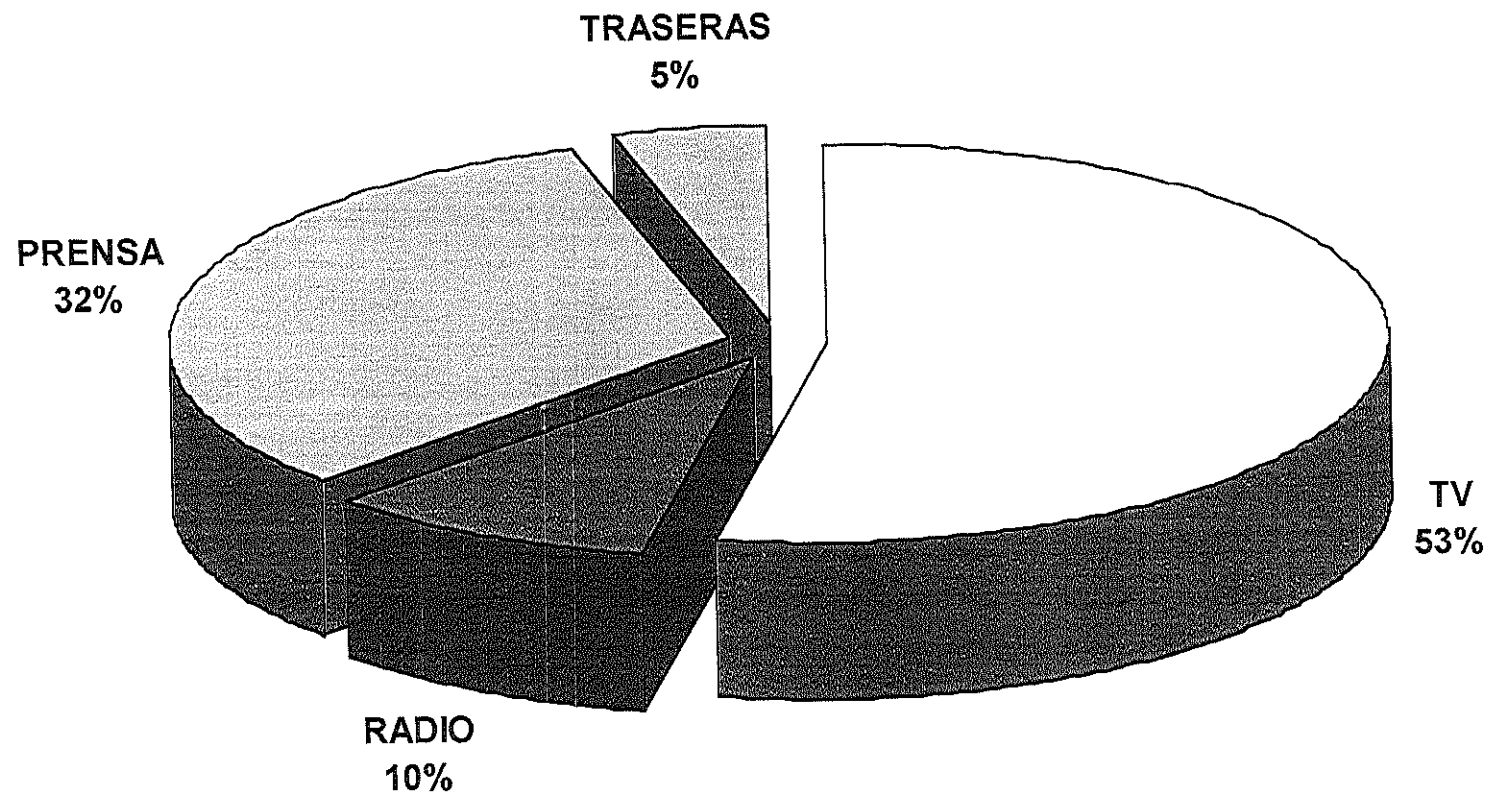
RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.
042
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

GRAFICO ESTRATEGICO DE MEDIOS



MIX DE MEDIOS



MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

8. SERVICIOS DE MERCADEREO

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

 MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

SERVICIOS DE MERCADEO

Misión

Proveer de servicios outsourcing de marketing de alta calidad y profesionalismo a nuestros clientes, no descansando hasta su satisfacción plena, creciendo continua y consistentemente con ellos.

Visión

Ser un socio estratégico de marketing, valioso para nuestros clientes, convirtiéndonos en un factor clave para su éxito y así proyectarnos rentablemente en el mercado nacional e internacional

Queremos ser para ustedes

- Somos la puesta en marcha de sus proyectos de Marketing
- Somos la extensión de su Depto. de Marketing (ahorrándole pasivo laboral)
- Somos el complemento perfecto de su Agencia de Publicidad
- Somos su "Caja de Herramientas de Marketing" con la cual alcanzará mas eficazmente sus objetivos de rentabilidad

Herramientas a su servicio

Eventos Marketing Culturales

- Congresos
- Exhibiciones
- Shows
- Conciertos
- Festivales

Deportivos

- Carreras Populares
- Competencias Profesionales
- Torneos Multidisciplinarios

Merchandising / Impulsación

- Impulsación tradicional en supermercados y mayoristas (impulsadoras)
- Impulsación animada en Puntos de Venta
- Decoración con Material Publicitario Punto de Venta (diseño, producción, colocación)
- Auditorias y chequeos de P.O.P

La Compañía de las Ideas

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Investigación de Mercados

- CUANTITATIVA (Encuestas)
- Personales dirigidas
- Autoadministradas
- Sondeos (Trackings, Pantry Checkings, POP Checkings, Degustaciones de producto, etc.)
- Gran Significancia (Trackings, Post-Test, Pantry Chequings, etc.)
- CUALITATIVAS
- Focus Groups
- Entrevistas Personales Dirigidas
- Pre-Test
- Post-Test

Sampling

- Sampling o Muestreos de producto
- Degustaciones de producto

Perifoneo

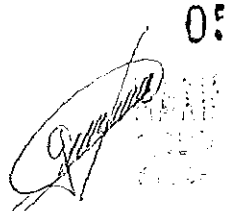
- Campañas de barridas de Territorios geográficos
- Nacional
- Local

La Compañía de las Ideas

9. DETALLE DE ASOCIACIÓN INTERNACIONAL

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

05


MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/ NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Detalle de la Asociación Internacional de Maxima Publicidad y Nazca Saatchi & Saatchi

La relación comercial existente entre Máxima Publicidad y Saatchi & Saatchi viene a través de la afiliación y representación que tenemos con TRIBU / Nazca Saatchi & Saatchi de Costa Rica , para colocar las cuentas regionales e internacionales (a nivel mundial) asignadas a la región centroamericana especialmente al país .

Históricamente las corresponsalías regionales e internacionales han sido una de las formas más usadas para poder manejar cuentas del país de origen fuera de las fronteras.

De la misma forma Tribu y la red de agencias en Centroamérica y el Caribe de Nazca Saatchi & Saatchi nos representan a nosotros y son corresponsales nuestros para manejar las cuentas que se originen en El Salvador para el resto de la región antes mencionada.. Un porcentaje de la comisión de la facturación de estos clientes se comparte con el país de origen. No hay participación accionaria en ambos casos.

Es así que desde enero de 2001 representamos a CX Nazca Saatchi & Saatchi manejando las cuentas del sistema , aquí en el país , como son :

Maggi
Hewlett Packard
Eyemo
Andrews
Cofal
Durman Esquivel
Samboro
Payless Shoesource
Gerber

El representar a Tribu /Nazca Saatchi & Saatchi nos permite acceder por su medio al sistema internacional de agencias de Saatchi & Saatchi agencia de origen Ingles , pero propiedad de Publicis Groupe de origen francés , quien es el cuarto grupo de agencias global en el mundo, a continuación una breve descripción de Saatchi & Saatchi y sus logros más recientes.

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

054

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Presencia Mundial:

SAATCHI & SAATCHI
92 países / 152 oficinas

Publicis
76 países / 134 oficinas

- Saatchi & Saatchi es una de las organizaciones mundiales líderes en creatividad .
- Cerca de 7000 empleados en 152 oficinas en 92 países , con una facturación mayor a los \$7 mil millones .
- Trabajando para 60 de los 100 anunciantes mas grandes en el mundo
- Saatchi & Saatchi tiene su central para Centroamérica y el caribe en TRIBU / Nazca Saatchi & Saatchi en San José , Costa Rica , de la cual somos afiliados
- Nuestra misión es ser reconocidos y reverenciados como la agencia más excitante y generadora de Ideas capaces de cambiar al mundo a favor de los negocios , marcas y reputación de nuestros Clientes.

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.

05

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

10. EXPERIENCIA

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

05
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

EXPERIENCIA DE LA EMPRESA

| NOMBRE DE CONTRATISTA | DESCRIPCION DE LA CONSULTORIA | OBJETIVO | PERIODO EJECUCION DEL CONTRATO |
|--|---|---|--------------------------------|
| GOLO, S.A. | Diseño y Producción de Video y Audio para Campaña Telemaestro | Proyectar Imagen | ene-dic de 2004 |
| BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIOS | Estrategia Diseño y Producción Campaña Institucional Microcréditos | Dar a conocer Programas de Microcréditos | marzo-dic 2004 |
| O.E.F. | Estrategia, Diseño y Producción Campaña Educativa Institucional | Concientizar a la población de la importancia de la Educación Inicial | ene-dic 2004 |
| SABORES COSCO | Campañas Promocionales Chocofruti y Gelito | Promover Imagen | marzo- dic 2004 |
| ANSP | Estrategia, Diseño y producción para Convocatorias del nivel Básico y Ejecutivo; prensa, Radio Televisión y otros. | Motivar a los aspirantes a que pertenezcan a la ANSP | marzo a dic 2004 |
| SERVICIOS DE ALIMENTOS | Campañas Promocionales y de Servicio para Restaurantes NASH y Mr. Donut | Dar a Conocer Promociones | marzo-dic 2004 |
| PEVONIA | Estrategia Diseño de Campaña Promocionales de Imagen | Dar a conocer Promociones | marz-dic 2004 |
| SLIM CENTER | Estrategia Diseño de Campaña Promocionales de Imagen | Dar a conocer Promociones | ene-dic 2004 |
| MINISTERIO DE EDUCACIÓN | Estrategia Campaña Institucional PREM/BASICA Prensa, Radio, Televisión y otros | Dar a conocer los ejes de la Reforma Educativa | ene-mar 2004 |
| CAJA MUTUAL DE LOS EMPLEADOS DEL MINISTERIO DE EDUCACION | Estrategia, diseño y producción Campaña Afiliación para seguro de vida y por sepelio. Prensa, Radio, Televisión y otros | Motivar a los maestros a se afilien al seguro de vida | marzo - dic 2004 |
| GRUPO CAMPESTRE | Estrategia, Diseño y Producción de Campaña Institucional | Promover Imagen de marca | mar- dic 2004 |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TEL: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.



MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

EXPERIENCIA DE LA EMPRESA

| NOMBRE DE CONTRATISTA | DESCRIPCION DE LA CONSULTORIA | OBJETIVO | PERIODO EJECUCIÓN DEL CONTRATO |
|----------------------------|--|-----------------------------------|--------------------------------|
| NESTLE | Campañas Promocionales | Dar a conocer Promociones | ene-mar 2004 |
| COMERSAL | Campaña para doferentes marcas | Dar a conocer Promociones | ene-mar 2004 |
| LIZA | Campañas Promociocionales de diferentes productos | Dar a conocer Promociones | ene-mar 2004 |
| COES | Manejo de Imagen de la Institución, Campañas Institucionales y patrocinios | Campaña Publicitaria | ene-mar 2004 |
| PAYLESS SHOESOURCE | Campaña de Imagen de Marca y Promocionales | Dar a conocer Promociones | ene.-dic.2004 |
| HELADOS SARITA | Campañas Promocionales | Dar a conocer Promociones | |
| HIPER MALL LAS CASCADAS | Campañas Promocionales | Dar a conocer Promociones | 2004 |
| COSASE | Campaña imagen Institucional de la Compañía | | 2004 |
| SMITHKLINE | Campañas Promocionales para y de Imagen de marca Panadol Campañas Institucionales y de | MERCADEO Licda. Maria Teresa Cruz | 2004 |
| FUNDAEDUCA | Coordinación de Eventos de Reconocieminto y para nuevos padrinos. | Campaña Institucional | ene.-dic.2004 |
| LA CADENA | Campaña Bicicletas KT | Campañas Promocionales | 2004 |
| RIVIANA DE CENTROAMERICA | Campaña Lanzamiento jugo Kerns | Dar a conocer Promociones | 2004 |
| ROCIO ROBLES SILUET CENTER | Estrategia Diseño de Campaña Promocionales de Imagen | Dar a conocer Promociones | 2004 |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
 TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

058

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

EXPERIENCIA DE LA EMPRESA

| NOMBRE DE CONTRATISTA | DESCRIPCION DE LA CONSULTORIA | OBJETIVO | PERIODO EJECUCIÓN DEL CONTRATO |
|--|---|--|--------------------------------|
| GOLO, S.A. | Diseño y Producción de Video y Audio para Campaña Telemaestro | Proyectar Imagen | ene- feb de 2003 |
| BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIOS | Estrategia Diseño y Producción Campaña Institucional Microcréditos | Dar a conocer Programas de Microcréditos | ene- mar 2003 |
| O.E.F. | Estrategia, Diseño y Producción Campaña Educativa Institucional | Conientizar a la población de la Importancia de la Educación Inicial | ene- mar 2003 |
| SABORES COSCO | Campañas Promocionales Chocofruti y Gelito | Promover Imagen | ene- mar 2003 |
| ANSP | Estrategia, Diseño y producción para Convocatorias del nivel Básico y Ejecutivo; prensa, Radio Televisión y otros. | Motivar a los aspirantes a que pertenescan a la ANSP | ene.-mar 2003 |
| SERVICIOS DE ALIMENTOS | Campañas Promocionales y de Servicio para Restaurantes NASH y Mr. Donut | Dar a Conocer Promociones | ene-mar 2003 |
| PEVONIA | Estrategia Diseño de Campaña Promocionales de Imagen | Dar a conocer Promociones | ene-mar 2003 |
| SLIM CENTER | Estrategia Diseño de Campaña Promocionales de Imagen | Dar a conocer Promociones | ene-mar 2003 |
| MINISTERIO DE EDUCACIÓN | Estrategia Campaña Institucional PREM/BASICA Prensa, Radio , Televisión y otros | Dar a conocer los ejes de la Reforma Educativa | ene-mar 2003 |
| CAJA MUTUAL DE LOS EMPLEADOS DEL MINISTERIO DE EDUCACION | Estrategia, diseño y producción Campaña Afiliación para seguro de vida y por sepelio. Prensa, Radio, Televisión y otros | Motivar a los maestros a se afilien al seguro de vida | ene-mar 2003 |
| GRUPO CAMPESTRE | Estrategia, Diseño y Producción de Campaña Institucional | Promover Imagen de marca | ene-mar 2003 |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
 TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

059

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

EXPERIENCIA DE LA EMPRESA

| NOMBRE DE CONTRATISTA | DESCRIPCION DE LA CONSULTORIA | OBJETIVO | PERIODO EJECUCIÓN DEL CONTRATO |
|----------------------------|--|-----------------------------------|--------------------------------|
| NESTLE | Campañas Promocionales | Dar a conocer Promociones | ene-mar 2003 |
| COMERSAL | Campaña para diferentes marcas | Dar a conocer Promociones | ene-mar 2003 |
| LIZA | Campañas Promocionales de diferentes productos | Dar a conocer Promociones | ene-mar 2003 |
| COES | Manejo de Imagen de la Institución, Campañas Institucionales y patrocinios | Campaña Publicitaria | ene-mar 2003 |
| PAYLESS SHOESOURCE | Campaña de Imagen de Marca y Promocionales | Dar a conocer Promociones | ene.-dic.2003 |
| HELADOS | Campañas Promocionales | Dar a conocer Promociones | |
| HIPER MALL LAS CASCADAS | Campañas Promocionales | Dar a conocer Promociones | 2003 |
| COSASE | Campaña Imagen Institucional de la Compañía | | 2003 |
| SMITHKLINE | Campañas Promocionales para y de Imagen de marca Panadol Campañas Institucionales y de | MERCADEO Licda. Maria Teresa Cruz | 2003 |
| FUNDAEDUCA | Coordinación de Eventos de Reconocimiento y para nuevos padrinos. | Campaña Institucional | ene.-dic.2003 |
| LA CADENA | Campaña Bicicletas KT | Campañas Promocionales | 2003 |
| RIVIANA DE CENTROAMERICA | Campaña Lanzamiento jugo Kerns | Dar a conocer Promociones | 2003 |
| ROCIO ROBLES SILUET CENTER | Estrategia Diseño de Campaña Promocionales de Imagen | Dar a conocer Promociones | 2003 |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
 TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

060

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

EXPERIENCIA DE LA EMPRESA

| NOMBRE DE CONTRATISTA | DESCRIPCION DE LA CONSULTORIA | OBJETIVO | PERIODO EJECUCIÓN DEL CONTRATO |
|-----------------------|---|--|--------------------------------|
| ANSP | Estrategia, Diseño y producción para Convocatorias del nivel Básico y Ejecutivo; prensa, Radio Televisión y otros. | Motivar a los aspirantes a que pertenezcan a la ANSP | ene.-dic.2002 |
| CAJA MUTUAL | Estrategia, diseño y producción Campaña Afiliación para seguro de vida y por sepelio. Prensa, Radio, Televisión y otros | Motivar a los maestros a que se afilien al seguro de vida. | ene.-dic.2002 |
| MINED | Estrategia Campaña Institucional PREM/BASICA Prensa, Radio , Televisión y otros | Dar a conocer los ejes de la Reforma Educativa | ene.-dic.2002 |
| SISTEMAS COMESTIBLES | Campañas Promocionales y de Servicio para Restaurantes NASH Y Mr. DONUT | Dar a conocer promociones y nuevos servicios | ene.-dic.2002 |
| PROCESOS LACTEOS | Campañas Promocionales y de Servicio para helados POPS | Dar a conocer promociones y nuevos servicios | ene.-dic.2002 |
| LA FABRIL DE ACEITES | Campañas Promocionales de Imagen, para Aceite Orisol, Jabón Mr. Max, Salsitas Campo Fresco | Dar a conocer promociones | ene.-dic.2002 |
| GENERAL AUTOMOTRIZ | Campañas Promocionales para General de Usados | Ventas de vehículos | ene.-dic.2002 |
| PAYLESS SHOESOURCE | Campaña de Imagen de Marca y Promocionales | Dar a conocer Promociones | ene.-dic.2002 |
| DURMAN ESQUIVEL | Campaña de Imagen de Marca | Promover Imagen | ene.-dic.2002 |
| GLAXO SMITHEKLINE | Campañas Promocionales para Andrews y de marca Panadol | Dar a conocer promociones | ene.-dic.2002 |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
 TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

061

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

EXPERIENCIA DE LA EMPRESA

| NOMBRE DE CONTRATISTA | DESCRIPCION DE LA CONSULTORIA | OBJETIVO | PERIODO EJECUCIÓN DEL CONTRATO |
|-----------------------------------|---|---|--------------------------------|
| CINEVISION | Campañas Promocionales | Dar a conocer Promociones | enero -dic 2002 |
| NESTLE | Campañas Promocionales Mahhi le sube el Sueldo a Mamá | Dar a conocer Promociones | ene-dic 2002 |
| MORENO MENENDEZ | Campaña Promocionales y de Imagen | Promover Imagen | ene-dic 2002 |
| SABORES COSCOS | Campañas Promocionales Chocofruti y Gelito | Promover Imagen | sep-dic 2002 |
| FONAVIO | Estrategia Diseño y Producción Campaña Institucional de Logros y Salarios Mínimos | Promover Imagen de Salarios y Salarios Mínimos | ene-dic 2002 |
| UNION DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL | Campañas Promocionales y de Imagen | Promover Imagen y nuevos servicios | ene-dic 2002 |
| PERRY ELLIS | Campañas Promocionales y de Imagen | Promover Imagen | ene-dic 2002 |
| O.E.F. | Estrategia, Diseño y Producción Campaña Educación Inicial | Concientizar a la población de la importancia de la Educación Inicial | ene-dic 2002 |
| PROTURISMO | Campañas Institucionales y de Imagen | Promover Imagen | ene-dic 2002 |
| ERA | Campaña Institucional Prensa | Promover Imagen | ene-dic 2002 |
| APREMAT | Campaña Institucional | Promover Imagen | ene-dic 2002 |
| INCAE | Campaña Institucional | Promover Imagen | ene-dic 2002 |
| HENKEL DE EL SALVADOR | Estrategia Diseño de Campañas "Sista Tapa Gotera" "Tangit" | Dar a conocer Promociones Sista Tapa Goteras Tangit | ene-dic 2002 |
| RIVIANA DE C.A. | Campaña Lanzamiento Jugo Kern's | Dar a conocer Promociones | ene-dic 2002 |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
 TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

062

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

0000307

EXPERIENCIA DE LA EMPRESA

| | | | |
|-------------------------------|---|---|----------------|
| IPSFA | Campaña Lanzamiento de Reafiliación Vuelve al IPSFA YA! | Motivar a los excotizantes a Reafiliarse al IPSFA | ene-marzo 2002 |
| PEVONIA ROCIO ROBLES | Estrategia Diseño de Campaña Promocionales de Imagen | Dar a conocer Promociones | ene-dic 2002 |
| PEVONIA | Estrategia Diseño de Campaña | Dar a conocer | ene-dic 2002 |
| SLIM CENTER | Promocionales de Imagen | Pomociones | |
| BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO | Estrategia Diseño y Producción Campaña Institucional, Microcréditos | Dar a conocer Programa de Micro Créditos | ene- dic 2002 |
| COMERSAL | Campañas para diferentes Marcas | Dar a conocer Promociones | ene-dic 2002 |
| SERVICIOS DE ALIMENTOS | Campañas Promocionales y de Servicio para Restaurantes NASH y Mr. Donut | Dar a Conocer Promociones | ene-di 2002 |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
 TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

063

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

EXPERIENCIA DE LA EMPRESA

| NOMBRE DE CONTRATISTA | DESCRIPCION DE LA CONSULTORIA | OBJETIVO | PERIODO EJECUCIÓN DEL CONTRATO |
|-----------------------|---|--|--------------------------------|
| ANSP | Estrategia, Diseño y producción para Convocatorias del nivel Básico y Ejecutivo; prensa, Radio Televisión y otros. | Motivar a los aspirantes a que pertenezcan a la ANSP | ene.-dic.2001 |
| CAJA MUTUAL | Estrategia, diseño y producción Campaña Afiliación para seguro de vida y por sepelio. Prensa, Radio, Televisión y otros | Motivar a los maestros a que se afilien al seguro de vida. | ene.-dic.2001 |
| MINED | Estrategia Campaña Institucional PREM/BASICA Prensa, Radio , Televisión y otros | Dar a conocer los ejes de la Reforma Educativa | ene.-dic.2001 |
| IPSFA | Campaña Lanzamiento de Reafiliación, Vuelve YA! Prensa, radio , televisión y otros | Motivar a la Re- Afiliación | ene.-dic.2001 |
| SISTEMAS COMESTIBLES | Campañas Promocionales y de Servicio para Restaurantes NASH Y Mr. DONUT | Dar a conocer promociones y nuevos servicios | ene.-dic.2001 |
| PROCESOS LACTEOS | Campañas Promocionales y de Servicio para helados POPS | Dar a conocer promociones y nuevos servicios | ene.-dic.2001 |
| LA FABRIL DE ACEITES | Campañas Promocionales de Imagen, para Aceite Orisol, Jabón Mr. Max, Salsitas Campo Fresco | Dar a conocer promociones | ene.-dic.2001 |
| GENERAL AUTOMOTRIZ | Campañas Promocionales para General de Usados | Ventas de vehículos | ene.-dic.2001 |
| PAYLESS SHOESOURCE | Campaña de Imagen de Marca y Promocionales | Dar a conocer Promociones | ene.-dic.2001 |
| DURMAN ESQUIVEL | Campaña de Imagen de Marca | Promover Imagen | ene.-dic.2001 |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
 TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

064

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

| NOMBRE | DESCRIPCION DE LA ULTORIA | CONS | OBJETIVO | PERIODO DE EJECUCION DEL CONTRATO |
|--|--|------|---|-----------------------------------|
| ANSP | Creación y desarrollo de campañas publicitarias para Convocatorias aspirantes a Nivel Básico y Nivel Ejecutivo, Campaña Institucional de Imagen. Campaña Social. Inserción en medios y monitoreo | | Motivar a los jóvenes para que se inscriban a la ANSP en sus diferentes niveles y proyectar la Imagen de la Institución, concientizar a la población, sobre el uso de las armas | Enero a Dic.00 |
| MINED/PREM | Creación y Desarrollo de Campaña de Concientización Social, Divulgación de la Reforma de Educación Media, PAES Inserción en medios y monitoreo | | Dar a conocer los ejes de la Reforma Educativa | Sept. a Dic.00 |
| CAJA MUTUAL DE LOS EMPLEADOS DEL MINISTERIO DE EDUCACION | Creación y Desarrollo de Campaña Institucional de Concientización Social, Campaña de Afiliación y Campaña Aniversario, Inserción en medios y monitoreo | | Motivar a los empleados administrativos y docentes publicos y privados del mined a tomar los seguros | Enero a Dic.00 |
| ITCA/FEPADE | Estrategia y Desarrollo de Campañas Institucionales de Concientización Social y Campaña para diferentes lineas de servicios | | Dar a conocer sobre los cursos y seminarios | Enero a dic. 00 |
| UNSSA | Estrategia, Diseño y Producción de Campaña Institucional y nuevo Ingreso. | | Dar a conocer sobre las diferentes carreras que imparten | Enero a dic. 00 |
| UNIVO | Estrategia, diseño y producción de Campaña Institucional, nueva Imagen, radio, prensa y televisión | | Dar a conocer sobre las diferentes carreras que imparten | Enero a dic. 00 |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
 TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

065

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

EXPERIENCIA DE LA EMPRESA

| NOMBRE DEL CONTRATISTA | DESCRIPCION DE LA CONSULTORIA | OBJETIVO | PERIODO DE EJECUCION DEL CONTRATO |
|--|---|---|-----------------------------------|
| MINISTERIO DE EDUCACION | Diseño y Producción Video y Audio para campaña de Modernización de Educación Basica. | | ene.-dic.97 |
| | Diseño y Producción Video y Audio para Campaña Informativa de Ley General de Educación | Dar a conocer a la población la Ley General de Educación | |
| | Diseño y Producción Video y Audio para campaña de Motivación de la PAES | Motivar a los jóvenes a someterse a la PAES y así evaluar sus conocimientos | |
| | Diseño y Producción Video y Audio para campaña valores Identidad y Solidaridad | Concientizar a la población sobre la importancia de los valores | |
| CAJA MUTUAL DE LOS EMPLEADOS DEL MINISTERIO DE EDUCACION | Diseño y Producción de video y Audio para campaña Institucional, de Afiliación y Vacacional | Incentivar a docentes públicos y privados, y a empleados administrativos a tomar los seguros | ene.-dic.97 |
| ISDEMU | Diseño y Producción de video y audio de campaña Telefono Amigo de la Familia | Informar a la ciudadanía de la existencia del teléfono amigo de la familia y evitar maltrato familiar | ene.-dic.97 |
| MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA | Diseño y producción de video y audio de campaña del Intercambio de Semilla mejorada | Informar a la población sobre el intercambio de semilla mejorada | nov.-dic.97 |
| FINANCIERA ATLATL | Diseño y Producción de Video y Audio para campaña Institucional | Proyectar imagen de la Institución | jul.-dic.97 |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
 TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

066

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

0000311

EXPERIENCIA DE LA EMPRESA

| NOMBRE DE CONTRATISTA | DESCRIPCION DE LA CONSULTORIA | OBJETIVO | PERIODO DE EJECUCION DEL CONTRATO |
|--|--|--|-----------------------------------|
| ANSP | Diseño y Producción de 12 Audios (1cada mes) y Vídeo para campaña de Convocatoria del nivel basico | motivar a los jóvenes a pertenecer a la ANSP | ene.-dic.98 |
| CAJA MUTUAL DE LOS EMPLEADOS DEL MINISTERIO DE EDUCACION | Diseño y producción de vídeo y audio para campaña de afiliación a los seguros de vida y por sepelio. | Motivar a los empleados administrativos y docentes publicos y privados del mined a tomar los seguros | ene.-dic.98 |
| MINISTERIO DE EDUCACION | Diseño y producción de Vídeo y audio para campañas: Institucional, Logros y PAES | Proyectar los logros obtenidos por el MINED y motivar a los jóvenes para realizar la PAES | ene.-dic.98 |
| SIGET | Diseño y producción de Vídeo y audio para campaña Institucional, venta de frecuencia y El que llama paga | Proyectar imagen de la Institución , Vender Frecuencias, Informar a la población sobre los cobros de llamadas a tel. celulares | ene.-dic.98 |
| ISDEMU | Diseño y Producción de video y audio para campaña Institucional | Proyectar imagen de la Institución | ene.-dic.98 |
| BANCO ATACATL | Diseño y Producción de Campaña de conversión a Banco y Plan seguro vida Activa | Promover la Nueva Imagen de la Institución y que las personas tomen el nuevo seguro de vida | ene.-dic.98 |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.

067

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

EXPERIENCIA DE LA EMPRESA

| NOMBRE DE CONTRATISTA | DESCRIPCION DE LA CONSULTORIA | OBJETIVO | PERIODO DE EJECUCION DEL CONTRATO |
|--|---|---|-----------------------------------|
| SIGET | Diseño y producción de vídeo y audio campaña "Consejos al Usuario" | Informar a la población sobre nuevas disposiciones en el pago de llamadas a celular | ene.-ago.99 |
| ISDEMU | Rediseño y producción de Video y Audio de Campaña Teléfono amigo de la familia de Santa | Informar a la ciudadanía de la existencia de una línea telefono amigo en Santa Ana | ene.-dic.99 |
| CAJA MUTUAL DE LOS EMPLEADOS DEL MINISTERIO DE EDUCACION | Rediseño y Producción de Vídeo y Audio de Campaña Teléfono amigo de la familia San Miguel Diseño y producción de vídeo y audio para Campaña Monto Seguro Opcional y Campaña 9o Aniversario | Informar a la ciudadanía de la existencia de una línea del teléfono amigo de la familia en San Miguel Motivar a los afiliados a que aumenten el monto de su seguro, Y promover la Imagen de la Institución | ene.-dic.99 |
| ANSP | Diseño y Producción de vídeo y audio para Convocatoria de nivel básico y nivel ejecutivo Producción de vídeo para la Campaña de Imagen y de Concientización Social | Motivar a los jóvenes para que se inscriban a la ANSP en sus diferentes niveles y Proyectar la imagen de la Institución, Concientizar a la población sobre el uso de las armas | ene.-dic.99 |
| MINISTERIO DE EDUCACION | Producción de vídeo para la campaña de Institucional del Ministerio de Educación | Proyectar la imagen de la Institución | ene.-dic.99 |
| Proyecto para el Fortalecimiento de la Justicia y de la Cultura Constitucional | Diseño y Producción de vídeo y audio para Campaña de Fortalecimiento de la cultura Constitucional | Concientizar y reforzar los conceptos de Sala de lo Constitucional y Recurso de Amparo. | nov.-dic.99 |
| CORTE SUPREMA DE JUSTICIA BANCO ATACATL | Producción de Video y Audio de campaña de fusión a Banco de Comercio | Informar la Fusión de Banco Atacatl y Banco de Comercio | ene.-jul.99 |

La Compañía de las Ideas

MAXIMA

11. CURRICULUMS DE PERSONAL ASIGNADO

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.

069

CURRICULUM VITAE

Cargo Propuesto: **PRESIDENTE Y DIRECTOR ESTRATEGA**
Nombre de la Firma: **MAXIMA PUBLICIDAD AFILIADA A TRIBU
NAZCA SAATCHI & SAATCHI**
Nombre del Individuo: **PEDRO LEONEL MORENO MURILLO**
Profesión: [REDACTED]
Años de trabajar en la firma: **7 AÑOS** Nacionalidad: [REDACTED]

Asociaciones profesionales a las que pertenece: **Director de A.S.A.P. (Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad), Director de A.S.P.M. (Asociación Salvadoreña de Profesionales en Mercadeo), Director de Fundación San Pablo, Socio del Círculo Deportivo Internacional.**

Detalle de las tareas asignadas: Dirigir y Supervisar la creación, el desarrollo y diseño de los conceptos de Campañas Publicitarias, así como desarrollo de Estrategias de Comunicación, y supervisión de Diseño.

Calificaciones principales:

Experiencia:

Presidente Ejecutivo, con amplia experiencia en la dirección y supervisión del desarrollo y diseño de campañas Publicitarias Institucionales, Comerciales y de índole Social.

EXPERIENCIA LABORAL

- Presidente de Moreno Murillo Máxima, 1997 a la fecha. Dirigiendo campañas para Instituciones Bancarias, Telecomunicaciones, Medios de Comunicación, Gubernamentales, Vehículos, Licores, Calzados, Productos de Consumo del Hogar, Helados, Transportes, Llantas, Mobiliario para Oficina y el Hogar, Comidas Rápidas, Seminarios Empresariales, Instituciones Educativas y Tecnológicas, Pegamentos, Plásticos, Productos de Café, Equipos de Oficina.
- Presidente y Gerente General de la Agencia de Publicidad McCann Erickson El Salvador, en la cual tuve experiencia dirigiendo la publicidad de empresas cuyo rango de actividad abarcan desde: medicinas, vehículos, bebidas gaseosas,

La Compañía de las Ideas

servicios financieros, cosméticos, restaurantes, calzado, materiales de construcción, cerveza, hojas y máquinas de afeitar, ropa, especias y salsas, gasolina y tiendas de conveniencia, productos para cuidado del bebé, café, helados, aceites comestibles, transporte pesado, hasta tractores, etc., 1992-1997

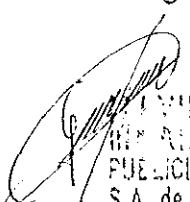
- Director de Mercadeo y Ventas de Tabacalera de El Salvador afiliada de Phillip Morris International (comenzando en la empresa como gerente de publicidad durante los primeros dos años), con la principal responsabilidad de desarrollar la Planeación Estratégica de Mercadeo, así como dirigir los departamentos y áreas de publicidad, promociones, investigación de mercados, desarrollo de nuevos productos, servicio al cliente, relaciones públicas, relaciones corporativas y entrenamiento de personal. Las marcas comercializadas fueron: Marlboro, Diplomat, Baronet, L&m, Chesterfield, así como cervezas Miller y productos alimenticios General Foods (en su introducción). 1985-1991.
- Ejecutivo y después Director de Cuentas en McCann Erickson El Salvador manejando las cuentas de: Tabacalera de El Salvador, Laboratorios Miles (BAYER), ESSO Estándar Oil, Coca-Cola Co., 1982-1985

EXPERIENCIA DOCENTE

- Profesor en la Universidad Dr. José Matías Delgado y en el Instituto Superior de Mercadeo y Ventas, impartiendo las siguientes asignaturas: Publicidad I y II, Técnicas de Investigación Social, Análisis del Consumidor y Desarrollo de Productos Nuevos. 1982-1986
- Capacitación de Diferentes y variados Cursos, Seminarios, Congresos y Convenciones a nivel nacional e internacional.
- Asociaciones: Director de A.S.A.P. (Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad), Director de A.S.P.M. (Asociación Salvadoreña de Profesionales en Mercadeo), Director de Fundación San Pablo, Socio del Círculo Deportivo Internacional.

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

071

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

Educación:

Educación Superior:

Institución de Enseñanza: **Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores Monterrey, Nuevo León México**
Fechas de Asistencia: **1977 - 1981**
Título Obtenido: **Licenciado en Mercadotecnia.**

Experiencia Laboral:

| Fecha: | Nombre de la Organización | Cargo |
|--------------------|--|---------------------------------|
| De 1997 a la Fecha | Máxima Publicidad S.A. de C.V. El Salvador | Presidente |
| De 1992 a 1997 | McCann Erickson El Salvador | Presidente y Gerente General |
| De 1985 a 1991 | Tabacalera de El Salvador/ Phillip Morris International | Director de Mercadeo y Ventas |
| De 1982 a 1985 | McCann Erickson El Salvador | Director y Ejecutivo de Cuentas |

Experiencia docente:

De 1982 a 1986 Universidad Dr. José Matías Delgado
 Instituto Superior de Mercadeo y Ventas

CURRICULUM VITAE

Cargo Propuesto: **CREATIVO PRODUCTOR**

Nombre de la Firma: **MAXIMA CX NAZCA SAATCHI & SAATCHI**

Nombre del Individuo: **GERMAN DANILO MORENO MURILLO**

Profesión: [REDACTED]

Años de trabajo en la Firma: **16 AÑOS**

Nacionalidad: [REDACTED]

Asociaciones profesionales a las que pertenece: **Asociación Salvadoreña de Profesionales en Mercadeo ASPM.**

Detalle de las tareas asignadas:

Creación y conceptualización de Campañas Publicitarias.

Calificaciones principales:

Vicepresidente Creativo, con amplia experiencia en creatividad, elaboración y conceptualización de Campañas Publicitarias con especialidad en Instituciones Gubernamentales y de índole social, de pegamentos, aseguradoras, productos alimenticios, almacenes por departamento, lubricantes, automotores, ropa, agrícolas, de la Lotería Nacional y Lotín, electrodomésticos, especies y sopas, ropa interior femenina, y otros, así como producción de cuñas publicitarias para radio y comerciales de televisión y cine, Ejecutivo de Cuentas, Catedrático Universitario y Asesor de Tesis para grado de Licenciaturas.

Capacitaciones:

- Séptimo, octavo y noveno Simposium Internacional de Mercadotecnia, impartido por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. 1983-1985.
- Seminario sobre Medios Masivos de Comunicación Social, impartido por la Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas", UCA 1985.
- Seminario de Creatividad y Redacción de Mensajes Publicitarios, impartido por FEPADE, San Salvador 1993.
- Seminario de Iluminación y Producción de Televisión, impartido por CINESPOT, San Salvador 1989.
- Seminario de Producción de Audiovisuales, impartido por Omnivideo 1989.
- Seminario intensivo sobre Medios Masivos de Comunicación Social, Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas", UCA

073

La Compañía de las Ideas

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.



MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

- Seminario Reingeniería de los Procesos, impartido por el Dr. Raymond Manganelli, San Salvador 1995.
- Diplomado en Finanzas impartido en FEPADE AÑO 2000
- Seminario de Presentaciones de Alto Impacto de Dale Carnegie, San Salvador 2000.
- Diseño y redacción diversos materiales impresos MINED
- Diseño Y redacción de Documento Desafíos de La Educación en el nuevo milenio

Responsabilidades Trabajos Anteriores pertinentes:

- Creación y Conceptualización de piezas publicitarias para la LOTERÍA NACIONAL DE BENEFICENCIA , en el lanzamiento de LOTIN 1987.
- Creación y Conceptualización de piezas publicitarias para campaña de Recolección de Impuestos, del MINISTERIO DE HACIENDA 1988.
- Creación y Conceptualización de la Campaña de CEL, proyecto, Ahorro de Energía, 1990.
- Creación y Conceptualización y Visualización creativa de Campaña Vacacional de la Caja Mutual de los Empleados del Ministerio de Educación, 1991.
- Creación y Conceptualización de la campaña publicitaria de Movimiento Auténtico Cristiano, 1991.
- Creación y Conceptualización de la campaña publicitaria para valorización de la Educación. En enero, febrero y marzo 1992.
- Creación y Diseño de Calendarios escolares de 1993 al 1997 del Ministerio de Educación.
- Creación y Diseño de Brochure para el Ministerio de Agricultura y Ganadería, Proyecto CAB - julio 1994.
- Creación y Conceptualización de la campaña de imagen de CONCULTURA, 1994.
- Creación y Diseño de Vallas para el proyecto Convenio Antiaftoso Bilateral, CAB, del MAG – 1994
- Creación y Conceptualización de las campañas para las doce Convocatorias

074

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

 MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

del nivel Básico de la ANSP. - Enero a Diciembre de 1995.

- Conceptualización creativa de campañas del MINISTERIO DE EDUCACION, LOGROS I y II - marzo - agosto 1995.
- Creación del suplemento del III Aniversario de la ANSP, - Septiembre 1995.
- Diseño de tres afiches para la ANSP, 1995-2003.
- Creación y Diseño de publicidad exterior: Vallas, paradas de buses para la ANSP, 1996.
- Creación y Diseño de Campañas para el Ministerio de Educación "4 Ejes de la Reforma Educativa". Enero a marzo de 1996.
- Creación y Visualización de Suplemento Ley de la Carrera Docente. Septiembre 1996-2003
- Creación y Visualización de Suplemento Caja Mutual de los Empleados del Ministerio de Educación. Noviembre 1996
- Creación, Diseño y producción de las doce campañas de motivación al ingreso de la ANSP para el año 1996
- Creación y diseño de campañas para Ministerio de Educación, Reforma Educativa. Marzo 1997
- Creación y diseño de Suplemento Ley General de Educación. Abril 1997
- Creación y Conceptualización de campaña para Ley General de Educación Ministerio de Educación. Abril 1997
- Creativo y Productor de campaña de afiliación para maestros y administrativos, Caja Mutual enero-febrero 1997
- Creativo y Productor campaña mes del Maestro, Caja Mutual junio 1997
- Creativo y Productor campaña informativa. Ley General de Educación. Ministerio de Educación mayo-junio 1997
- Creativo y Productor campaña Premio Presidencial Banco Mundial EDUCO, Ministerio de Educación julio 1997
- Creativo de campaña Informativa para la PAES, Ministerio de Educación sept-oct. 1997

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

075


MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

- Creativo y Productor campaña intercambio de semilla mejorada, Ministerio de Agricultura y Ganadería oct. 1997.
- Creativo y Productor de campañas para Valores: Identidad y Solidaridad, Ministerio de Educación oct. 1997.
- Creativo y Productor de Estrategia y conceptos publicitarios para 12 convocatorias para aspirantes a Nivel Básico de la Academia Nacional de Seguridad Pública enero-dic. 1998.
- Creativo y Productor de campañas de Afiliación a los Seguros de Vida y por Sepelio, Caja Mutual enero-dic. 1998.
- Creativo y Productor de campaña Año de los Valores, Ministerio de Educación enero-mar 1998.
- Creativo y Productor de campaña Institucional, SIGET abril 1998.
- Creativo y Productor de campaña Venta de Frecuencias a Nivel Centroamericano, SIGET abril- dic. 1998
- Creativo y Productor de campaña de Logros versión: "Cambio", Ministerio de Educación abril 1998
- Creativo y Productor de campaña PAES, Ministerio de Educación septiembre 1998.
- Creativo y Productor de campaña Institucional de ISDEMU, nov.-dic. 1998.
- Diseño de textos y diseño grafico de Memoria de Labores ISDEMU 1998
- Creativo y Productor de campaña de Logros, Ministerio de Agricultura y Ganadería enero-febrero 1999.
- Creativo y Productor de campaña para cinco Convocatorias del Nivel Básico, Academia Nacional de Seguridad Pública enero a la fecha.
- Creativo y Productor de campaña Nivel Ejecutivo, Academia Nacional de Seguridad Pública enero-mayo 1999.
- Creativo y Productor de campaña Informativa, SIGET enero-marzo 1999.
- Creativo y Productor de campaña "Consejos al Usuario", SIGET abril-mayo 1999.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

0000321

- Creativo y Productor de campaña Teléfono Amigo de la Familia Santa Ana, ISDEMU febrero 1999.
- Creativo y Productor de campaña Teléfono Amigo de la Familia San Miguel, ISDEMU mayo 1999.
- Creativo y Productor de campaña Logros Institucional, Caja Mutual mayo 1999.
- Creativo y Productor de campaña Logros Institucional, Academia Nacional de Seguridad Pública mayo 1999.
- Creativo y Productor de campaña Aumento Monto Seguro Opcional, Caja Mutual junio 1999.
- Creativo y Productor de campaña para el Maestro, Ministerio de Educación junio 1999.
- Diseño y redacción de documentos impresos Caja Mutual.
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional radio y prensa TIDECA, 2000
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Promocional prensa, SIPROSE 2000
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional muñecas Roxana, Lanzamiento Muñeca Pequis, prensa TACOPLAST -2000
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional, ALIMENTOS PRACTICOS – 2000
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional y de Lanzamiento GENERAL DE EQUIPOS – 2000 -2001
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional Ocasiones del León, GENERAL AUTOMOTRIZ – 2000 -2001
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional OEI – 2000 - 2002
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional Agencias Navieras – 2000
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña de Mantenimiento SAUDER – 2000

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

077

- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional, FUNDACIÓN HERMANO PEDRO – 2000
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional BODESA – 2000 - 2001
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional APREMAT – 2000 -2002
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional, UNIVERSAL DE CAFÉ – 2000
- Creativo y productor de Estrategia de Campañas Promocionales, PROCESOS LACTEOS – 2000 -2002
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Usados Confiables GENERAL DE VEHÍCULOS – 2000.
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Sista Tapa Gotera, TANGIT, radio y prensa, HENKEL DE EL SALVADOR, 2000 - 2002
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Proselitista PCN – 2000
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Imagen, prensa MINISTERIO DE DEFENSA – 2000
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña institucional y nuevo ingreso UNSSA –2000
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional Oficinas Productivas – 2000 - 2001
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional y documental NEWCOM – 2000
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional Nuevo Ingreso, radio prensa y televisión UNIVO – 2000 - 2001
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña de Lanzamiento HELADOS SARITA – 2000
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional INVERSIONES REMOR – 2000 -2002

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

078

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional, de Concientización Social y Campaña para las diferentes lineas de servicio ITCA – 2000
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña DE Lanzamiento de Doña Mary – MALHER – 2000
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional y de Concientización Social FEPADE 2000
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Promocional para Aceite Orisol, Jabón Mr. Max y Salsitas Campo fresco, LA FABRIL DE ACEITES 2000 - 2002
- Creativo y productor de Estrategia de Campañas Promocionales para diferentes marcas LIZA, S.A. – 2000 - 2003
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Promocional e Institucional SERVICIOS DE ALIMENTOS – 2000 –2003
- Creativo y Productor de campaña para cinco Convocatorias del Nivel Básico, Academia Nacional de Seguridad Pública 2000 -2003
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Promocional e Institucional para Restaurantes Mr. Donut y NASH – 2000 - 2002
- Creativo y Productor de campañas Ministerio de Educación junio 2000. - 2003
- Creativo y Productor de campañas de Afiliación y Aumento Monto Seguro Opcional, Caja Mutual 2000
- Creativo y Productor de Campaña Motivación de Reconstrucción Post Terremoto, Ministerio de Educación 2001
- Creativo y Productor de Campaña Brigadas de Emergencia Escolar del Ministerio de Educación 2001.
- Creativo y Productor de Campaña Institucional 14 Agencias Departamentales de la Caja Mutual 2001.
- Creativo y Productor de Campaña Empoderamiento Ministerio de Educación 2001.
- Creativo y Productor de Campaña Interna para el Ministerio de Educación 2001.

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.
[Handwritten signature]

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

- Creativo y Productor de Campaña Reafiliación del IPSFA 2001 - 2002
- Creativo y Productor de estrategia de comunicación para cuenta internacional Glaxo Smithkline 2001 - 2003
- Creativo y Productor de estrategia de comunicación para cuenta internacional Durman Esquivel 2001
- Creativo y Productor de estrategia de comunicación para cuenta internacional Samboro 2001
- Creativo y productor de Estrategia de Campañas Promocionales y de Imagen prensa, SILUET CENTER. 2001-2003
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Imagen HEWLETT PACKARD 2001-2003
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional JOSE CARTELLONE CONSTRUCTORES 2001
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Promocionales y de Imagen Prensa SLIM CENTER 2001-2003
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Promocional y de Imagen PERRI ELLIS. 2001 -2002
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional, y de Logros FONAVIPO 2001 -2002
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional INCAE 2001-2002
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional PRODICA 2001
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Promocional y de Imagen prensa, PEVONIA FACIAL 2001-2003
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional Microcréditos BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO 2001-2003
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Imagen y Promocional PAYLESS SHOESOURCE 2001-2003
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Promocionales MAGGI 2001-2003

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
 TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.
[Signature]

080

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

- Diseño de textos Memoria de Labores Fundaeduca
- Redacción de texto y diseño de programa en audio de Cassette y video de Escuelas para Padres de educación Inicial 2002.
- Redacción de texto y diseño grafico de Rotafolios, Guiones para video y Audio de educación Acelerada y Aulas Alternativas. 2002
- Redacción de textos y diseño grafico de documento base de educación Acelerada 2002
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional RIVIANA DE CENTROAMÉRICA, 2002 – 2003
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Mantenimiento SABORES COSCO 2002-2003
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional ACADEMIA NACIONAL DE SEGURIDAD PUBLICA. 1999 – 2003
- Creativo y productor de Estrategia de Campaña Institucional COMITÉ OLIMPICO DE EL SALVADOR. 2003 a la fecha.

Educación

Educación Superior:

Institución de Enseñanza: **Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores Monterrey, Nuevo León México. (ITESM)**

Fechas de Asistencia: 1981- 1985
 Título Obtenido: **Licenciado en Mercadotecnia (ITESM)**

Estudios Especializados: **Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores, Nuevo León México.**
 Institución de Enseñanza

Fecha de Asistencia: 1983-1985
 Título Obtenido: **Diplomado en Turismo**

Fecha de Asistencia: 2002
 Título Obtenido: **Dipomado en Finanzas (FEPADE)**

La Compañía de las Ideas

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Experiencia Laboral:

| | | |
|------------------------------|---|---|
| Fecha: 1988 a la Fecha | Nombre de la Organización Máxima Publicidad S.A. de C.V. El Salvador. | Cargo Vicepresidente Creativo |
| 1986 a 1988 | IPC J Walter Thompson El Salvador. | Ejecutivo de Cuentas |
| 1989 a 1995 | Universidad Nueva San Salvador El Salvador | Catedrático |
| 2000 | Universidad Nueva San Salvador | Decano de la Facultad d Ciencias Humanidades |
| 2000 | Universidad Nueva San Salvador | Asesor y Jurado de Tesis. |

Idiomas:
Español Excelente

082

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com


MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

CURRÍCULUM VITAE

Cargo Propuesto: **DIRECTORA DE CUENTAS**

Nombre de la Firma: **MAXIMA PUBLICIDAD**

AFILIADA A TRIBU NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Nombre del Individuo: **ASTRID LISSETTE MORENO MURILLO DE BURGOS**

Profesión: [REDACTED]

Años de trabajo en la Firma: **15 AÑOS**

Nacionalidad: [REDACTED]

Asociaciones Profesionales a las que pertenece: **Asociación Salvadoreña de Profesionales en Mercadeo. ASPM**

Detalles de las tareas asignadas: Dirigir y supervisar el manejo e implementación de Desarrollo de Campañas Publicitarias, así como atención y asesoría directa al cliente.

Calificaciones Principales:

Experiencia:

Directora Ejecutiva y Gerente de Proyectos especializada en dirección, atención y asesoría a Instituciones Gubernamentales y de Servicio Social, así como Financieras, Educativas, Comerciales, Constructoras, Radiodifusoras, Alimenticios, Medicamentos, Transportes, Agrícolas, etc.

Directora de Medios encargada de planes de inversión, análisis de presupuestos, control de compras en medios, manejo de monitoreo, reportes de competencia, relaciones y negociaciones con los medios de comunicación.

Directora de producción responsable de realización de comerciales para televisión, cuñas de radios, producción de fotografías, supervisión de materiales impresos, producción de Jingles Publicitarios.

Capacitaciones:

- Seminario de Presentaciones de Alto Impacto de Dale Carnegie, 2000
- Seminario de Comunicación de Masas, Universidad "Dr. José Matías Delgado", 1989.
- Seminario intensivo sobre Medios Masivos de Comunicación Social, Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas" UCA 1990
- Seminario intensivo sobre Medios Masivos de Comunicación Social, Universidad "Dr. José Matías Delgado", 1991
- Seminario de Enfoque Psicológico – Humanista de la Comunicación, Universidad "Dr. José Matías Delgado", 1987

La Compañía de las Ideas

083
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

- Seminario de Producción Audiovisual – Omnivideo
- Seminario "Las 22 leyes del Marketing", impartido por el Conferencista Al Ries - CONTACTO, S.A. de C.V. 1993
- Seminario Reingeniería de los Procesos, impartido por el Dr. Raymond Manganelli – CONTACTO S.A. de C.V., 1994
- Mercadeo de Alto Impacto, Universidad Católica de Chile, año 2003

Responsabilidades Trabajos anteriores pertinentes:

- Dirección y Supervisión de Campañas Institucionales para el Banco de Fomento Agropecuario, en el año de 1986
- Dirección y Supervisión y seguimiento de piezas publicitarias para el proyecto de ahorro de energía de la Comisión Ejecutiva Hidroeléctrica del Río Lempa, 1988
- Dirección y Supervisión y seguimiento de piezas publicitarias para PRONALDEX, proyectos, tendencias de medicamentos no autorizados por el Ministerio de Salud, 1989
- Dirección, Supervisión y seguimiento de piezas publicitarias de CEL. Proyecto: Ahorro de energía, 1990.
- Dirección y Supervisión directa en la Campaña Vacacional de la Caja Mutual de los Empleados del MINED, 1991
- Dirección y Supervisión general en campañas de carácter institucional de Caja Mutual de los Empleados del Ministerio de Educación, específicamente en las campañas: Afiliación y Vacacional durante los 12 meses del año 1992
- Dirección y Supervisión total en la creación, desarrollo y difusión de la campaña: Valorización de la Educación, para el Ministerio de Educación, durante los meses de enero a marzo de 1992
- Dirección, Supervisión y Seguimiento en el desarrollo y difusión de piezas publicitarias para CONCULTURA, 1993.
- Dirección y Supervisión en el desarrollo de la campaña institucional de afiliación, dirigida al sector educativo, público y privado de la Caja Mutual de los empleados del MINED, 1994

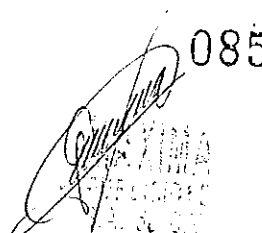
La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

084
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

- Dirección y supervisión de campañas de la Caja Mutual de los Empleados del Ministerio de Educación sobre: la afiliación de los maestros públicos, privados administrativos del sector educación a dicha institución. Período de enero a Octubre de 1995.
- Dirección y supervisión general en la creación, desarrollo y difusión de las campañas Logros I y II, del Ministerio de Educación, marzo a agosto de 1995.
- Dirección, Supervisión y Coordinación de la Campaña Vacacional para la Caja Mutual de los Empleados del Ministerio de Educación. Período noviembre a diciembre de 1995.
- Dirección y Supervisión General de la campaña para el Ministerio de Educación sobre los 4 ejes fundamentales: Cobertura, Calidad, Modernización y Formación en valores de la reforma Educativa, desarrollada en los meses de enero a marzo y octubre de 1996.
- Dirección y Supervisión en la elaboración del documental y la campaña publicitaria acerca de la nueva colección de libros educativos **CIPOTES**, realizada de junio a septiembre de 1996
- Dirección y Supervisión en la elaboración del documental y la campaña publicitaria, sobre los Consejos Directivos Escolares. La cual comprendió los meses: octubre 1996, enero 1997.
- Dirección, Supervisión y seguimiento de campaña para el Ministerio de Educación, basada en el incentivo a Matrícula Escolar. De noviembre a diciembre de 1996.
- Dirección y Supervisión de Suplemento Caja Mutual de los Empleados del Ministerio de Educación. Noviembre 1996.
- Dirección, Supervisión y seguimiento en la elaboración de campaña informativa para la PAES, Período septiembre a octubre de 1997
- Dirección y Supervisión de doce campañas de motivación al ingreso de la ANSP para el año 1996.
- Dirección y supervisión de campañas para Ministerio de Educación, Reforma Educativa. Marzo 1997.

La Compañía de las Ideas

085


- Dirección y Supervisión y seguimiento en elaboración de Suplemento Ley General de Educación. Abril 1997.
- Incidencia directa en elaboración de campaña para Ley General de Educación Ministerio de Educación. Abril 1997.
- Dirección y Supervisión de campaña de afiliación para maestros y administrativos, Caja Mutual Enero - Febrero 1997.
- Dirección y Supervisión y seguimiento de campaña mes del Maestro, Caja Mutual junio 1997.
- Dirección y supervisión campaña informativa. Ley General de Educación. Ministerio de Educación mayo-junio 1997.
- Dirección y supervisión campaña Premio Presidencial Banco Mundial EDUCO, Ministerio de Educación julio 1997
- Dirección y supervisión de campaña Informativa para la PAES, Ministerio de Educación sept. - oct. 1997
- Dirección y supervisión de campaña intercambio de semilla mejorada, Ministerio de Agricultura y Ganadería oct. 1997.
- Dirección y supervisión de campañas para Valores: Identidad y Solidaridad, Ministerio de Educación oct. 1997.
- Dirección y supervisión de Estrategia y conceptos publicitarios para 12 convocatorias para aspirantes a Nivel Básico de la Academia Nacional de Seguridad Pública Enero - Diciembre 1998.
- Dirección y supervisión de campañas de Afiliación a los Seguros de Vida y por Sepelio, Caja Mutual enero - diciembre 1998.
- Dirección y supervisión de campaña Año de los Valores, Ministerio de Educación Enero - Marzo 1998.
- Dirección y supervisión de campaña Institucional, SIGET abril 1998.
- Dirección y supervisión de campaña Venta de Frecuencias a Nivel Centroamericano, SIGET abril- dic. 1998

- Dirección y supervisión de campaña de Logros versión: "Cambio", Ministerio de Educación abril 1998
- Dirección y supervisión de campaña PAES del Ministerio de Educación, sept. 1998.
- Dirección y supervisión de campaña Institucional de ISDEMU, nov. - dic. 1998.
- Dirección y supervisión de campaña de Logros, Ministerio de Agricultura y Ganadería enero - febrero 1999.
- Dirección y supervisión de campaña para cinco Convocatorias del Nivel Básico, Academia Nacional de Seguridad Pública enero a la fecha.
- Dirección y supervisión de campaña Nivel Ejecutivo, Academia Nacional de Seguridad Pública enero - mayo 1999.
- Dirección y supervisión de campaña Informativa, SIGET enero-marzo 1999.
- Dirección y supervisión de campaña "Consejos al Usuario", SIGET abril - mayo 1999.
- Dirección y supervisión de campaña Teléfono Amigo de la Familia Santa Ana, ISDEMU febrero 1999.
- Dirección y supervisión de campaña Teléfono Amigo de la Familia San Miguel, ISDEMU mayo 1999.
- Dirección y supervisión de campaña Logros Institucional, Caja Mutual mayo 1999.
- Dirección y supervisión de campaña Logros Institucional, Academia Nacional de Seguridad Pública mayo 1999.
- Dirección y supervisión de campaña Aumento Monto Seguro Opcional, Caja Mutual junio 1999.
- Dirección y supervisión de campaña para el Maestro, Ministerio de Educación junio 1999.

La Compañía de las Ideas

087
[Handwritten signature]
S.A. DE C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

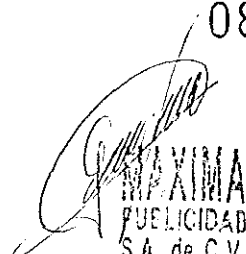
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

- Dirección y supervisión de campaña para el Fortalecimiento de la Justicia y de la Cultura Constitucional, Corte Suprema de Justicia, octubre 1999.
- Dirección y supervisión de campaña de Noveno Aniversario de la Caja Mutual de los Empleados del Ministerio de Educación, noviembre de 1999.
- Dirección y supervisión e Inserción en Medios de Campaña de Diversidad de Líneas Corporativas e Institucionales. FEPADE/ITCA 1999
- Dirección y supervisión de campaña Institucional de la Caja Mutual de los Empleados del Ministerio de Educación. 2000.
- Dirección y supervisión de campaña Institucional de la Universidad de Oriente UNIVO, 2000.
- Dirección y supervisión e inserción en medios de campaña institucional del Incentivo Salarial de la Ruralidad del Ministerio de Educación. 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de campaña institucional del Proyecto Educación Acelerada del Ministerio de Educación. 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de campaña institucional de la Academia Nacional de Seguridad Pública. 2000
- Dirección y supervisión e inserción en Medios de Campaña Diversidad de Líneas Corporativas e Institucional. FEPADE/ITCA. 2000
- Dirección y supervisión e inserción en Medios de Campaña de Aniversario de la Caja Mutual 2000.
- Dirección y supervisión e inserción en Medios de Campaña Motivación de Reconstrucción Post Terremoto, Ministerio de Educación 2001.
- Dirección y supervisión e inserción en Medios de Suplemento Especial de Reacciones Psicológicas en caso de Desastres del Ministerio de Educación 2001.
- Dirección y supervisión de Campaña Brigadas de Emergencia Escolar del Ministerio de Educación 2001.
- Dirección y supervisión e inserción en Medios de Campaña Institucional 14 Agencias Departamentales de la Caja Mutual 2001.

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

088



MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

- Dirección y supervisión e inserción en Medios de Campaña Empoderamiento Ministerio de Educación 2001.
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Campaña Interna para el Ministerio de Educación 2001.
- Dirección y supervisión e inserción en medios Campaña Interna para el Ministerio de Educación 2001.
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Campaña Reafiliación del IPSFA 2001 - 2002
- Dirección y supervisión e inserción en medios de estrategia de comunicación para cuenta internacional Glaxo Smithkline 2001 - 2003
- Dirección y supervisión e inserción en medios de estrategia de comunicación para cuenta internacional Durman Esquivel 2001
- Dirección y supervisión e inserción en medios de estrategia de comunicación para cuenta internacional Samboro 2001
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional radio y prensa TIDECA, 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Promocional prensa, SIPROSE 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional muñecas Roxana, Lanzamiento Muñeca Pequis, prensa TACOPLAST -2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional, ALIMENTOS PRACTICOS – 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional y de Lanzamiento GENERAL DE EQUIPOS – 2000 -2001
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia Campaña Institucional Ocasiones del León, GENERAL AUTOMOTRIZ – 2000 -2001

- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional OEI – 2000 - 2002
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia Campaña Institucional Agencias Navieras – 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia Campaña de Mantenimiento SAUDER – 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia Campaña Institucional, FUNDACIÓN HERMANO PEDRO – 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia Campaña Institucional BODESA – 2000 - 2001
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia Campaña Institucional APREMAT – 2000 -2002
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia Campaña Institucional, UNIVERSAL DE CAFÉ – 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia Campañas Promocionales, PROCESOS LACTEOS – 2000 -2002
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia Campaña Usados Confiables GENERAL DE VEHÍCULOS – 2000.
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Sista Tapa Gotera, TANGIT, radio y prensa, HENKEL DE EL SALVADOR, 2000 - 2002
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Proselitista PCN – 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Imagen, prensa MINISTERIO DE DEFENSA – 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña institucional y nuevo ingreso UNSSA –2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional Oficinas Productivas – 2000 - 2001

- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional y documental NEWCOM – 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional Nuevo Ingreso, radio prensa y televisión UNIVO – 2000 - 2001
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña de Lanzamiento HELADOS SARITA – 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional INVERSIONES REMOR – 2000 -2002
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional, de Concientización Social y Campaña para las diferentes líneas de servicio ITCA – 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña de Lanzamiento de Doña Mary – MALHER – 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional y de Concientización Social FEPAD 2000
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Promocionales para Aceite Orisol, Jabón Mr. Max y Salsitas Campo fresco, LA FABRIL DE ACEITES 2000 - 2002
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campañas Promocionales para diferentes marcas LIZA, S.A. – 2000 - 2003
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Promocional e Institucional SERVICIOS DE ALIMENTOS – 2000 -2003
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Promocional e Institucional para Restaurantes Mr. Donut y NASH – 2000 - 2002
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campañas Promocionales y de Imagen prensa, SILUET CENTER. 2001-2003
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Imagen HEWLETT PACKARD 2001-2003

- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional JOSE CARTELLONE CONSTRUCTORES 2001
-

- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Promocionales y de Imagen Prensa SLIM CENTER 2001-2003
 - Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Promocional y de Imagen PERRI ELLIS. 2001 -2002
 - Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional, y de Logros FONAVIPO 2001 -2002
 - Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional INCAE 2001-2002
 - Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional PRODICA 2001
 - Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Promocional y de Imagen prensa, PEVONIA FACIAL 2001-2003
 - Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional Microcréditos BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO 2001-2003
 - Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Imagen y Promocional PAYLESS SHOESOURCE 2001-2003
 - Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Promocionales MAGGI 2001- 2003
 - Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Institucional RIVIANA DE CENTROAMÉRICA, 2002 – 2003
 - Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia de Campaña Mantenimiento SABORES COSCO 2002-2003
-

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

0000337

Educación:

Educación Superior:

- Institución de Enseñanza: **Universidad Nueva San Salvador**
- Fechas de Asistencia: **1988 – 1993**
- Título Obtenido: **Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas**

Estudios Especializados:

- Institución de Enseñanza: **Fundación Empresarial para el Desarrollo Educativo (FEPADE)**
- Fecha de asistencia: **1994**
- Título obtenido: **Diplomada en Mercadeo**

Experiencia Laboral:

| Fecha: | Nombre de las Organización | Cargo |
|-----------------------|--|---------------------------------------|
| De 1988 a la Fecha | Máxima Publicidad, S.A de C.V. El Salvador. | Vicepresidenta Ejecutiva & Medios. |
| En 1987 | Munés Publicidad, S.A. de C.V. El Salvador | Ejecutiva de Cuentas |
| De 1986 a 1987 | Munés Publicidad, S.A. de C.V. El Salvador. | Directora Producción |
| De 1983 a 1986 | Banco Cuscatlán El Salvador | Secretaria II |

093

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

CURRÍCULO VITAE

Cargo Propuesto: **DIRECTORA CREATIVA**

Nombre de la Firma: **MAXIMA CX NAZCA SAATCHI & SAATCHI**

Nombre del Individuo: **MARIA EUGENIA DELGADILLO DE PINEDA**

Profesión: [REDACTED]

Años de experiencia en publicidad: **18 ANOS**

Nacionalidad: [REDACTED]

Detalles de las tareas asignadas: Crear, desarrollar y diseñar conceptos de Campañas Publicitarias, así como desarrollo de Estrategias de Comunicación, y supervisión de Diseño.

Calificaciones Principales:

Experiencia:

Directora Creativa, especializada en dirección, creación, desarrollo y diseño de estrategias de Comunicación y Conceptos Publicitarios a Instituciones Gubernamentales y de Servicio Social, así como Educativas, Comerciales, Constructoras, Radiodifusoras, Alimenticios, Medicamentos, Transportes, Agrícolas, etc.

Copy Writer, encargada de desarrollo de textos y conceptos de campañas publicitarias, nacionales y regionales, de productos de consumo del hogar, Accesorios, Electrodomésticos, instituciones Financieras, Gasolineras, etc.

Capacitaciones.

- Seminario de Presentaciones de Alto Impacto de Dale Carnegie, 2000
- Seminario de Ortografía, Asociación de Secretarías de El Salvador.
- Seminario de Actualización de la Real Academia. ASI
- Seminario Calidad en el Servicio al Cliente. Sistemas Culturales y Educativos
- Seminario Calidad Total. Sistemas Culturales y Educativos
- Seminario Como Administrar Bien el Tiempo (impartido por George Teag)
- Seminario de Producción Audiovisual (impartido por David Calderón).
- Seminario Mercadeo de Alto Impacto, Universidad Católica de Chile, año 2003

La Compañía de las Ideas

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Responsabilidades Trabajos anteriores pertinentes:

- Responsable de la promoción del programa de becas para el IBM General Learning, 1985 – 1986.
- Elaboración de un documental a promoverse en los vuelos de TACA, en la región Centroamericana para asistir al evento, 1992.
- Conceptualización, diseño y desarrollo de campaña de Prevención de Enfermedades del Ganado, proyecto Convenio Antiaftoso Bilateral del MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA, junio 1994.
- Diseño de campaña de afiliación de la CAJA MUTUAL, marzo a diciembre de 1994.
- Diseño de conceptos para campaña publicitaria de concientización ecológica para SEMA, proyecto PROMESA, octubre de 1994.
- Coordinación y Diseño de 12 campañas de Convocatoria Nivel Básico de la ANSP, enero a diciembre de 1995.
- Creación y Diseño de II Etapa de campaña de concientización ecológica para SEMA que incluye la revisión y evaluación de producción de conceptos de la segunda etapa, proyecto PROMESA, febrero, 1995.
- Diseño de campañas para el MINED, logros I y II, marzo a agosto 1995.
- Creación y Diseño de campaña y 4 ejes de Reforma Educativa, MINED, enero a marzo y octubre de 1996.
- Conceptualización y diseño de campaña testimonial de LA CAJA MUTUAL, mayo a junio de 1996.
- Conceptualización y diseño de campaña de lanzamiento para el nuevo Seguro por Sepelio de Caja Mutual, julio a octubre de 1996.
- Creación y Diseño de documental y campaña de lanzamiento para nueva Colección CIPOTES, junio a septiembre de 1996.

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

095

- Creación y Diseño de documental y campaña de divulgación de los Consejos Directivos Escolares, octubre de 1996 y enero a marzo de 1997.
- Creación y Diseño de campaña de Incentivo de Matrícula Escolar. Noviembre a diciembre de 1996.
- Creación y Diseño de campaña del MINISTERIO DE EDUCACIÓN, reforma educativa. Marzo de 1997.
- Diseño de campaña institucional de LA CAJA MUTUAL DE LOS EMPLEADOS DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN, abril de 1997.
- Creación y Diseño de campaña para divulgar artículos de la LEY GENERAL DE EDUCACIÓN, abril a mayo de 1997.
- Diseño y desarrollo de campaña para dar a conocer la prueba de Aptitudes y Aprendizaje PAES, agosto 1997
- Creación y Diseño de conceptos publicitarios para 12 convocatorias para aspirantes a Nivel Básico de la Academia Nacional de Seguridad Pública enero a diciembre de 1998.
- Creación y Diseño de Campañas de Afiliación a los Seguros de vida y por sepelio, Caja Mutual enero a diciembre 1998.
- Creación y Diseño de campaña Año de los Valores, Ministerio de Educación enero a marzo 1998.
- Creación y Diseño de Campaña Institucional, SIGET abril 1998.
- Creación y Diseño de Campaña Venta de Frecuencias a Nivel Centroamericano, SIGET abril a diciembre 1998.
- Creación y Diseño de campaña de Logros versión "Cambio", Ministerio de Educación, abril 1998.
- Creación y Diseño de campaña PAES, Ministerio de Educación septiembre 1998.
- Creación y Diseño de campaña Institucional de ISDEMU, noviembre a diciembre 1998.

MAXIMA PUBLICIDAD

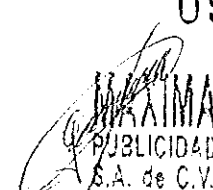
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

0000341

- Creación y Diseño de campaña de Logros, Ministerio de Agricultura y Ganadería enero a febrero 1999.
- Creación y Diseño de campaña para cinco Convocatorias del Nivel Básico, Academia Nacional de Seguridad Pública enero a la fecha.
- Creación y Diseño de campañas para Valores: Identidad y Solidaridad, Ministerio de Educación oct. 1997.
- Diseño de Estrategia y conceptos publicitarios para 12 convocatorias para aspirantes a Nivel Básico de la Academia Nacional de Seguridad Pública Enero - Diciembre 1998.
- Creación y Diseño de campañas de Afiliación a los Seguros de Vida y por Sepelio, Caja Mutual enero - diciembre 1998.
- Creación y Diseño de campaña Año de los Valores, Ministerio de Educación Enero - Marzo 1998.
- Creación y Diseño de campaña Institucional, SIGET abril 1998.
- Diseño de campaña Venta de Frecuencias a Nivel Centroamericano, SIGET abril- dic. 1998
- Creación y Diseño de campaña de Logros versión: "Cambio", Ministerio de Educación abril 1998
- Creación y Diseño de campaña PAES del Ministerio de Educación, sept. 1998.
- Creación y Diseño de campaña Institucional de ISDEMU, nov. - dic. 1998.
- Creación y Diseño de campaña de Logros, Ministerio de Agricultura y Ganadería enero - febrero 1999.
- Creación y Diseño de campaña para cinco Convocatorias del Nivel Básico, Academia Nacional de Seguridad Pública enero a la fecha.
- Creación y Diseño de campaña Nivel Ejecutivo, Academia Nacional de Seguridad Pública enero - mayo 1999.
- Creación y Diseño de campaña Informativa, SIGET enero-marzo 1999.

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

097

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

- Creación y Diseño de campaña "Consejos al Usuario", SIGET abril - mayo 1999.
- Creación y Diseño de campaña Teléfono Amigo de la Familia Santa Ana, ISDEMU febrero 1999.
- Creación y Diseño de campaña Teléfono Amigo de la Familia San Miguel, ISDEMU mayo 1999.
- Creación y Diseño de campaña Logros Institucional, Caja Mutual mayo 1999.
- Creación y Diseño de campaña Logros Institucional, Academia Nacional de Seguridad Pública mayo 1999.
- Creación y Diseño de campaña Aumento Monto Seguro Opcional, Caja Mutual junio 1999.
- Creación y Diseño de campaña para el Maestro, Ministerio de Educación junio 1999.
- Creación y Diseño de campaña de Noveno Aniversario de la Caja Mutual de los Empleados del Ministerio de Educación, noviembre de 1999.
- Creación y Diseño de Campaña de Diversidad de Líneas Corporativas e Institucionales. ITCA/FEPADE. 1999
- Creación y Diseño de campaña Institucional de Caja Mutual de los Empleados del Ministerio de Educación 2000.
- Creación y Diseño de Campaña Institucional de convocatorias del Nivel Básico de la Academia Nacional Seguridad Pública 2000.
- Creación y Diseño de Campaña del Incentivo Salarial de la Ruralidad del Ministerio de Educación 2000.
- Creación y Diseño de Campaña Publicitaria para el proyecto Educación Acelerada del Ministerio de Educación 2000.
- Creación y Diseño de Campaña Institucional de la Universidad de Oriente, UNIVO 2000.

- Creación y Diseño de Campaña de Aniversario de la Caja Mutual del Ministerio de Educación 2000.
- Creación y Diseño de Campaña Motivación Reconstrucción Post-Terremoto Ministerio de Educación 2001.
- Creación y Diseño de Campaña de Brigadas de Emergencia Escolar en caso de Desastres Ministerio de Educación 2001.
- Creación y Diseño de Campaña de Empoderamiento, Ministerio de Educación 2001.
- Creación y Diseño de Campaña Interna para los empleados del Ministerio de Educación 2001.
- Creación y Diseño de Campaña de Reafiliación del IPSFA, 2001.- 2002
- Creación y Diseño de Campaña Institucional radio y prensa TIDECA, 2000
- Creación y Diseño de Campaña Promocional prensa, SIPROSE 2000
- Creación y Diseño de Campaña Institucional muñecas Roxana, Lanzamiento Muñeca Pequis, prensa TACOPLAST -2000
- Creación y Diseño de Campaña Institucional, ALIMENTOS PRACTICOS – 2000
- Creación y Diseño de Campaña Institucional y de Lanzamiento GENERAL DE EQUIPOS – 2000 -2001
- Creación y Diseño de Campaña Institucional Ocasiones del León, GENERAL AUTOMOTRIZ – 2000 -2001
- Creación y Diseño de Campaña Institucional OEI – 2000 - 2002
- Creación y Diseño de Campaña Institucional Agencias Navieras – 2000
- Creación y Diseño de Campaña de Mantenimiento SAUDER – 2000
- Creación y Diseño de Campaña Institucional, FUNDACIÓN HERMANO PEDRO – 2000
- Creación y Diseño de Campaña Institucional BODESA – 2000 - 2001

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

- Creación y Diseño de Campaña Institucional APREMAT – 2000 -2002
- Creación y Diseño de Campaña Institucional, UNIVERSAL DE CAFÉ – 2000
- Creación y Diseño de Campañas Promocionales, PROCESOS LACTEOS – 2000 -2002
- Creación y Diseño de Campaña Usados Confiables GENERAL DE VEHÍCULOS – 2000.
- Creación y Diseño de Campaña Sista Tapa Gotera, TANGIT, radio y prensa, HENKEL DE EL SALVADOR, 2000 - 2002
- Creación y Diseño de Campaña Proselitista PCN – 2000
- Creación y Diseño de Campaña Imagen, prensa MINISTERIO DE DEFENSA – 2000
- Creación y Diseño de Campaña institucional y nuevo ingreso UNSSA –2000
- Creación y Diseño de Campaña Institucional Oficinas Productivas – 2000 - 2001
- Creación y Diseño de Campaña Institucional y documental NEWCOM – 2000
- Creación y Diseño de Campaña Institucional Nuevo Ingreso, radio prensa y televisión UNIVO – 2000 - 2001
- Creación y Diseño de Campaña de Lanzamiento HELADOS SARITA – 2000
- Creación y Diseño de Campaña Institucional INVERSIONES REMOR – 2000 - 2002
- Creación y Diseño de Campaña Institucional, de Concientización Social y Campaña para las diferentes líneas de servicio ITCA – 2000
- Creación y Diseño de Campaña de Lanzamiento de Doña Mary – MALHER – 2000
- Creación y Diseño de Campaña Institucional y de Concientización Social FEPAD 2000

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.

- Creación y Diseño de Campañas Promocionales para Aceite Orisol, Jabón Mr. Max y Salsitas Campo fresco, LA FABRIL DE ACEITES 2000 - 2002
- Dirección y supervisión e inserción en medios de Estrategia, Diseño y Producción de Campañas Promocionales para diferentes marcas LIZA, S.A. - 2000 - 2003
- Creación y Diseño de Campaña Promocional e Institucional SERVICIOS DE ALIMENTOS - 2000 -2003
- Creación y Diseño de Campaña Promocional e Institucional para Restaurantes Mr. Donut y NASH - 2000 - 2002
- Creación y Diseño de Campañas Promocionales y de Imagen prensa, SILUET CENTER. 2001-2003
- Creación y Diseño de Campaña Imagen HEWLETT PACKARD 2001-2003
- Creación y Diseño de Campaña Institucional JOSE CARTELLONE CONSTRUCTORES 2001
- Creación y Diseño de Campaña Promocionales y de Imagen Prensa SLIM CENTER 2001-2003
- Creación y Diseño de Campaña Promocional y de Imagen PERRI ELLIS. 2001 - 2002
- Creación y Diseño de Campaña Institucional, y de Logros FONAVIPO 2001 - 2002
- Creación y Diseño Creación y Diseño de Campaña Institucional INCAE 2001-2002
- Creación y Diseño de Campaña Institucional PRODICA 2001
- Creación y Diseño de Campaña Promocional y de Imagen prensa, PEVONIA FACIAL 2001-2003
- Creación y Diseño de Campaña Institucional Microcréditos BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO 2001-2003

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

0000346

- Creación y Diseño de Campaña Imagen y Promocional PAYLESS SHOESOURCE 2001-2003
- Creación y Diseño de Campaña Promocionales MAGGI 2001- 2003
- Creación y Diseño de Campaña Institucional RIVIANA DE CENTROAMÉRICA, 2002 – 2003
- Creación y Diseño de Campaña Mantenimiento SABORES COSCO 2002-2003

Educación:

Educación Superior:

- Institución de Enseñanza: **Universidad "Dr. José Matías Delgado"**
- Fechas de Asistencia: **1980 – 1984**
- Título Obtenido: **Eg. Ciencias de la Comunicación**

Experiencia Laboral:

| Fecha: | Nombre de las Organización | Cargo |
|--------------------|--|--------------------|
| De 1993 a la Fecha | Máxima Publicidad, S.A de C.V. El Salvador. | Directora Creativa |
| De 1986 a 1993 | Publicidad Comercial El Salvador. | Creativa |
| En 1984 a 1986 | IBM WORLD TRADE CORPORATION El Salvador | Asistente General |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

102

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

CURRÍCULUM VITAE

Cargo Propuesto: **CREATIVO / PRODUCTOR**
Nombre de la Firma: **MAXIMA PUBLICIDAD AFILIADA A TRIBU / NAZCA
SAATCHI & SAATCHI**
Nombre del Individuo: **ROLANDO ARTIGA**
Profesión: **[REDACTED]**
Años de experiencia en publicidad: **24 años**

Nacionalidad: **[REDACTED]**

Detalles de las tareas asignadas: Creativo y productor

Calificaciones Principales:

Experiencia: Conceptualización de Campañas y desarrollo de mensajes, Jefe de Arte y producción de audio- visuales.

Creativo y productor de Campañas para; Telemóvil, ISNA, OIT/IPEC, FutureKids, Banco de Comercio, Banco Guadalupe, TEXACO, ISSS, Coca-Cola, Pilsener, Aceite San Clara, DIDELCO, Garamissa, Toyota, Daewoo, entre otras.

Capacitaciones: Diversos cursos de Redacción, Mercadeo, Relaciones Públicas y producción de audio-visuales

EXPERIENCIA LABORAL:

- MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.
- FUNES Y ASOCIADOS – NPC PUBLICIDAD
- McCAN ERICKSON PUBLICIDAD
- PUBLINETER
- JM CREATIVOS

La Compañía de las Ideas

Educación Superior:

- Arquitectura, Universidad de El Salvador
 - Egresado de Técnico Superior en Ventas, Publicidad y mercadeo.
 - Diversos cursos de redacción y Mercadeo.
-

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TEL.S.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

104

CURRICULUM VITAE

Cargo Propuesto: **CREATIVO VISUALIZADOR**
Nombre de la Firma : **MAXIMA NAZCA SAATCHI & SAATCHI**
Nombre del Individuo: **CHRISTIAN ALBERTO LÓPEZ MARQUEZ**
Profesión: [REDACTED]
Fecha de Nacimiento: [REDACTED]
Años de trabajar con la empresa: **4 años** Nacionalidad: [REDACTED]

Asociaciones profesionales a las que pertenece: **NINGUNA**

Detalle de tareas asignadas: Visualizador creativo, arte finalista, retoque de fotografías, escaneo de imágenes, vectorización de logos, paginas Web.

Calificaciones Principales:

Diseño Grafico, Conocimiento de prensa, Restauración, Producción Final - Prensa, y Visualización Creativa.
Conocimientos Flash Freehand 9.0, Macromedia Freehand 10, Macromedia 5.0, ADOBE Photoshop 7.0, Adobe Image Ready 7.0, Gif Movie Gear 3.0, Pinnacle PCTV Visión (video web), Corel Draw 9.0, Corel Photopaint 9.0 y Swish 2.0.

Capacitaciones:

Licenciatura en Diseño Grafico: Escuela de Artes aplicadas "Carlos Alberto Imery". Universidad José Matías Delgado: Diseño Grafico (1994 a la fecha)

Responsabilidades de trabajos Anteriores Pertinentes

- Visualizador. Elaborando campañas para las cuentas:, Caja Mutual, Ministerio de Educación/PAES, LIZA, Slin Center, Pevonia, Siluet Center, Banco de Fomento Agropecuario, Grupo Campestre, Gonzales Asociados, Sabores Cosco, Editoriales La Ceiba,
- Trabajos anteriores: WEB INFORMATICA, S.A. DE C.V.

PREMIOS OBTENIDOS

PRIMER LUGAR: afiche Temporada Navideña "El Mundo Mágico de Cri-Cri"
Organizado por la Escuela Nacional de Danza "Morena Celarié"

La Compañía de las Ideas

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

SEGUNDO LUGAR: Concurso "Diseña tu Página Web", Organizado por 123.com.sv y Patrocinado por Americatel.

SEGUNDO LUGAR: Creación de personaje, para Campaña de Concientización y Limpieza Organizado por la OPAMSS

TERCER LUGAR: Creación de personaje y Logotipo para los Segundos Juegos deportivos Universitarios LEVI'S

GANADOR: "Diseño de Postales Navideñas", para Aldeas Infantiles SOS El Salvador.

Educación

Educación Superior:

Institución de enseñanza:

Universidad Dr. José Matías Delgado

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/ NAZCA SAATCHI & SAATCHI

CURRÍCULO VITAE

Cargo Propuesto: **JEFE DE MEDIOS**

Nombre de la Firma: **MAXIMA PUBLICIDAD AFILIADA A TRIBU /NAZCA
SAATCHI & SAATCHI**

Nombre del Individuo: **MARÍA VERÓNICA GUANDIQUE CÁRDENAS**

Profesión: [REDACTED]

Años de experiencia en publicidad: **7 AÑOS**

Nacionalidad: [REDACTED]

Detalles de las Tareas Asignadas: Jefe de Medios encargada de elaborar planes de inversión, análisis de presupuestos, control de compras en medios, manejo de monitoreo, reportes de competencia, relaciones y negociaciones con los medios de comunicación.

Calificaciones Principales:

Experiencia:

Ejecutiva de Medios encargada de análisis y planificación de estrategias, elaboración de presupuestos y ordenes de televisión, radio y prensa; elaboración de reportes de monitoreo y competencia así como atención y negociación en los medios de comunicación para diferentes campañas.

Capacitaciones:

- Seminario de Atención y Servicio al Público CAMARA DE COMERCIO 1997
- Seminario de RR.PP. UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA 1996
- Seminario de R.R. H.H. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA 1995

Responsabilidades Trabajos anteriores pertinentes:

- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para cuenta internacional Payless ShoeSource en campañas: Lanzamiento y Mantenimiento 2001.
- Ejecutiva en Planificación y estrategia de medios para cuenta internacional Glaxo Smithkline en campaña de mantenimiento 2001.
- Ejecutiva en Planificación y estrategia de medios para cuenta internacional Durman Esquivel en campaña de mantenimiento 2001.
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la El Ministerio de educación en; Campaña Motivación de Reconstrucción Post Terremoto, Suplemento Especial de Reacciones Psicológicas, Campaña Escolar, Campaña Empoderamiento, Campaña Institucional del incentivo Salarial de la Ruralidad, Campaña Interna, Proyecto Educación Acelerada 2000- 2003

La Compañía de las Ideas

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

107

- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para La CAJA MUTUAL en Campaña Institucional 14 Agencias Departamentales., Campaña de Aniversario, Campañas Seguros de Vida de 2000.2003
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para el IPSFA 2001.
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la cuenta internacional Samboro en campaña de mantenimiento 2001.
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la La Universidad de Oriente UNIVO, en Campañas Institucional Nuevo Ingreso, radio prensa y Tv. – 2000 2001
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la campaña Diversidad de Líneas Corporativas e Institucional FEPADE/ITCA, 2000.
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campaña Promocional prensa, SIPROSE 2000
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campaña Institucional muñecas Roxana, Lanzamiento Muñeca Pequis, prensa TACOPLAST –2000
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campaña Institucional OEI – 2000 – 2002
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campaña de Mantenimiento SAUDER – 2000
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campaña Institucional BODESA – 2000 – 2001
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campaña Institucional APREMAT – 2000 –2002
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campaña Institucional y documental NEWCOM – 2000
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campaña de Lanzamiento HELADOS SARITA – 2000
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campaña Institucional INVERSIONES REMOR – 2000 -2002
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campaña Promocional e Institucional para Restaurantes Mr. Donut y NASH – 2000 – 2002

La Compañía de las Ideas

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campañas Promocionales y de Imagen prensa, SILUET CENTER. 2001-2003
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campaña Imagen HEWLETT PACKARD 2001-2003
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campaña Institucional JOSE CARTELLONE CONSTRUCTORES 2001
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campaña Institucional INCAE 2001-2002
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campaña Institucional PRODICA 2001
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la Campaña Promocionales MAGGI 2001- 2003
- Ejecutiva en planificación y estrategia de medios para la campaña Logros, Ministerio de Agricultura y Ganadería, enero-febrero 1999

Educación:

Educación Superior:

- Institución de Enseñanza: **Universidad Tecnológica de El Salvador**
- Fechas de Asistencia: **1993 – 1997**
- Título Obtenido: **Licenciada en Relaciones Públicas y Comunicaciones**

Experiencia Laboral:

| Fecha: De 2000 a la Fecha | Nombre de las Organización Máxima Publicidad, S.A de C.V. El Salvador. | Cargo Jefe de Medios |
|---------------------------------|--|-------------------------|
| De 1998-2000 | McCann Erickson de El Salvador | Asistente de Medios |
| De 1997-1998 | Cronos Publicidad | Ejecutiva Junior |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI
CURRICULUM VITAE

Cargo Propuesto: **COPY CREATIVO**

Nombre de la firma: **MÁXIMA NAZCA Saatchi & Saatchi**

Nombre del individuo: **Astrid Adilia Lissette Moreno Murillo**

Profesión: [REDACTED]

Años de trabajar en la empresa: **3 años** Nacionalidad: [REDACTED]

Asociaciones profesionales a las que pertenece: **Ninguna**

Detalle de tareas asignadas: textos de prensa, cuñas radiales, textos televisivos, boletín de agencia, conceptos creativos.

Calificaciones principales:

Capacitaciones:

Técnico en Comunicación Social, Instituto Especializado Escuela de Comunicación Mónica Herrera.

Congreso de Comunicación y Democracia, Puerto Rico.

Responsabilidades de trabajo anteriores pertinentes

- ✓ Copy. Campañas de radio para: La cadena, Caja Mutual, Ministerio de Educación, La Ceiba.
- ✓ Copy. Prensa para: petrow, Bicicletas KT, Ministerio de educación, Hiper Mall Las Cascadas, Torregoz.

Premios obtenidos

Primer lugar: Investigación en campaña de FUEM. Organizada en conjunto con la escuela Mónica Herrera y FUEM.

Tercer Lugar: campaña Polideportivo Mejicanos. Proyecto hecho en conjunto con alumnos de cuarto año de la escuela de economía (ESEN).

Educación

Educación superior

Instituto de enseñanza: **Escuela de Comunicación Mónica Herrera.**

La Compañía de las Ideas

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

CURRICULUM VITAE

Cargo Propuesto: [REDACTED]

Nombre de la Firma: **MAXIMA CX NAZCA SAATCHI & SAATCHI**Nombre del Individuo: **PATRICIA DEL CARMEN RIVAS MEJIA**

Fecha de Nacimiento: [REDACTED]

Años de trabajo en la Firma: **05 AÑOS**

Nacionalidad: [REDACTED]

Detalles de las tareas asignadas: supervisar el manejo e implementación de Desarrollo de Campañas Publicitarias, así como atención y asesoría directa al cliente.

Calificaciones Principales:**Experiencia:**

Ejecutiva de cuentas especializada en atención y asesoría a Instituciones Gubernamentales y de Servicio Social, así como Financieras, Educativas, Comerciales, Constructoras, Radiodifusoras, Alimenticios, Medicamentos, Transportes, Agrícolas, etc.

Capacitaciones:

- Seminario de presentaciones de Alto Impacto Dale Carnegie, 2000
- Seminario de Investigaciones de Mercado, 2002
- Seminario mercadeo de alto Impacto, Universidad Católica de Chile, año 2003.

Responsabilidades Trabajos anteriores pertinentes:

- Supervisión de campaña Institucional de la Caja Mutual de los Empleados del Ministerio de Educación. 2000.
- Supervisión de campaña Institucional de la Universidad de Oriente UNIVO, 2000.
- Supervisión e inserción en medios de campaña institucional del Incentivo Salarial de la Ruralidad del Ministerio de Educación. 2000
- Supervisión e inserción en medios de campaña institucional del Proyecto Educación Acelerada del Ministerio de Educación. 2000

La Compañía de las Ideas

**MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.**

[Handwritten signature] 111

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

- Supervisión e inserción en medios de campaña institucional de la Academia Nacional de Seguridad Publica. 2000
- Supervisión e inserción en Medios de Campaña Diversidad de Líneas Corporativas e Institucional. FEPADE/ITCA. 2000
- Supervisión e inserción en Medios de Campaña de Aniversario de la Caja Mutual 2000.
- Supervisión e inserción en Medios de Campaña Motivación de Reconstrucción Post Terremoto, Ministerio de Educación 2001.
- Supervisión e inserción en Medios de Suplemento Especial de Reacciones Psicológicas en caso de Desastres del Ministerio de Educación 2001.
- Supervisión de Campaña Brigadas de Emergencia Escolar del Ministerio de Educación 2001.
- Supervisión e inserción en Medios de Campaña Institucional 14 Agencias Departamentales de la Caja Mutual 2001.
- Supervisión e inserción en Medios de Campaña Empoderamiento Ministerio de Educación 2001.
- Supervisión desarrollo de Campaña Interna para el Ministerio de Educación 2001.
- Supervisión e inserción en Medios de Campaña Reafiliación del IPSFA 2001.
- Supervisión e inserción en medios de campaña institucional de cuenta internacional Payless ShoeSource 2001.
- Desarrollo de estrategia de comunicación para cuenta internacional Glaxo Smithkline 2001.
- Desarrollo de estrategia de comunicación para cuenta internacional Durman Esquivel 2001.
- Desarrollo de estrategia de comunicación para cuenta internacional Samboro 2001.
- Supervisión e inserción en medios de campaña institucional de Campestre 2002
- Desarrollo de estrategia de comunicación para lanzamiento Campestre 2003

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

- Supervisión e inserción en medios de campaña promocional Bacordi Bacli Bash 2002
- Supervisión e inserción en Medios de Campaña Promocional Maggi el Sueldo de mamá yayo 2002
- Desarrollo de estrategia de comunicación para campaña promocional Moderniza tu cocina con Maggi Abril 2003
- Desarrollo de estrategia de comunicación para campaña promocional Promoglo de ANDREWS junio 2002
- Desarrollo de estrategia de comunicación para Lanzamiento Delicias de Pollo Maggi marzo 2003
- Desarrollo de estrategia de comunicación para concientización sobre la Educación Inicial OEF 2003
- Desarrollo de estrategia de comunicación para Lanzamiento Panadol Multisintomas no sueño 2003

Educación:

Educación Superior:

- Institución de Enseñanza: **Universidad Tecnológica de El Salvador**
- Fechas de Asistencia: **1993 – 1994**
- Título Obtenido: **II CICLO DE INGENIERIA INDUSTRIAL**

Experiencia Laboral:

| Fecha: | Nombre de las Organización | Cargo |
|-----------|--------------------------------|--------------------------|
| 2000-2004 | Máxima Publicidad, S.A de C.V. | Ejecutiva de Cuentas |
| 1997-2000 | Máxima Publicidad, S.A de C.V. | Asistente de Cuentas |
| 1994-1997 | Banco de Tierras | Asistente Dpto. Jurídico |
| 1993-1994 | ARCO INGENIEROS | Digitadora |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
 TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

CURRICULUM VITAE

Cargo Propuesto: **EJECUTIVA DE CUENTAS**

Nombre de la Firma: **MAXIMA CX NAZCA SAATCHI & SAATCHI**

Nombre del Individuo: **PATRICIA DEL CARMEN RIVAS MEJIA**

Años de trabajo en la Firma: **07 AÑOS**

Nacionalidad: **SALVADOREÑA**

Detalles de las tareas asignadas: supervisar el manejo e implementación de Desarrollo de Campañas Publicitarias, así como atención y asesoría directa al cliente.

Calificaciones Principales:

Experiencia:

Ejecutiva de cuentas especializada en atención y asesoría a Instituciones Gubernamentales y de Servicio Social, así como Financieras, Educativas, Comerciales, Constructoras, Radiodifusoras, Alimenticios, Medicamentos, Transportes, Agrícolas, etc.

Capacitaciones:

- Seminario de presentaciones de Alto Impacto Dale Carnegie, 2000
- Seminario de Investigaciones de Mercado, 2002
- Seminario mercadeo de alto Impacto, Universidad Católica de Chile, año 2003.

Responsabilidades Trabajos anteriores pertinentes:

- Supervisión de campaña Institucional de la Caja Mutual de los Empleados del Ministerio de Educación. 2000.
- Supervisión de campaña Institucional de la Universidad de Oriente UNIVO, 2000.
- Supervisión e inserción en medios de campaña institucional del Incentivo Salarial de la Ruralidad del Ministerio de Educación. 2000
- Supervisión e inserción en medios de campaña institucional del Proyecto Educación Acelerada del Ministerio de Educación. 2000

La Compañía de las Ideas

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

- Supervisión e inserción en medios de campaña institucional de la Academia Nacional de Seguridad Publica. 2000
- Supervisión e inserción en Medios de Campaña Diversidad de Líneas Corporativas e Institucional. FEPADE/ITCA. 2000
- Supervisión e inserción en Medios de Campaña de Aniversario de la Caja Mutual 2000.
- Supervisión e inserción en Medios de Campaña Motivación de Reconstrucción Post Terremoto, Ministerio de Educación 2001.
- Supervisión e inserción en Medios de Suplemento Especial de Reacciones Psicológicas en caso de Desastres del Ministerio de Educación 2001.
- Supervisión de Campaña Brigadas de Emergencia Escolar del Ministerio de Educación 2001.
- Supervisión e inserción en Medios de Campaña Institucional 14 Agencias Departamentales de la Caja Mutual 2001.
- Supervisión e inserción en Medios de Campaña Empoderamiento Ministerio de Educación 2001.
- Supervisión desarrollo de Campaña Interna para el Ministerio de Educación 2001.
- Supervisión e inserción en Medios de Campaña Reafiliación del IPSFA 2001.
- Supervisión e inserción en medios de campaña institucional de cuenta internacional Payless ShoeSource 2001.
- Desarrollo de estrategia de comunicación para cuenta internacional Glaxo Smithkline 2001.
- Desarrollo de estrategia de comunicación para cuenta internacional Durman Esquivel 2001.
- Desarrollo de estrategia de comunicación para cuenta internacional Samboro 2001.
- Supervisión e inserción en medios de campaña institucional de Campestre 2002
- Desarrollo de estrategia de comunicación para lanzamiento Campestre 2003

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
 TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

- Supervisión e inserción en medios de campaña promocional Bacordi Bacli Bash 2002
- Supervisión e inserción en Medios de Campaña Promocional Maggi el Sueldo de mamá yayo 2002
- Desarrollo de estrategia de comunicación para campaña promocional Moderniza tu cocina con Maggi Abril 2003
- Desarrollo de estrategia de comunicación para campaña promocional Promoglo de ANDREWS junio 2002
- Desarrollo de estrategia de comunicación para Lanzamiento Delicias de Pollo Maggi marzo 2003
- Desarrollo de estrategia de comunicación para concientización sobre la Educación Inicial OEF 2003
- Desarrollo de estrategia de comunicación para Lanzamiento Panadol Multisintomas no sueño 2003

Educación:

Educación Superior:

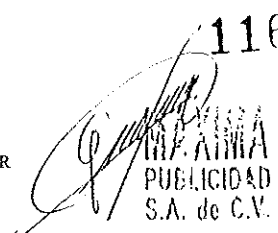
- Institución de Enseñanza: **Universidad Tecnológica de El Salvador**
- Fechas de Asistencia: **1993 – 1994**
- Título Obtenido: **II CICLO DE INGENIERIA INDUSTRIAL**

Experiencia Laboral:

| Fecha: | Nombre de las Organización | Cargo |
|-----------|--------------------------------|--------------------------|
| 2000-2004 | Máxima Publicidad, S.A de C.V. | Ejecutiva de Cuentas |
| 1997-2000 | Máxima Publicidad, S.A de C.V. | Asistente de Cuentas |
| 1994-1997 | Banco de Tierras | Asistente Dpto. Jurídico |
| 1993-1994 | ARCO INGENIEROS | Digitadora |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

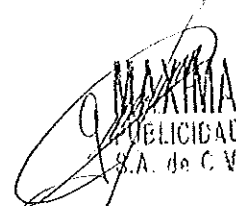
116

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

12. PRESENTACIÓN DE AGENCIA

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

117

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Experiencia

Como profesionales unidos por lazos familiares y por nuestros conocimientos, en 1988 decidimos crear una empresa que se dedicara a la Publicidad y el Mercadeo. Este fue el origen de nuestra Agencia, a la que en primera instancia bautizamos con el nombre de: MÁXIMA PUBLICIDAD, PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN Y MERCADEO. Desde el inicio fuimos una Agencia que contó con el aval de la Asociación de Medios Publicitarios Salvadoreños (AMPS); y luego del año de prueba estipulado, recibimos el reconocimiento oficial. Posteriormente, también nos afiliamos a la Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad (ASAP).

En todo este tiempo, más que años, lo que hemos acumulado es una sólida experiencia, manejando una cartera de clientes con diferentes perfiles, lo que nos permite tener una amplia visión del mercado y del consumidor. Entre las empresas que han confiado en nuestro profesionalismo podemos mencionar rubros que van desde: Instituciones de Gobierno, Banca, Tarjetas de Crédito, Automotrices, Comercio, Educación, Químicos, Transporte, Alimentos, Comida Rápida y muchos otros.

Preferencias

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

0000362

MAXIMA PUBLICIDAD

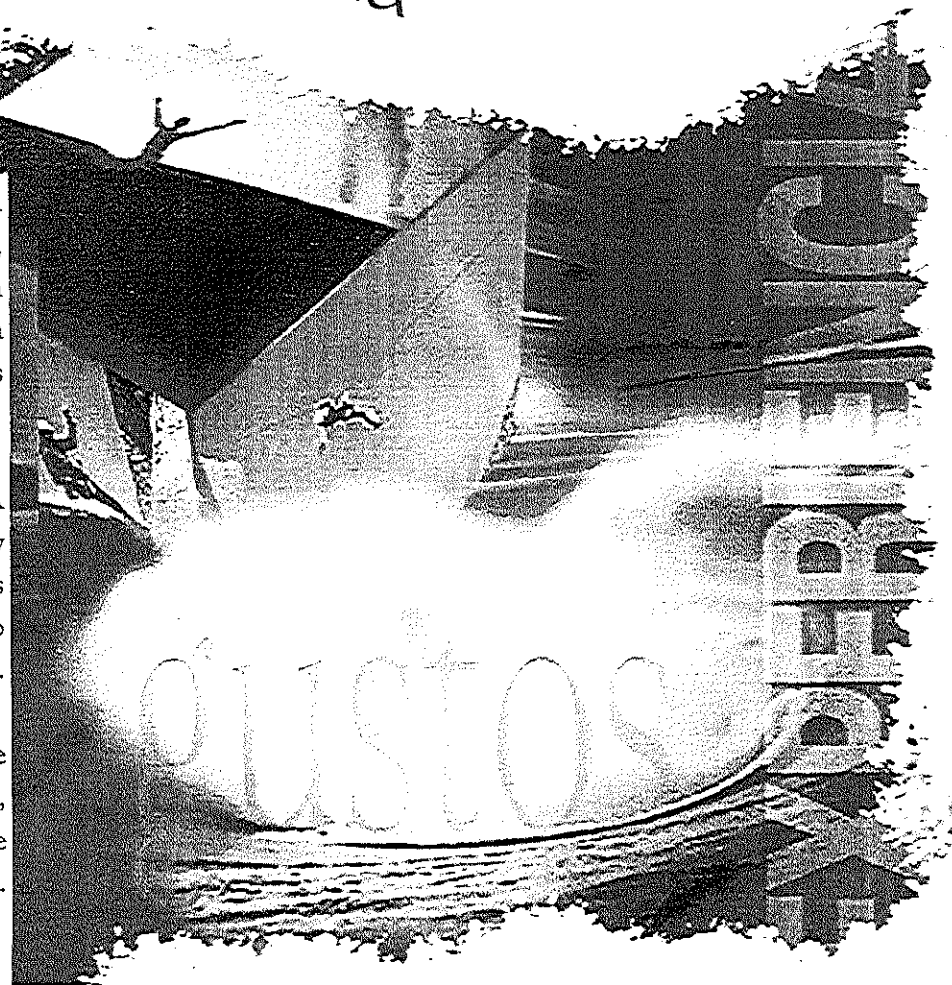
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Experiencia

Como parte de nuestro negocio, el cambio es un principio arraigado a nuestra naturaleza. Por eso, al cumplir la primera década de servicios se le dio un nuevo giro a la Agencia, inyectándole una experimentada fuerza que nos permite satisfacer aún más las necesidades de nuestros clientes.

Este cambio es el que nos convirtió en MÁXIMA PUBLICIDAD, la Agencia donde Pedro, Danilo y Lisette, con sus amplios y reconocidos conocimientos y un staff de profesionales de alto nivel, en todo momento están prestos a darle el mejor de los servicios.

Estamos seguros de que los más de 45 años de experiencia acumulada de los hermanos Moreno Murillo, son una garantía de que lo ofrecido en la siguiente presentación le beneficiará a usted y a su empresa.



preferencias

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

0000363

Globalización

Ahora somos Máxima Publicidad, afiliada a Tribu Nazca Saatchi & Saatchi, con oficinas centrales en Costa Rica para Centroamérica. Los servicios de Máxima Publicidad como agencia de publicidad, entonces, van más allá de la elaboración de campañas creativas y ganadoras. Y es que, gracias al novedoso concepto desarrollado por Saatchi & Saatchi, los clientes reciben los beneficios adicionales de pertenecer a la COMPAÑÍA DE LAS IDEAS, porque las ideas ahora más que nunca son capaces de resolver problemas, crear oportunidades, romper barreras y entretener a un consumidor exigente.

En Máxima Publicidad, el cliente recibe un tratamiento diferenciado, ahora son socios comerciales que ven en la empresa publicitaria un asociado que les permite desarrollar su trabajo de manera exitosa.

A través de los diferentes grupos de trabajo, que son capaces de asumir toda clase de retos, la agencia ha sabido mezclar la experiencia con la juventud, para construir marcas con ideas que persuaden y venden.

Pero no solo la calidad ha sido prioridad de Máxima Publicidad, también la velocidad en el tiempo de entrega de los materiales terminados. En esta época en que la comunicación ofrece tantas ventajas, la rapidez es una obligación que la agencia cumple sin problemas.

La planificación y la pauta de campañas masivas de publicidad en los medios de cobertura nacional y regional, es parte de la labor que un equipo especializado realiza diariamente. El diseño, diagramación y producción de materiales impresos, que va desde boletines y camisetas hasta estandartes y mantas, forman junto con la confección de presentaciones, organización de actividades especiales y producciones audiovisuales, parte del quehacer de Máxima Publicidad. Asimismo, cuando los trabajos se vinculan a la investigación y a la exploración de la conducta de los consumidores, Máxima Publicidad se nutre por medio de alianzas estratégicas con reconocidas empresas.

Como consecuencia de las cientos de campañas que Máxima Publicidad ha realizado, ha recibido reconocimientos nacionales que premian esa labor día a día. Sin embargo, Máxima Publicidad ve su trabajo recompensado cuando el consumidor se siente identificado con un producto o una marca promovido por la Agencia.



MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

0000364

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

NUESTROS VALORES



confianza

ética

honestidad

Estar cerca del cliente, para nosotros implica una relación basada en principios sólidos como: Confianza, transparencia, honorabilidad, ética en los negocios, pero sobre todo, honestidad.

• **Confianza:**

Usted estará seguro de que siempre podrá contar con nosotros.

• **Honorabilidad:**

La rectitud es parte importante en el trato con nuestros grandes aliados: Nuestros Clientes.

• **Ética en los negocios:**

Llevar el profesionalismo con bandera es una realidad para nuestra agencia, donde todo lo que concierne a su empresa, producto o servicio es tratado con la confidencialidad necesaria; además, tenemos sumo cuidado en no manejar cuentas que directamente tengan conflicto de intereses con los clientes actuales.

• **Honestidad:**

Cuentas claras, relaciones duraderas. Nos gusta ser honestos en todo momento, transparentes en todas las áreas del negocio.

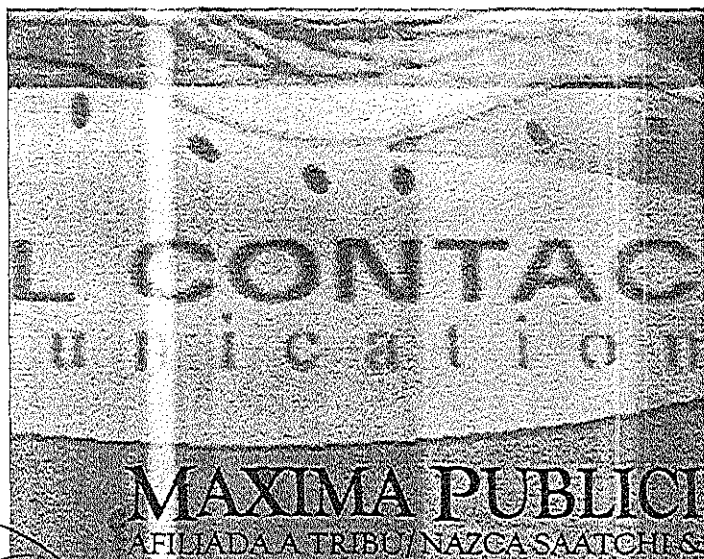
0000365



Herramientas

La evolución en las comunicaciones modernas nos lleva a abrir nuestro horizonte y no solamente concentrarnos en los medios tradicionales.

“FULL CONTACT COMMUNICATIONS” es una técnica propia de Máxima Publicidad, que nos obliga a pensar cómo podemos impactar al consumidor y atraparlo en nuestra idea creativa desde todo ángulo y oportunidad posible, como una red.

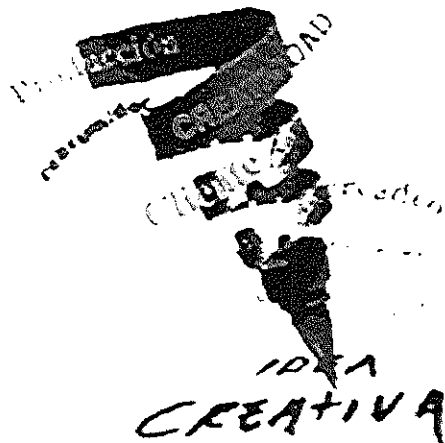


MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

0000366

twister creativo.



Herramientas

Nuestra empresa está orientada, fundamentalmente, a crear y realizar con originalidad. Por eso concebimos ideas:

- Siempre nuevas
- Siempre frescas
- Siempre innovadoras

Todo se origina con nuestro TWISTER CREATIVO, una metodología propiedad de Máxima Publicidad por medio de la cual garantizamos que, en todo proceso creativo, se obtienen puntos de vista de las diferentes disciplinas que dominamos, tales como: Mercadeo, Medios, Planeación Estratégica, Creatividad, Cuentas Conocimiento profundo del consumidor, Producción, que amplían, depuran y enriquecen la información que dará origen a la idea creativa, efectiva y vendedora.

Para nosotros, crear más que una actividad es un estilo de vida, ya que todo lo que realizamos tiene un sello exitoso y diferente; por consiguiente, todo lo que creamos para nuestros clientes es concebido con gran ingenio. Y ese ingenio es el vehículo que nos conduce hasta alcanzar los objetivos de mercadeo, con publicidad que está a la vanguardia y a la altura de las necesidades específicas de cada mercado, producto o empresa.

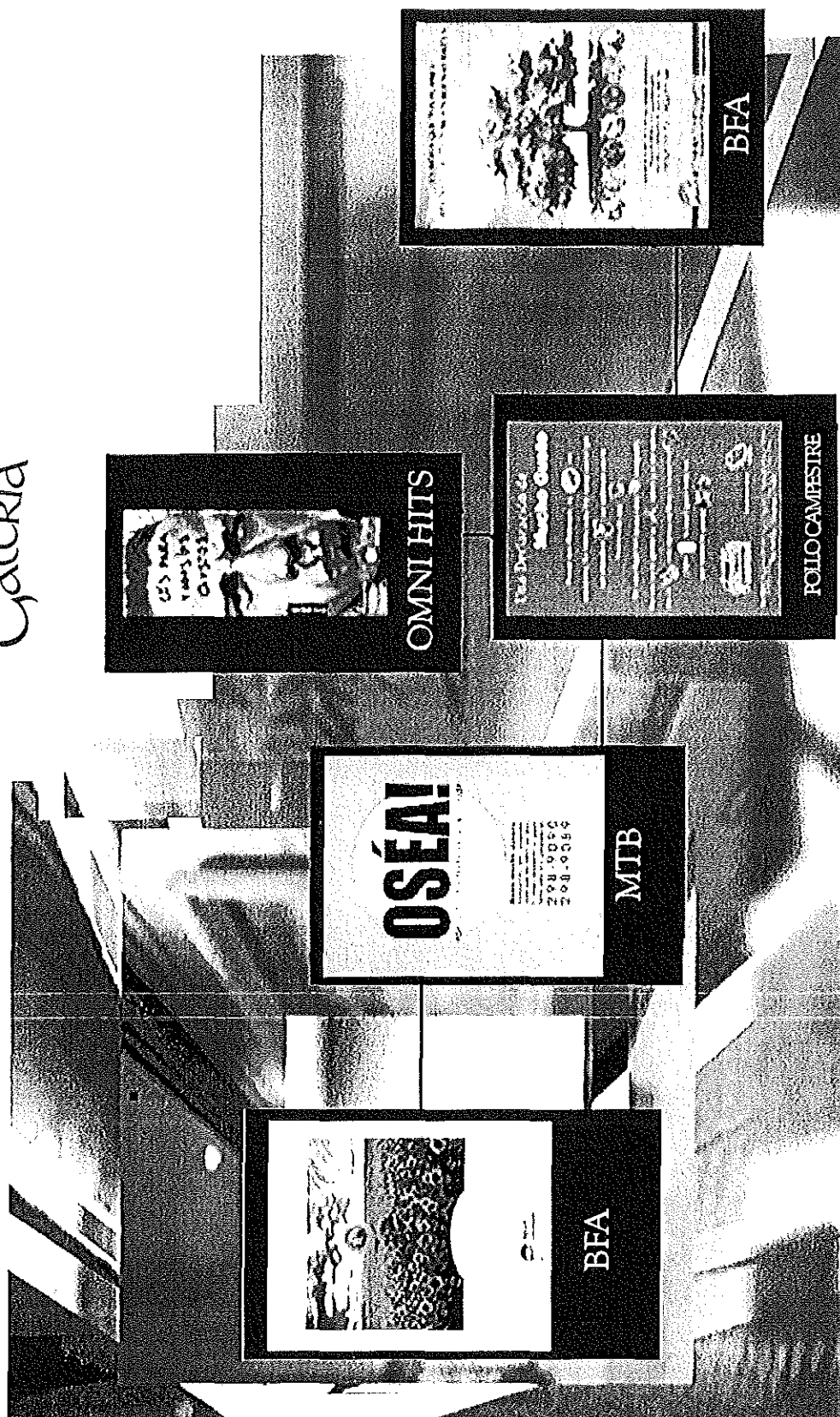
MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU NAZCA SAATCHI & SAATCHI

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Galería



MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Galería



MAXIMA PUBLICIDAD

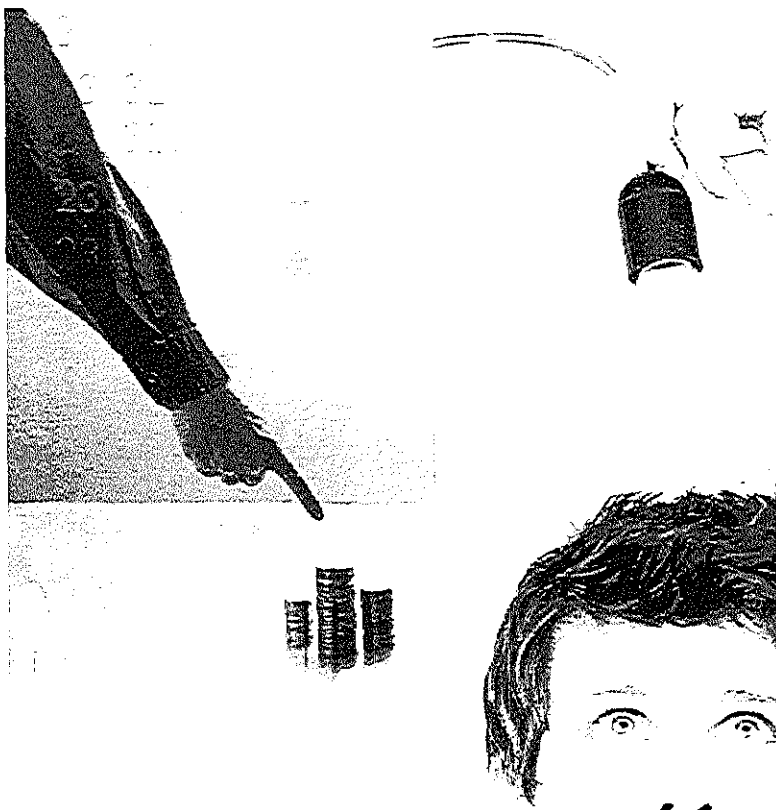
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Galería



MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI



Nuestro Reto

Al estar tan cerca de su negocio, nos identificamos plenamente con él. Sabemos que si su empresa crece, nosotros crecemos con usted.

Esto nos obliga a actuar proactivamente, pensando siempre cómo desarrollar oportunidades de negocios para su empresa, desde el punto de vista de la mercadotecnia.

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

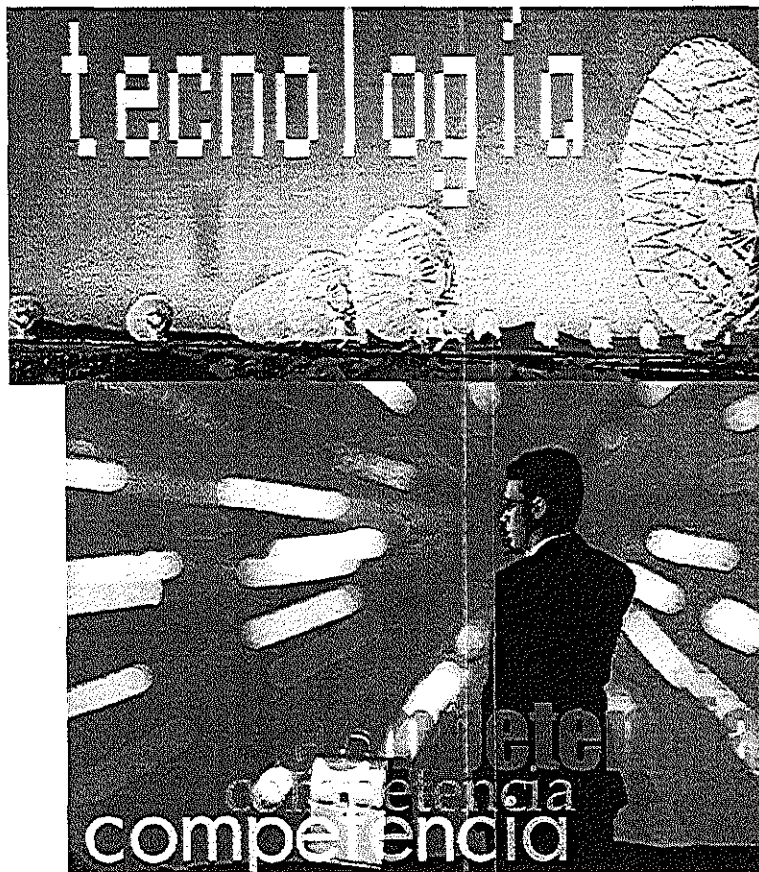
127

0000371

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Compromiso



En estos tiempos, en este mismo instante, no hay tiempo que perder.

Los mercados están cada vez más competitivos, la competencia es agresiva. Por eso, en Máxima Publicidad estamos preparados para manejar la "presión competitiva".

Poseemos una alta capacidad de adaptación con la tecnología de punta, para responder rápida y efectivamente ante cualquier necesidad de su empresa.

Para nosotros la relación ente recursos de la agencia y cuentas manejadas debe ser siempre el óptimo, para responderle con rapidez y calidad.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Ventajas

En el Departamento de Medios, contamos con el programa CONSULTE.

Dicho programa nos permite optimizar la compra de medios a través de:

- Análisis de estudios de Control de Rating, en canales a nivel nacional.
- Tener prioridades de compra al momento de recomendar TV.
- Alcanzar el óptimo de GRP'S (TV y Radio), ya sea lanzamiento o mantenimiento.
- Reportes de Facturación:
 - Detallado
 - Consolidado
 - Por producto
 - Por medio
 - Mensual y Semestral
 - Elaboración de Presupuesto de Televisión, Radio, Prensa, Revistas, Vallas, Cable, Cine, etc.
 - Elaboración de órdenes para los diferentes medios contratados.

Todo, comunicado con una RED WINDOWS NT.



soy senda
presupuesto

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

Otras Ventajas

División Digital Interactiva

Alta tecnología digital, globalización Internet digital, interactividad, son dominios de su Agencia Máxima Publicidad para su servicio. Tenemos la capacidad de ofrecerle, entre otros, los siguientes diseños:

Página WEB, que incluye:

- Diseño de Flash.
- Búsqueda compatible para WEB (HTML), hasta un máximo de 30 páginas.
- Formularios de consultas FTP habilitado.
- Animaciones.
- Fotografías.
- Búsqueda Interactiva.
- Hosting.
- Hasta 50 MB de almacenamiento.
- Ancho de banda ilimitado y hasta 25 cuentas de correo electrónico en la página.

CD Interactivo y Autoadministrado:

En los cuales podemos diseñar:

- Correo directo.
- Presentaciones.
- Tarjetas de invitación.
- Catálogos.
- Etc.



sosendused
presupuestos

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

130

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

PRODUCCION

PRODUCTION

Creatividad

Servicios

- Creación, coordinación y producción de campañas de comunicaciones integradas de mercadeo.
- Asesoría en mercadeo y comunicaciones.
- Web pages.
- Dd's auto administrables.
- Diseño Gráfico.
- Planeamiento Estratégico de Mercadeo y Comunicaciones.
- Análisis, planeamiento y compra de medios de comunicación.
- Merchandising, Direct Mail, Telemarketing.
- Investigación de Mercados Cualitativa y Cuantitativa.
- Monitoreo de compra de medios masivos.
- Análisis de la actividad publicitaria de la competencia.
- Coordinación de cobertura periodística.
- Manejo de presentaciones, eventos, seminarios, conferencias, charlas de capacitación, etc.

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

131

000000



Filosofía

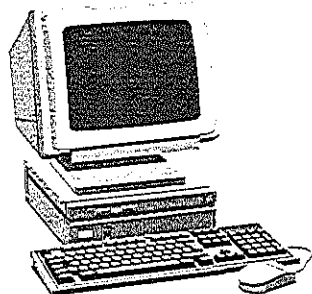
Más que un concepto, Lovemarks es una filosofía, un modo de pensar que se está imponiendo en el mundo Saatchi. La idea que fue desarrollada por Kevin Roberts, CEO de Saatchi & Saatchi nos muestra cómo un producto o marca puede evolucionar hasta convertirse en una marca de amor, o sea, en un LOVEMARK: una idea poderosa que es capaz de transformar el mundo de nuestros clientes, su negocio, marca y reputación.

Lovemarks es el último destino de un viaje que durante el camino, a veces prolongado, se alimentó de ideas transformadoras y fue manejado gracias al poder del amor; ya que son las conexiones emocionales las que crean relaciones apasionadas en las personas. Como bien lo confirma Roberts, al decir que "todos sabemos que las relaciones duraderas en la vida se construyen con base en el amor. El amor nos une de diferentes maneras, como parejas que han estado juntas por años, como padres e hijos o como amigos. Por eso, ya no basta con investigar lo que la gente sabe, dice o hace. Ahora necesitamos saber lo que la gente siente. Las marcas deben estar llenas de misterio, sensualidad e intimidad, de manera que la gente llegue a amar la experiencia que uno le ofrece".

Para comprender mejor cómo funciona un Lovemarks, es fundamental comprender el eje "amor-respeto". La mayoría de las marcas se mueven en la parte del eje correspondiente al Respeto; pero es fundamental si desean ser un Lovemark que emigren al nivel del amor; de las simples transacciones a las relaciones emocionales. El reto está entonces en romper con el pasado y entrar a esa nueva dimensión.

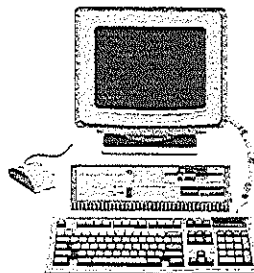
Para transformar su marca en Lovemark - entonces- solo tiene que identificar si esta calza en el "eje Amor-Respeto", para así pasar de ser una simple marca a una marca de confianza, hasta llegar a convertirse en un Lovemark. En otras palabras: ¿Es su marca capaz de reinventarse? ¿Será capaz de crear relaciones duraderas entre su producto y los consumidores? ¿Es amada por la gente? Sintetizado, Lovemark es una marca que se ha movido de un lugar en el mercado y se ha alojado -ahora- en el corazón de una cultura.

equipo digital de CREATIVIDAD



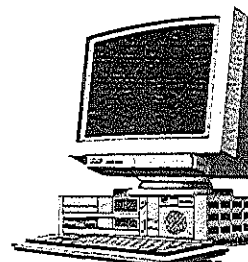
POWER MACINTOSH G3
8GB DE DISCO DURO
96 DE RAM
PROCESADOR 266
ZIP INTERNO

SCANNER
HP SCANJET
IICX
OPACOS

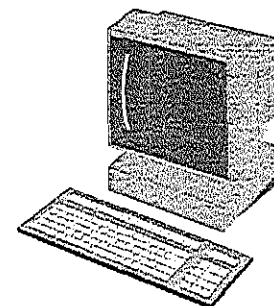


POWER MACINTOSH
8600/200
6GB DE DISCO DURO
96 DE RAM
ZIP INTERNO

SCANNER
UMAX 2000
OPACOS
Y TRANS.



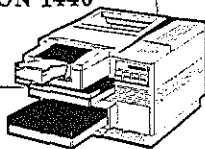
POWER MACINTOSH
7200/120
7GB DE DISCO DURO
96 DE RAM
ZIP EXTERNO



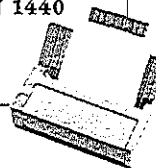
PC LANIX/120
2GB DE DISCO DURO
64 DE RAM
ZIP EXTERNO

- RED ETHERNET (HUBS)
- LIBRERIA CORELDRAW (200 CD)
- ADOBE PHOTOSHOP
- ALDUS FREEHAND
- CAMARA DIGITAL EPSON
- LIBRERIA MASTER CLIPS (150,000 imágenes)
- STOCK FUENTES 2,000 TIPOS

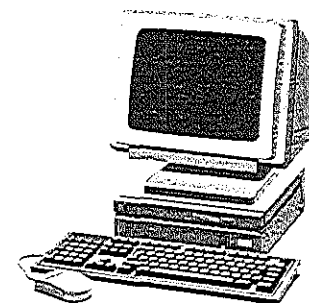
IMPRESOR COLOR
EPSON 3000
RESOLUCION 1440



IMPRESOR COLOR
EPSON 3000
RESOLUCION 1440



IMPRESOR
HP LASERJET 4MLB/N
RESOLUCION 720



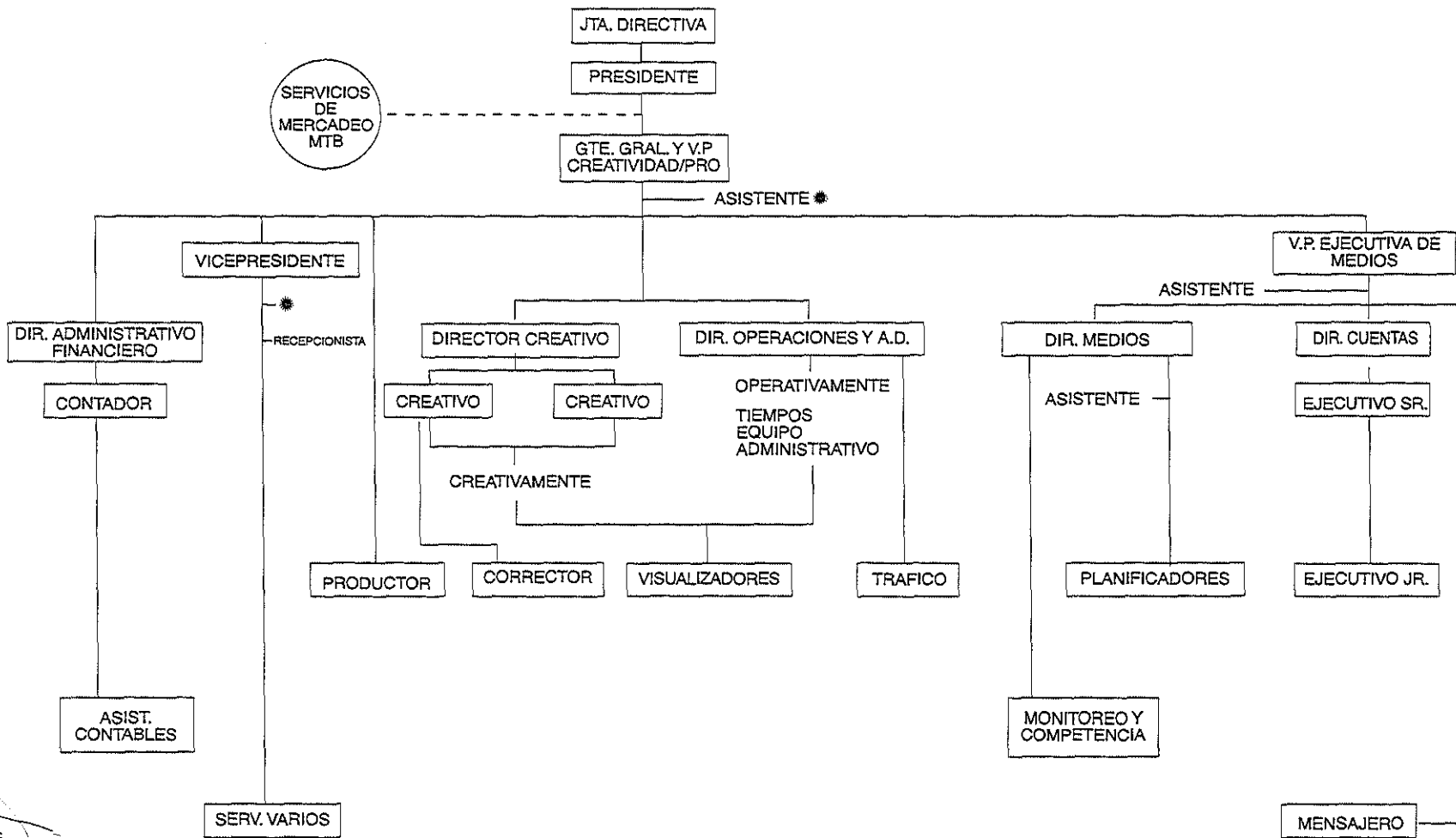
POWER MACINTOSH G3
8GB DE DISCO DURO
96 DE RAM
PROCESADOR 266
ZIP INTERNO

MAXIMA PUBLICIDAD AFILIADA A SAATCHI & SAATCHI

nuestra organización

Estructura Organizativa

28 PERSONAS A SU SERVICIO



MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

134

0000378

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

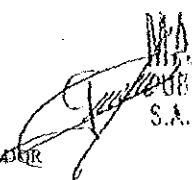
INDICE

DOCUMENTOS LEGALES (SOBRE 3)

| | |
|---|----|
| 1. Datos de la Empresa para Notificaciones..... | 1 |
| 2. Información Económica Financiera..... | 3 |
| 2.1. Balance General y estados de Resultados 2003 y 2003..... | 4 |
| 2.2. Referencias Bancarias y Comerciales..... | 9 |
| 3. Documentos Legales..... | 17 |
| 3.1. Escritura de Constitución de la sociedad..... | 18 |
| 3.2. Constancia vigente de Matricula de Comercio..... | 30 |
| 3.3. Credencial de Representante Legal..... | 33 |
| 3.4. DUI y NIT de Representante Legal..... | 37 |
| 3.5. Nomina de Accionistas..... | 40 |
| 3.6. Fotocopia de tarjeta de IVA y NIT..... | 42 |
| 3.7. Solvencia tributaria vigente..... | 45 |
| 3.8. Solvencias del ISSS y de La Alcaldía Municipal..... | 47 |
| 3.9. Fotocopia certificada de la Declaración del IVA..... | 50 |
| 3.10. Solvencias de las AFPS..... | 53 |
| 3.11. Constancia de Asociación de Medios Publicitario (AMPS)..... | 59 |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
 TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com


 S.A.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

1. DATOS DE LA EMPRESA PARA NOTIFICACIONES

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

PARA NOTIFICACIONES ADJUNTAMOS NUESTROS DATOS

Razón Social: MÁXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V.
Profesionales en Comunicación y Mercadeo

Dirección: 43 Av. Sur No. 429, Col. Flor Blanca, S.S.

Persona Contacto: Lissette Moreno de Burgos

Teléfono oficina: (503) 298-9088, 298-9089, 298-9090

Celular: 737-6036

Fax: (503) 298-1459, 298-9337

E-mail: liz@maximapublicidad.com
danilo@maximapublicidad.com
pedro@maximapublicidad.com

San Salvador, 30 de agosto de 2004

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD
AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

**2. INFORMACIÓN
ECONOMICA FINANCIERA**

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.
3

2.1. BALANCE GENERAL Y ESTADOS DE RESULTADOS 2003 Y 2002

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com



MÁXIMA PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003

ACTIVO

ACTIVO CIRCULANTE

DISPONIBLE

CAJA \$457.15
 BANCOS -\$13,294.62

REALIZABLE

CLIENTES (Sgr) \$805,414.40

ACTIVO FIJO

BIENES INMUEBLES

EDIFICIOS \$228,571.43
 INSTALACIONES \$36,406.79
 DEPRECIACIÓN ACUMULADA(cr) -\$35,342.25

BIENES MUEBLES

MOBILIARIO Y EQ. DE OFICINA \$142,970.89
 DEPRECIACIÓN ACUMULADA(cr) -\$112,573.10
 MOB. Y EQ. DE PRODUCCIÓN \$2,934.78
 DEPRECIACIÓN ACUMULADA(cr) -\$2,240.03
 VEHÍCULOS \$94,790.59
 OTROS BIENES \$189.71
 DEPRECIACIÓN ACUMULADA(cr) -\$189.71

DIFERIDO Y TRANSITORIO

GASTOS PÁG. POR ANTICIPADO \$85,444.01
 IMPUESTOS PAG. POR ANTICIPADO \$5,153.50
 CUENTAS POR LIQUIDAR \$42,337.04

TOTAL ACTIVO

\$1,281,030.58

PASIVO

PASIVO CIRCULANTE

PRESTAMOS BANCARIOS A CORTO PLAZO(Cgr) \$62,369.38
 CUENTAS POR PAGAR MEDIOS(Sgr) \$551,347.35
 PROVEEDORES PRODUCCION(Sgr) - \$60,109.04
 OTROS PROVEEDORES(SGR) \$614.17
 ACREEDORES VARIOS (Sgr) \$21,633.88
 IMPUESTOS POR PAGAR \$11,643.26

FIJO

PRESTAMOS BANCARIOS A LARGO PLAZO(Cgr) \$168,021.24
DIFERIDO Y TRANSITORIO
 CUENTAS POR LIQUIDAR \$691.48

OTROS PASIVOS

RESERVA LABORAL \$5,074.95

CAPITAL SOCIAL, RESERVAS Y SUPERÁVIT

CAPITAL SOCIAL \$325,771.43

PAGADO \$325,771.43

RESERVA LEGAL \$21,113.40

UTILIDADES POR DISTRIBUIR \$52,641.00

EJERCICIOS ANTERIORES \$35,546.31

DEL PRESENTE EJERCICIO \$17,094.69

TOTAL PASIVO Y CAPITAL

\$1,281,030.58

LIC. GERMAN DANILO MORENO
 REPRESENTANTE LEGAL

RAFAEL VENTURA RAMÍREZ
 CONTADOR GENERAL

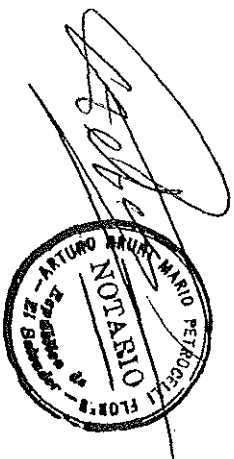
AUDITOR EXTERNO



0000384

El Infrascripto Notario certifica la validez y conformidad de esta copia fotostática, con su original de conformidad con el artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.

San Salvador, 28 de Septiembre del 2004.



MÁXIMA PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE
ESTADO DE RESULTADOS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003

INGRESOS

| | | |
|---|--------------|---------------------|
| COMISIONES Y HONORARIOS | | \$450,946.62 |
| MEDIOS | \$246,658.06 | |
| BONIFICACIÓN POR VOLUMEN | \$202,420.29 | |
| DESCUENTOS POR PRODUCCIÓN | \$1,868.27 | |
| ARTE Y PRODUCCIÓN | | \$577,704.81 |
| VENTAS GRAVADAS | \$577,676.01 | |
| VENTAS EXENTAS | \$28.80 | |
| VENTAS TOTALES | | \$1,028,651.43 |
| MENOS | | |
| GASTOS DE OPERACIÓN | | \$480,960.62 |
| GASTOS DE ADMINISTRACIÓN | \$425,927.70 | |
| GASTOS FINANCIEROS | \$41,292.98 | |
| OTROS GASTOS | \$13,739.94 | |
| COSTOS INDIRECTOS | | \$518,099.12 |
| COSTOS DE ARTE Y PRODUCCIÓN | \$421,027.54 | |
| COSTOS DE PROMOCIÓN | \$97,071.58 | |
| UTILIDAD DE OPERACIÓN | | \$29,591.69 |
| MAS | | |
| OTROS PRODUCTOS | | \$0.00 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y RESERVAS | | \$29,591.69 |
| MENOS | | |
| RESERVA LEGAL | | \$2,219.00 |
| IMPUESTO SOBRE LA RENTA | | \$10,278.00 |
| UTILIDAD POR DISTRIBUIR | | <u>\$ 17,094.69</u> |

GERMAN DANILO MORENO
 REPRESENTANTE LEGAL

RAFAEL VENTURA RAMÍREZ
 CONTADOR GENERAL

Chavez
 AUDITOR EXTERNO

El infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de esta copia fotostática, con su original de conformidad con el artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.

San Salvador, 28 de Septiembre del 2004



MAXIMA PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE
BALANCE GENERAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2002

ACTIVO

ACTIVO CIRCULANTE

DISPONIBLE

CAJA \$457.15 \$15,616.85
 BANCOS \$15,159.70

REALIZABLE

CLIENTES (Sgr) \$848,939.35 \$848,939.35

ACTIVO FIJO

BIENES INMUEBLES

EDIFICIOS \$228,571.43 \$242,126.36
 INSTALACIONES \$36,406.79
 DEPRECIACIÓN ACUMULADA(cr) \$-22,851.86

BIENES MUEBLES

MOBILIARIO Y EQ. DE OFICINA \$136,077.05 \$53,395.84
 DEPRECIACIÓN ACUMULADA(cr) \$-100,430.50
 MOS. Y EQ. DE PRODUCCIÓN \$2,539.43
 DEPRECIACIÓN ACUMULADA(cr) \$-1,672.64
 VEHÍCULOS \$16,882.50
 OTROS BIENES \$189.71
 DEPRECIACIÓN ACUMULADA(cr) \$-189.71

DIFERIDO Y TRANSITORIO

GASTOS PAG. POR ANTICIPADO \$104,024.63 \$150,299.27
 IMPUESTOS PAG. POR ANTICIPADO \$2,272.50
 CUENTAS POR LIQUIDAR \$44,002.24

TOTAL ACTIVO

\$1,310,377.67

PASIVO

PASIVO CIRCULANTE

PRESTAMOS BANCARIOS A CORTO PLAZO(Cgr) \$58,746.29 \$786,856.03
 CUENTAS POR PAGAR MEDIOS(Sgr) \$512,368.62
 PROVEEDORES PRODUCCION(Sgr) \$73,187.64
 OTROS PROVEEDORES(SGR) \$599.22
 ACREEDORES VARIOS (Sgr) \$90,037.60
 IMPUESTOS POR PAGAR \$42,918.10
 RETENCIONES POR PAGAR \$8,798.56

FIJO

PRESTAMOS BANCARIOS A LARGO PLAZO(Cgr) \$139,493.07 \$139,493.07

PASIVO DIFERIDO Y TRANSITORIO

CUENTAS POR LIQUIDAR \$691.48 \$691.48

OTROS PASIVOS

RESERVA LABORAL \$3,324.95 \$3,324.95

CAPITAL SOCIAL, RESERVAS Y SUPERÁVIT

CAPITAL SOCIAL \$325,771.43 \$380,212.14

PAGADO \$325,771.43

RESERVA LEGAL \$18,894.40

UTILIDADES POR DISTRIBUIR \$35,546.31

EJERCICIOS ANTERIORES \$32,148.05

DEL PRESENTE EJERCICIO \$3,398.25

TOTAL PASIVO Y CAPITAL

\$1,310,377.67

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

GERMAN DANLO MORENO
REPRESENTANTE LEGAL

RAFAEL VENTURA RAMÍREZ
CONTADOR GENERAL

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

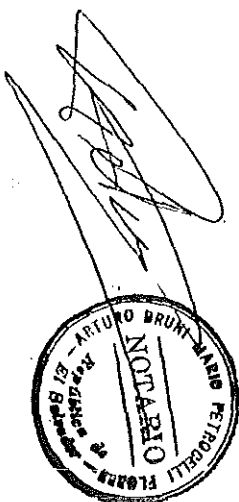
ANDRES ALEJANDRO NUNEZ
AUDITOR EXTERNO



0000380

El infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de esta copia fotostática, con su original de conformidad con el artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.

San Salvador, 28 de Septiembre del 2004.

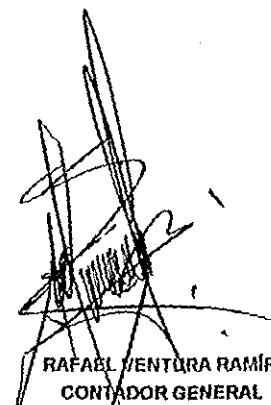


MÁXIMA PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE
ESTADO DE RESULTADOS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2002


INGRESOS

| | | |
|---|--------------|---------------------|
| COMISIONES Y HONORARIOS | | \$467,239.31 |
| MEDIOS | \$243,572.52 | |
| BONIFICACIÓN POR VOLUMEN | \$219,778.26 | |
| COMISIÓN POR PRODUCCIÓN | \$3,888.53 | |
| ARTE Y PRODUCCIÓN | | \$475,403.82 |
| VENTAS GRAVADAS | \$462,477.39 | |
| VENTAS EXENTAS | \$12,926.43 | |
| VENTAS TOTALES | | \$942,643.13 |
| MENOS | | |
| GASTOS DE OPERACIÓN | | \$476,943.73 |
| GASTOS DE ADMINISTRACIÓN | \$421,499.84 | |
| GASTOS FINANCIEROS | \$50,691.76 | |
| OTROS GASTOS | \$4,752.14 | |
| COSTOS INDIRECTOS | | \$445,107.18 |
| COSTOS DE ARTE Y PRODUCCIÓN | \$317,614.85 | |
| COSTOS DE PROMOCIÓN | \$127,492.33 | |
| UTILIDAD DE OPERACIÓN | | \$20,592.22 |
| MAS | | |
| OTROS PRODUCTOS | | \$0.00 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y RESERVAS | | \$20,592.22 |
| MENOS | | |
| RESERVA LEGAL | | -\$1,441.46 |
| RESERVA LABORAL | | \$0.00 |
| IMPUESTO SOBRE LA RENTA | | -\$15,752.50 |
| UTILIDAD POR DISTRIBUIR | | \$ 3,398.26 |


GERMAN DANILO MORENO
REPRESENTANTE LEGAL


RAFAEL VENTURA RAMÍREZ
CONTADOR GENERAL

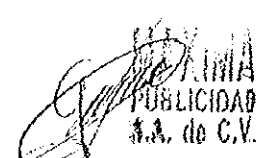
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.


ANDRES ALEJANDRO NUÑEZ
AUDITOR EXTERNO



El infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de esta copia fotostática, con su original de conformidad con el artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.
San Salvador, 28 de Septiembre del 2004.-




MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

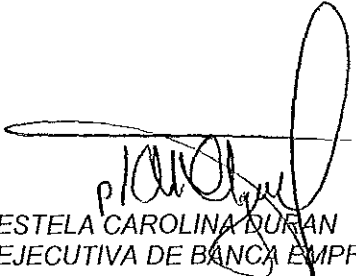
2.2. REFERENCIAS BANCARIAS Y COMERCIALES

Banco de Comercio de El Salvador

A QUIEN INTERESE:

Por este medio hacemos constar que la empresa **MAXIMA PUBLICIDAD, S.A DE C.V.**, es cliente de nuestra institución, y que ha manejado operaciones activas y pasivas a nuestra entera satisfacción, por lo que esta calificado dentro de nuestra cartera de riesgos como cliente Categoría "A".

Y para lo usos que la empresa **MAXIMA PUBLICIDAD, S.A DE C.V.**, estime convenientes se extiende la presente constancia a los veintisiete días del mes de septiembre del año dos mil cuatro.


ESTELA CAROLINA DURÁN
EJECUTIVA DE BANCA EMPRESARIAL



ECD/Jaq

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

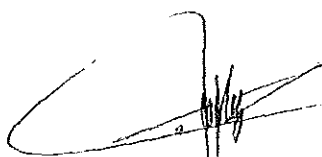

10

AQUIEN INTERESE:

Mucho nos complace extender esta carta de referencia a favor de MÁXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., cliente de este Banco desde hace varios años, en operaciones activas como pasivas, destacándose sus operaciones de Créditos Directos y Depósitos a la vista, las cuales son manejadas con mucha responsabilidad, razón por la cual se encuentran clasificados dentro de nuestra cartera de riesgos como cliente "A", por su solidez y calidad empresarial.

Y para los usos que se estime conveniente, se extiende la presente constancia en San Salvador, a los veintitrés días del mes de septiembre del dos mil cuatro

Atentamente,



*Lic. Julio Cesar Rivas
Ejecutivo Banca comercial*

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

11



GERENCIA DE RIESGOS

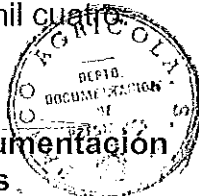
Hacemos Constar

Que la empresa **Máxima Publicidad, S. A. de C.V.**, es cliente nuestro desde el mes de julio del año dos mil uno, habiéndosele otorgado diferentes tipos de garantías, reflejando saldo por **Cuarenta y Cinco Mil Setecientos Catorce 28/100 Dólares (US\$45,714.28)**, crédito por un monto de **Ochenta y Cinco Mil Setecientos Catorce 00/100 Dólares (US\$85,714.29)**, reflejando mora de capital por **Dos Mil Trescientos Ochenta y Uno 32/100 Dólares (US\$2,381.32)**.

Cliente "A"

Y para ser presentada a **La Secretaría Nacional de La Familia**, estime conveniente, se extiende la presente constancia en la Ciudad de San Salvador, a veintisiete días de septiembre del dos mil cuatro.


Departamento de Documentación
de Préstamos



wrosales@bancoagricola.com

www.bancoagricola.com

1ª Calle Poniente No. 100 San Salvador

Tel. 267-5798, 267-5000

Fax-267-5797

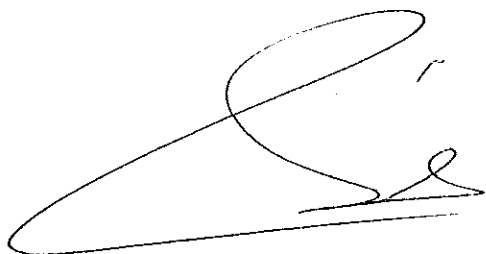
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

San Salvador, 29 de septiembre de 2004.

A QUIEN INTERESE:

Por este medio hacemos de su Conocimiento de los Señores **Moreno Murillo, MAXIMA PUBLICIDAD**, son clientes nuestros desde hace mas de siete años, tiempo en el que hemos mantenida una excelente relación comercial y gozan de un crédito rotativo de tres meses.

Para los usos que el interesado estime conveniente se extiende la presente.



Ing. Juan José Pineda Claude
Gerente Impresos
Grupo Imprecen, S.A. de C.V.



MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

13



A quien interese:

Por este medio hacemos constar que MAXIMA PUBLICIDAD es nuestro cliente desde el año mil novecientos noventa y tres hasta la fecha, manteniendo excelentes relaciones personales y comerciales.

No omito manifestar que dicha agencia realiza sus pagos con puntualidad.

Y para el uso que MAXIMA PUBLICIDAD estime conveniente, extendemos la presente en Antigua Cuscatlan a los veintinueve días del mes de septiembre del 2004.

Lic. Alejandro Gonzalez
Director General
TV DOCE



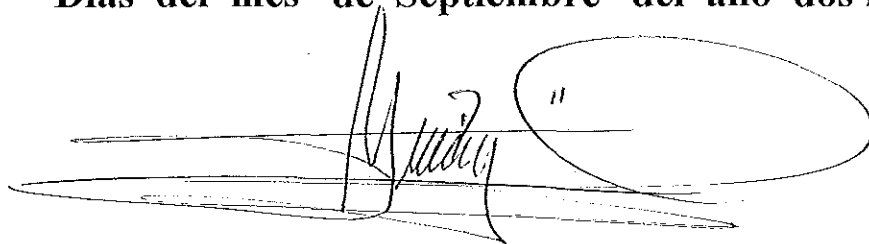
MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

Radio Corporación FM

A QUIEN INTERESE :

Por medio de la presente, hacemos constar que nuestra Corporación mantiene relaciones comerciales desde hace 15 años con la Agencia de MORENO MURILLO-MAXIMA PUBLICIDAD, las cuales han sido de forma cordial y aceptables, por lo que consideramos que son parte de nuestros clientes excelentes, dado que se han registrado transacciones de cinco cifras en promedio mensual.

Y para los usos que el interesado estime conveniente, se le extiende la presente en San Salvador, a los Treinta Días del mes de Septiembre del año dos mil Cuatro.



Lic. Jorge Alfredo Mixco Avilés
Gerente Financiero

LA MEJOR
PÚBLICA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

69 AVE. NORTE # 213 COL. ESCALON, SAN SALVADOR,
TEL.: (503)283-2222 FAX: (503)224-1212 www.radiocorporacionfm.com.sv



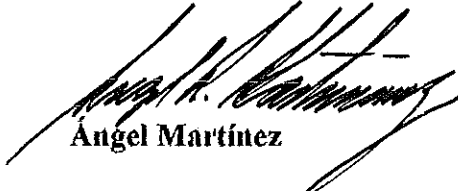


Miércoles 29 de Septiembre de 2004, San Salvador, El Salvador

A quien corresponda:

Por medio de esta carta, le hacemos constar que nosotros hemos mantenido buenas relaciones comerciales con Máxima Publicidad desde 1996, siendo nosotros proveedores de la misma.

Atte.


Angel Martinez

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

16



producción audio-visual

Miércoles 29 de Septiembre de 2004, San Salvador, El Salvador

A quien corresponda:

Por medio de esta carta, le hacemos constar que nosotros hemos mantenido buenas relaciones comerciales con Máxima Publicidad desde 1996, siendo nosotros proveedores de la misma.

Atte.



Angel Martínez

3. DOCUMENTOS LEGALES

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

17

3.1. ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

La Compañía de las Ideas

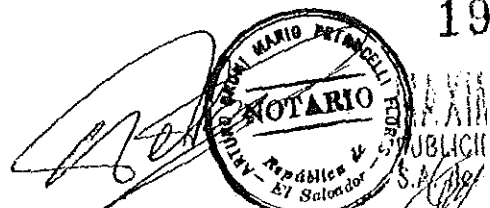
TR. 0124691

VEINTIDOS COLONES

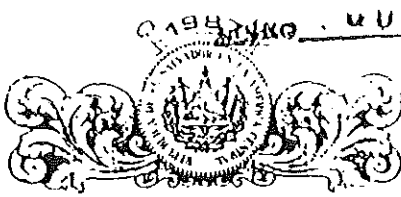
0000398

1 NUMERO 3513.-En la ciudad de San Salvador, a las quince horas del -
2 día veintiseis de enero de mil novecientos ochenta y ocho.-Ante mí,
3 LETICIA ANDINO DE RIVERA, Notario de este domicilio, comparecen los
4 señores: ROBERTO ATILIO MURILLO RAMIREZ, quien firma "R. urillo",--
5 de [REDACTED] años de edad, [REDACTED] de [REDACTED] domicilio a ---
6 quien conozco portador de su Cedula de Identidad Personal número --
7 [REDACTED]; GERMAN
8 DANILO MORENO MURILLO, quien firma "G. D. MORENO", de [REDACTED] ---
9 años de edad, [REDACTED] de [REDACTED] domicilio a quien
10 conozco portador de su Cedula de Identidad Personal número [REDACTED]
11 [REDACTED] y ASTRID LIZZE-
12 TTE. MORENO MURILLO DE BURGOS, quien firma "L.M. DE BURGOS", de [REDACTED]
13 [REDACTED] años de edad, [REDACTED] de e [REDACTED] domicilio, a quien conozco
14 portadora de su Cédula de Identidad Personal numero [REDACTED]
15 [REDACTED] cuyas cédulas tuve a la vista
16 y Número de Identificación Tributaria [REDACTED]
17 [REDACTED]
18 [REDACTED]
19 [REDACTED]
20 [REDACTED] todos de nacionalidad [REDACTED]
21 [REDACTED] y DICEN: Que han convenido en constituir una SOCIEDAD ANONI-
22 MA DE CAPITAL VARIABLE y en efecto lo hacen sobre las bases siguien
23 tes: PRIMERA: NATURALEZA, NACIONALIDAD, DENOMINACION Y DOMICILIO.-
24 La sociedad es de naturaleza Anónima, de capital variable, de nacio

19



1 nalidad salvadoreña y se denominara MAXIMA PUBLICIDAD, PROFESIONALES
2 SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE
3 EN COMUNICACION Y MERCADEO, /de este domicilio, que podrá abreviarse
4 solamente "MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V."; pero podrá establecer -
5 Sucursales, Agencias u Oficinas, por acuerdo de la Junta Directiva,
6 en otros lugares de la República o en el Extranjero; SEGUNDA: PLAZO.
7 El plazo de la Sociedad es indeterminado, a partir del día que se -
8 inscriba el testimonio de esta escritura en el Registro de Comercio.
9 TERCERA: FINALIDAD: 1o) LA REALIZACION Y LA EXPLOTACION DE LA INDUS
10 TRIA DE LA PUBLICIDAD EN TODAS SUS RAMAS, DERIVADOS O CONEXOS TIPOS
11 Y FORMAS QUE SEAN ACTUALMENTE CONOCIDAS Y LAS POR CONOCERSE, así co
12 mo todas las actividades derivadas de dicha industria del Mercadeo,
13 Comunicaciones y Turismo.-2o) COMPRA-VENTA DE BIENES MUEBLES E IN--
14 MUEBLES, ACCIONES, BONOS Y DEMAS TITULOS VALORES; 3o) ARRENDAMIENTO
15 Y SUB-ARRENDAMIENTO DE TODA CLASE DE BIENES; 4o) EJERCERA TODA ACTI
16 VIDAD DE LA INDUSTRIA EN GENERAL, COMERCIAL, AGRICOLA GANADERA O DE
17 OTRA CLASE; 5o) PARTICIPAR COMO ACCIONISTA O MIEMBRO DE OTRA SOCIE-
18 DAD DE CUALQUIER NATURALEZA; 6o) En general podra realizar cualquier
19 tipo de OPERACIONES MERCANTILES y celebrar todo acto o contrato que
20 las leyes permitan y realizar todos los actos materiales o juridicos,
21 sean civiles, laborales, gubernamentales, procesalidades sociales,
22 o para el desempeño de sus actividades en el entendido que la enume
23 ración anterior no es limitativa, pudiendo en consecuencia celebrar
24 cualquier clase de actos o contratos en el ejercicio de toda activi
dad lícita cualquiera que fuere su naturaleza tanto en el país como



CUARENTA CENTAVOS

T.R. 0212545

0000399

1 en el Extranjero.-CUARTA: CAPITAL SOCIAL.-El capital Social será de
2 VEINTE MIL COLONES, dividido y representado en DOS MIL ACCIONES, no
3 minativas, comunes, todas con iguales derechos y con un valor nomi-
4 nal de DIEZ COLONES cada una.-QUINTA: REGIMEN DE CAPITAL VARIABLE.-El
5 Capital Social es susceptible tanto de aumento como de disminucion,
6 dentro del Régimen de Capital Variable, de acuerdo a las regulacio-
7 nes siguientes: a) el capital mínimo será de VEINTE MIL COLONES; b)
8 el capital podrá aumentarse por medio de nuevas aportaciones de los
9 accionistas o de otras personas que ingresen a la Sociedad, por capi-
10 talizacion de reservas y utilidades o por revalorización del activo
11 de la Sociedad.-El capital podrá disminuirse hasta una cifra no me-
12 nor a la del capital mínimo antes señalado, por el retiro total o -
13 parcial de algunas aportaciones y por desvalorización del activo; c)
14 los acuerdos sobre aumento o disminución del capital social solo po-
15 drán tomar^{se} en Junta General Extraordinaria de Accionistas, con el --
16 voto acorde del setenta y cinco por ciento del total de acciones de-
17 la Sociedad, dicha Junta General fijará la forma y términos en que--
18 deban hacerse las correspondientes emisiones de acciones.-Para que--
19 proceda un aumento de capital, sera necesario que esten totalmente--
20 pagadas las acciones que representen tanto el capital Social como --
21 cualquier otro aumento que se hubiere efectuado con anterioridad; d)
22 los aumentos o disminuciones del capital social deberán inscribirse-
23 en el Libro de Registro que al efecto llevara la Sociedad; e) en los
24 casos de disminucion de capital por el retiro de aportaciones, si--



1 uno o mas socios quisieran hacer uso del derecho del retiro, pero -
2 tales retiros tuvieran como consecuencia la reduccion del capital a
3 menos del mínimo pactado en el literal a) de esta cláusula o exce--
4 dieran de la cantidad autorizada o acordada por la Junta General pa
5 ra disminuirse, solamente se autorizará el pago de acciones comple-
6 tas, a prorrata del capital que dichos accionistas tengan en la So-
7 ciedad, hasta concurrencia del capital mínimo o de la cantidad auto
8 rizada a disminuirse segun el caso; f) cuando se decreta la disminu
9 cion del capital por desvalorizacion de activo, la Junta General fi
10 jara asimismo las normas para efectuar la disminucion y para la can
11 celacion, sustitución o emisión de los títulos correspondientes; --
12 SEXTA: DE LAS ACCIONES.-Las acciones que representan el capital de-
13 la Sociedad no otorgaran ninguna preferencia a sus tenedores y se--
14 ran siempre nominativas no obstante estar totalmente pagadas.-Cada
15 accion dara derecho a un voto en toda clase de Juntas Generales.-La
16 suscripcion obliga al pago del capital suscrito y al cumplimiento--
17 de las obligaciones a que se refiere este instrumento.-SEPTIMA: TI-
18 TULOS Y CERTIFICADOS DE ACCIONES.-A los accionistas se les extende-
19 ran títulos o certificados de acciones, los cuales deberan contener
20 los requisitos señalados por el articulo ciento cuarenta y nueve --
21 del Código de Comercio y ademas los siguientes: a) el número de ac-
22 ciones que ampara; b) la firma del Presidente y del Secretario; y--
23 c) los demas que acuerde la Junta General de Accionistas en caso de
24 modificacion de la Escritura Social.-Un mismo certificado podra am-

T.R. 0212553



CUARENTA CENTAVOS

1 parar cualquier número de acciones, y a opción de los accionistas, -
 2 podrán ser canjeados por otros que amparen distintas cantidades de -
 3 acciones que sumadas entre sí, representen el total de las conteni-
 4 das en el primitivo.-Todos los gastos en que se incurriere como con
 5 secuencia o por motivo del canje del certificado serán por cuenta -
 6 y cargo del interesado.-OCTAVA: INDIVISIBILIDAD DE LAS ACCIONES: --
 7 Las acciones son indivisibles, en consecuencia cuando por cualquier
 8 causa hubieren varios propietarios de una misma acción, estos nom--
 9 brarán un representante común y si no se pusieren de acuerdo, el --
 10 nombramiento será hecho por el Juez de Comercio competente a peti--
 11 cion de uno de ellos o de la Sociedad.-NOVENA: LIBRO DE REGISTRO DE
 12 ACCIONISTAS.-En el domicilio de la Sociedad, se llevará un Libro de
 13 Registro de Accionistas, en el cual se hará constar: a) los nombres
 14 y direcciones de los suscriptores y los números de las acciones sus-
 15 critas por cada uno de ellos; b) los pagos efectuados por cada sus-
 16 criptor y la emisión de los Títulos o Certificados con indicacion -
 17 de su fecha; c) los canjes o traspasos que se realicen; y d) todos-
 18 los demas requisitos exigidos por la Ley.-Para la Sociedad no habra
 19 o-tros accionistas que los que aparezcan inscritos como tales en--
 20 el Libro a que se refiere esta cláusula.-Los interesados están obli-
 21 gados a comunicar a la Sociedad toda modificación que hubiere.-DECI
 22 MA: REPRESENTACION DE ACCIONES.-Los derechos correspondientes a los
 23 incapaces, sucesiones, Sociedades y otras personas jurídicas titula-
 24 res de acciones serán ejercidos por sus respectivos representantes-



1 legales.-Los accionistas así como los representantes legales mencio
2 nados anteriormente, podran delegar su representacion en un o varias
3 personas sean estas accionistas o extrañas a la Sociedad.-Las repre
4 sentaciones y las delegaciones de los representantes legales podrán
5 otorgarse por medio de mandato conferido en virtud de Poder Simple,
6 Carta, Telegrama, Cablegrama o Telex, pero quedará a juicio de ----
7 quien presida la Junta General de Accionistas, exigir la prueba de-
8 su autenticidad para que los representados puedan ejercer sus fun--
9 ciones.-No podrán ser representantes los Administradores, Gerentes,
10 ni el Auditor de la Sociedad cualquier Accionista o representante--
11 podra representar la cantidad de acciones que la ley permita al mo-
12 mento de llevarse a cabo la Junta General de Accionistas.-DECIMA --
13 PRIMERA: TRANSFERENCIA DE ACCIONES.-La transferencia de acciones de
14 la Sociedad se sujeta a las siguientes reglas: a) las acciones to--
15 talmente pagadas pueden traspasarse sin consentimiento de la Socie-
16 dad; b) las acciones cuyo valor no estuviere totalmente pagado solo
17 podran ser transferidas por actos entre vivos con la previa autori-
18 zacion de la Junta Directiva de la Sociedad, la cual no estará obli-
19 gada a explicar razones en caso de negativa; pero el accionista po-
20 dra en tal caso pedir que se someta al conocimiento y decisión de la
21 Junta General de Accionistas; c) los Accionistas estarán obligados-
22 a comunicar previamente a la Junta Directiva su intención de traspa-
23 sar todas o partes de sus acciones, expresando el nombre del presun-
24 to comprador, precio y demas condiciones de la oferta, la cual se -



CUARENTA CENTAVOS

T.R. 0212554

1 dará a conocer a los demas Accionistas, y éstos tendran un plazo de
 2 veinte dias a partir de la fecha de la comunicacion hecha a la Jun-
 3 ta para hacer uso, en proporcion al número de acciones que posean,
 4 del derecho preferencial para adquirir las acciones que se pretende
 5 vender, en las mismas condiciones de la oferta; d) endosado un cer-
 6 tificado de acciones el adquirente deberá presentarlo al Secretario
 7 de la Junta Directiva, para su inscripcion en el Libro de Registro-
 8 de Accionistas; y e) todos los gastos en que se incurriere con moti-
 9 vo o a consecuencia de la transferencia de las acciones serán por -
 10 cuenta y cargo exclusivo del interesado.-DECIMA SEGUNDA: DERECHO --
 11 PREFERENCIAL PARA ADQUIRIR NUEVAS ACCIONES.-Los accionistas tienen-
 12 el derecho preferente, en proporcion a las acciones que posean, pa-
 13 ra suscribir las que emitan en caso de aumento del capital Social,-
 14 pero deberán ejercitar sus derechos dentro de los quince dias si---
 15 guientes a la publicacion del acuerdo respectivo o dentro del plazo
 16 mayor que señale la Junta General de Accionistas que acuerde el au-
 17 mento de capital.-DECIMA TERCERA: REPOSICION DE CERTIFICADOS DE AC-
 18 CIONES.-En caso de perdida, destruccion o extravio de certificados-
 19 de acciones se aplicara a lo dispuesto en el Capitulo XIII del Titu-
 20 lo II del Libro Tercero delCodigo de Comercio.-Los certificados de-
 21 acciones repuestos contendrán una nota que indique su calidad de re-
 22 posicion.-Si despues de repuesto un certificado apareciere el primi-
 23 tivo, éste se tendrá por anulado.-Todos los gastos de reposicion se
 24 ran por cuenta y cargo del interesado.-La Sociedad no tendrá res--



1 responsabilidad alguna para con los accionistas o terceros en virtud--
2 de los certificados repuestos, ya sea que en razón de ellos se hu-
3 biere cobrado dividendos o ejercido otros de los derechos concedi--
4 dos a los accionistas conforme a los términos de esta escritura.---
5 DECIMA CUARTA: OBLIGATORIEDAD DE ESTIPULACIONES Y RESOLUCIONES.-La-
6 titularidad de una o más acciones implica para sus actuales y futu-
7 ros propietarios la aceptación absoluta y sumisión plena a los tér-
8 minos, estipulaciones y reglamentaciones de este instrumento, así -
9 como la aceptación de las resoluciones tomadas con la mayoría requie-
10 rida por las Juntas Generales de Accionistas, legalmente convocadas
11 y constituidas, salvo los derechos de oposición y retiro en los ca-
12 sos señalados por la ley.-DECIMA QUINTA: JUNTA GENERAL DE ACCIONIS-
13 TAS.-La Junta General de Accionistas, formada por los accionistas
14 legalmente reunidos, es el órgano supremo de la Sociedad; tendran--
15 derecho de asistencia todos los titulares de acciones cuyos nombres
16 aparezcan inscritos en el Libro de Registro de Accionistas.-Habrá -
17 dos clases de Juntas Generales: Ordinarias y Extraordinarias.-DECI-
18 MA SEXTA: JUNTA GENERAL ORDINARIA: La Junta General Ordinaria de --
19 Accionistas, se reunirá por lo menos una vez al año, dentro de los
20 cinco meses siguientes: a la fecha en que se clausure el ejercicio
21 social, en el lugar, día y horas que al efecto señala la convocato-
22 ria.-La Junta General Ordinaria tendrá entre otras atribuciones las
23 siguientes: a) conocer de la Memoria de la Junta Directiva, el Ba-
24 lance General, el Estado de Perdidas y Ganancias y el informe del



CUARENTA CENTAVOS

T.R. 0212546

1 Auditor, a fin de aprobar o improbar los tres primeros y tomar las--
2 medidas que juzgue oportunas; b) acordar la aplicación de utilida--
3 des y la creación aumento, reduccion y supresión de reservas y la--
4 distribucion de dividendos; c) elegir a los miembros propietarios y
5 Suplentes de la Junta Directiva, así como al Auditor de la Sociedad;
6 d) señalar las remuneraciones de los miembros de la Junta Directiva
7 y del Auditor de la Sociedad; e) aprobar o improbar los actos de la
8 Junta Directiva; f) resolver cualquier asunto de interés para la So
9 ciedad, que figura en la Agenda de la Sesión, que la Junta Directi
10 va no pueda resolver y que no sea de la competencia de la Junta Ge
11 neral Extraordinaria; DECIMA SEPTIMA: JUNTA GENERAL EXTRAORDINARIA.
12 Son Juntas Generales Extraordinarias, las que se reunen para tratar
13 cualquiera de los siguientes casos: a) Modificación del Pacto So--
14 cial; b) omision de las obligaciones negociables o bonos; c) amorti
15 zacion de acciones con recursos de la propia Sociedad y emision de
16 certificados de goce; y d) los demás asuntos que de conformidad con
17 la Ley el Pacto Social deben ser conocidos en Junta General Extraor
18 dinaria; DECIMA OCTAVA: CONVOCATORIAS A JUNTAS GENERALES.-Las convo
19 catorias a Juntas Generales serán hechas por la Junta Directiva ó
20 por el Auditor en los casos determinados por la Ley, por medio de
21 avisos que se publicaran por lo menos con quince días de anticipa--
22 cion a la fecha señalada para la reunion, no contándose en dicho --
23 plazo ni el día de la publicación de ultimo aviso de convocatoria--
24 ni el de la celebración de la Junta.-Las convocatorias deben conte-

MAXIMA
PÚBLICIDAD

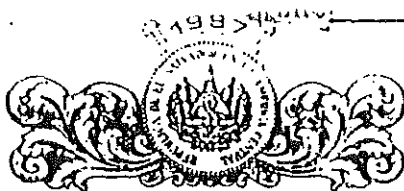
ner: a) la denominación de la Sociedad; b) la especie de Junta a -
que se convoca; c) la indicación del quorum necesario; d) lugar, día
y hora de la Junta; e) la Agenda de la Sesión; f) el nombre y cargo
de quien o quienes firman la convocatoria.-A los accionistas deberá
enviarse además por escrito y con igual contenido, un aviso por lo
menos con quince días de anticipación, a la fecha de la reunión.-Se
podrá convocar para que en una misma Junta General se traten asuntos
de carácter ordinario y extraordinario.-Las Juntas en primera y se-
gunda convocatoria se anunciarán en un solo aviso y las fechas de
reunión estarán separadas por lo menos por un lapso de veinticuatro
horas.-En caso de que una sesión de Junta General Extraordinaria no
haya podido celebrarse por falta de quorum en las dos fechas señala-
das en la convocatoria se hará una nueva convocatoria conforme a las
reglas expresadas en esta cláusula, la cual no podrá ser anunciada
simultáneamente con las anteriores y además deberá expresar la cir-
cunstancia de ser tercera y de que la sesión será válida cualquiera
que sea el número de las acciones representadas.-No obstante lo an-
terior no será necesaria la convocatoria a la Junta General Ordinaria
o Extraordinaria, si hallándose reunidos los accionistas o represen-
tantes de todas las acciones en que está dividido el capital social
acordaren instalar la Junta y aprobaran por unanimidad la Agenda;--
DECIMA NOVENA: DERECHO A PEDIR CONVOCATORIA.-Los Accionistas que re-
presenten por lo menos el cinco por ciento del capital social podrá
pedir por escrito en cualquier tiempo a la Junta Directiva, la con-



T.R. 0212547

convocatoria de una Junta General de Accionistas para tratar de los --
asuntos que indiquen en su petición.- Igual derecho tendrá el titu-
lar de una sola acción, en cualquiera de los siguientes casos: a) ---
cuando no se haya celebrado Junta durante dos ejercicios consecuti-
vos; b) cuando las Juntas celebradas durante ese tiempo no hayan --
conocido los asuntos indicados en el artículo Doscientos Veintitres
del Código de Comercio.- Si la Junta Directiva rehusare hacer la con-
vocatoria o no la hiciere dentro de los quince días siguientes a --
aquel en que se haya recibido la solicitud la convocatoria será he-
cha por el Juez competente a solicitud del accionista o accionistas
interesados, con audiencia por tres días a la Junta Directiva.- VIGI-
SIMA: ACTA DE ASISTENCIA: A la hora indicada en la convocatoria pa-
ra instalar la Junta General de Accionistas, el Secretario de la --
Junta Directiva o quien haga sus veces formulará una lista de los --
accionistas presentes o representados y de los representantes de --
los accionistas, indicando el nombre de los accionistas, de los re-
presentantes de acciones y número de acciones que le pertenezcan o
representen cada uno.- Antes de la primera votación la lista se exhi-
birá para su examen y será firmada por la persona que presida la --
reunión; y el Secretario y los demás concurrentes.- VIGESIMA PRIME-
RA: PRESIDENCIA Y SECRETARIA DE LAS JUNTAS GENERALES.- Presidirá las
Juntas Generales de Accionistas el Presidente de la Junta Directiva
y en su ausencia quien haga sus veces y a falta de éstos se elegi-
rá entre los concurrentes a cualquier otro accionista o representan-

te de acciones como Presidente de debates para la Junta de que se -
trate.-Actuará como Secretario de las Juntas Generales de Accionis--
tas el Secretario de la Junta Directiva o el Director que lo sustituya
y a falta de éste el accionista o representante de acciones;--
que elijan para dicha reunión los accionistas o representantes de ac-
ciones presentes en la misma; VIGESIMA SEGUNDA: QUORUM DE LA JUNTA--
GENERAL ORDINARIA.-Para que la Junta General Ordinaria se considere
legalmente reunida en la primera fecha de la convocatoria deberá es-
tar representada por lo menos, la mitad más una de las acciones que
tengan derecho a votar.-Si la Junta General Ordinaria se reuniere--
en la segunda fecha de la convocatoria por falta de quorum necesario
para hacerla en la primera se considerará válidamente constituida --
cualquiera que sea el número de acciones representadas.-VIGESIMA --
TERCERA: QUORUM DE LA JUNTA GENERAL EXTRAORDINARIA.-Las Juntas Gene-
rales Extraordinarias que tengan por objeto resolver los asuntos --
contemplados en los literales b) y c) de la cláusula Décima Séptima
se regirán en cuanto al quorum tanto en primera como en segunda fe-
cha de la convocatoria, por las disposiciones referentes a las Jun-
tas Generales Ordinarias y las que tengan por objeto tratar cual---
quier otro asunto se regirán por las siguientes reglas: el quorum--
necesario para celebrar la sesión en la primera fecha de la convoca-
toria será de las tres cuartas partes de todas las acciones de la--
Sociedad; para la segunda la mitad más una y la tercera cualquiera
que sea el número de acciones representadas.-VIGESIMA CUARTA: AGEN-



CUARENTA CENTAVOS

PAGINA

0000404

T.R. 0212548

1 DA Y LIBROS DE ACTAS DE JUNTAS GENERALES.-La agenda debe contener--
2 la relacion de los asuntos que serán sometidos a la discusion y re-
3 solucion de la Junta General y será redactada por quien haga las --
4 convocatorias.-Quienes tengan derecho a pedir convocatoria a Junta
5 General lo tienen tambien para pedir que figuren determinados puntos
6 en la Agenda.-Ademas de los asuntos incluidos en la Agenda y de los
7 indicados en la clausula Décima Sexta, podrán tratarse cualesquiera
8 otros, siempre que, estando representadas todas las acciones, se --
9 acuerde su discusion por unanimidad; lo resuelto legalmente en las-
10 Juntas Generales se asentará en un Libro de Actas, y el acta será -
11 firmada por el Presidente y el Secretario de la Sesion.-El Libro de
12 Actas, así como los expedientes correspondientes a dichas Juntas, -
13 compuestos por los documentos que comprueban las convocatorias, las
14 representaciones de acciones y el Acta de Asistencia, estarán con--
15 fiadas al Secretario de la Junta Directiva.-VIGESIMA QUINTA: CONTI-
16 NUACION Y SUSPENSION DE SESIONES: La Junta General de Accionistas -
17 una vez haya sido legalmente instalada con el voto de la mayoría del
18 capital presente y representado en la respectiva Junta podrá acor--
19 dar su continuacion en los días inmediatos siguientes hasta la con-
20 clusion de la Agenda.-Con igual porcentaje de votación podrá acor--
21 dar aplazar la sesion por una sola vez y por el termino improrroga-
22 ble de tres días; en estos casos se reanudará la Junta tal como se
23 hubiere acordado, sin necesidad de nueva convocatoria ni aviso para
24 los accionistas que no estuvieren presentes.-VIGESIMA SEXTA: MAYO--



RIA PARA RESOLVER EN LAS JUNTAS GENERALES.-En las Juntas Generales Ordinarias y Extraordinarias que tengan por objeto resolver los puntos contenidos en los literales b y c de la clausula Décima Séptima las resoluciones se tomaran tanto en primera como en segunda fecha de la convocatoria, con el voto de la mitad mas una de las acciones presentes y representadas en la sesion.-Para que haya resolucion en las otras Extraordinarias se necesitara el voto favorable, en primera fecha, de las tres cuartas partes de las acciones presentes, y en la tercera fecha, de la simple mayoría de las acciones presentes.

VIGESIMA SEPTIMA: JUNTA DIRECTIVA: La administración de la Sociedad estara confiada por los accionistas a una Junta Directiva integrada por tres miembros electos oportunamente por la Junta General Ordinaria de Accionistas, y se denominaran Primero, Segundo y Tercero.-El primer Director sera el Presidente de la Junta y el Segundo el Secretario.-Habrá igual numero de Directores Suplentes que Propietarios, electos en iguales condiciones que éstos, concurriran a las sesiones de la Junta Directiva, participaran en sus deliberaciones y ^{no}podran votar.-VIGESIMA OCTAVA: REQUISITOS PARA SER DIRECTOR, PERIODO DE SU EJERCICIO Y SU REELECCION.-Los Directores podran ser o no Accionistas.-La calidad de miembro de la Junta Directiva, es personal, y no podra ejercerse por medio de representante y sera compatible con cualquier cargo o empleo dentro o fuera de la Sociedad, excepto con el de Auditor.-Los miembros Propietarios y Suplentes de la Junta Directiva duraran en sus funciones dos años pudiendo ser reelectos.--





T.R. 0212549

CUARENTA CENTAVOS

1 En caso de que por cualquier circunstancia transcurriere el plazo--
 2 para el que fueren designados, sin que se hubiere hecho la nueva --
 3 eleccion de Directores, los que estan fungiendo continuaran en el--
 4 desempeño de sus cargos hasta que se elijan los sustitutos y los --
 5 nombrados tomen posesion de sus cargos.--VIGESIMA NOVENA: MODO DE --
 6 PROVEER A LA VACANTE DE LOS MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA.--Los Di-
 7 rectores Propietarios seran sustituidos por aquellos de los Suplen-
 8 tes electos que sean llamados a ejercer el cargo en propiedad por --
 9 los Directores Propietarios restantes, cuando se trate de la vacan-
 10 te del Presidente o del Secretario de la Junta Directiva; este se --
 11 llenara por el Director Propietario inmediato siguiente; o en caso--
 12 necesario por aquel que sea designado por los Directores Propieta--
 13 rios.--En tal caso se llamara a uno de los Suplentes para integrar--
 14 la Junta Directiva, quien llegara a ocupar el ultimo cargo de esta,
 15 cuando las vacantes sean definitivas, las reglas anteriores tendran
 16 caracter provisional, debiendo la Junta General en su proxima se--
 17 sion, designar definitivamente a los sustitutos.--TRIGESIMA: REUNIO-
 18 NES, QUORUM Y DECISIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA.--La Junta Directiva--
 19 se reunira ordinariamente por lo menos una vez cada tres meses y ex-
 20 traordinariamente cuando se creanecesario, previa convocatoria del-
 21 Presidente o del Secretario que se hara por escrito, telefono o te-
 22 legrama, señalando el dia y hora de la sesion.--Se tendra por legal-
 23 mente reunida y sus decisiones seran validas con la concurrencia de
 24 de por lo menos dos de los Directores Propietarios que integren la-

[Handwritten signature]
 NOTARIO
 REPUBLICA DE EL SALVADOR
 MAXIMA PUBLICIDAD

1 Junta Directiva.- Las resoluciones se tomaran por mayoría de votos;
2 en caso de empate el Presidente tendrá voto de calidad o sea doble-
3 voto.-Los acuerdos de cada sesión deberán asentarse en el Libro de
4 Actas correspondientes y el acta deberá ser firmada por los asisten-
5 tes.-TRIGESIMA PRIMERA: ATRIBUCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA.-La Jun-
6 ta Directiva tendrá amplias atribuciones para:a) administrar y diri-
7 gir los negocios de la Sociedad; b) atender a la organización inter-
8 na de la Sociedad y reglamentar su funcionamiento; c) abrir y ce-
9 rrar agencias, sucursales, oficinas y dependencias; d) nombrar y re-
10 mover a los Gerentes, Sub-Gerentes o representantes, señalarles sus
11 atribuciones y asignarles sus emolumentos; e) crear las plazas del-
12 personal de la Sociedad y asignarles sus remuneraciones; f) regla-
13 mentar el uso de las firmas; h) convocar a los accionistas a Juntas
14 Generales; i) proporcionar a la Junta General propuestas de aplica-
15 ción de utilidades, creación y modificación de reservas y distribu-
16 ciones de dividendos; y j) conocer de las renunciaciones de los miembros
17 de la Junta Directiva y concederles licencia.-La Junta Directiva--
18 puede delegar sus facultades de administración y representación en-
19 uno de los Directores o en comisiones que designe entre sus miem-
20 bros, quienes deberán ajustarse a las instrucciones que reciba y da-
21 ra periódicamente cuenta de su gestión.-TRIGESIMA SEGUNDA: REPRESEN-
22 TACION LEGAL Y ATRIBUCIONES DEL PRESIDENTE Y DEL SECRETARIO.-Corres-
23 pondera al Presidente y Secretario de la Junta Directiva en forma--
24 conjunta o separada la representación judicial y extrajudicial de -



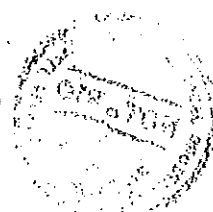
CUARENTA CENTAVOS

T.R. 0212550

1 la Sociedad y el uso de la firma social y tendrá la facultad de eje-
2 cutar toda clase de actos y realizar todas las operaciones corres-
3 pondientes al giro ordinario de los negocios sociales.-Para contraer
4 obligaciones creditos,asimismo para adquirir y enajenar los bienes-
5 inmuebles de la Sociedad se requerirá de acuerdo previo general o -
6 especial de la Junta Directiva.-Ademas podrán otorgar poderes gene-
7 rales o especiales, adquirir, arrendar o disponer a cualquier título
8 de toda clase de bienes, enajenar o gravar los bienes muebles de la-
9 Sociedad; los valores o derechos, conferir y revocar en su caso los
10 respectivos poderes de administración que se confieren a los Geren-
11 tes y en general cumplir o ejecutar toda clase de actos o acuerdos-
12 resueltos por la Junta Directiva.-Tambien les corresponderá presidir
13 las sesiones de las Juntas Generales y de la Junta Directiva.-TRIGE-
14 SIMA TERCERA:GERENCIA.-Cuando la Junta Directiva lo estime convenien-
15 te, podrá nombrar a uno o a varios Gerentes o Sub-Gerentes, para au-
16 xiliar la administración de los negocios sociales.-Los poderes que
17 se otorgue determinaran la extension del mandato y sus restricciones.
18 TRIGESIMA CUARTA: AUDITORIA.- La Junta General Ordinaria de Accionis-
19 tas elegirá a un Auditor por el plazo que estime conveniente el cual
20 no podrá ser menor de un año ni exceder de tres años para que ejerza-
21 todas las funciones de vigilancia de la administración social, con -
22 las facultades y obligaciones que determina la Ley.-Para los casos-
23 de muerte, renuncia, inhabilidad o incapacidad del Auditor, la Junta
24 General elegirá a otra persona para que ejerza todas las funciones

27
MAXIMA
PUBLICIDAD

1 de vigilancia de la administracion social.-TRIGESIMA QUINTA: EJERCICIO
2 CIO ECONOMICO.-El ejercicio económico de la Sociedad será de un año
3 comprendido del primero de enero al treinta y uno de diciembre de -
4 cada año.-La Junta General podrá modificar las fechas del ejercicio
5 economico social señalando otras diferentes.-TRIGESIMA SEXTA: RESER
6 VAS.-De las utilidades líquidas obtenidas en cada ejercicio se des-
7 tinará el porcentaje que exija la Ley, para la constitución de los-
8 fondos especiales o provisiones a que este obligada la Sociedad de-
9 conformidad a las disposiciones legales.-Ademas la Junta General po
10 drá crear las reservas voluntarias que estime convenientes.-TRIGESI
11 MA SEPTIMA: DISOLUCION Y LIQUIDACION.-La Sociedad podrá disolverse-
12 por cualquiera de las causas previstas por la ley.-Cuando se proce
13 da a la disolucion y liquidacion de la Sociedad se nombrará en la -
14 Junta General que así lo acuerde una Junta de Liquidadores que será
15 integrada por tres miembros.-La sustitución de cualquier liquidador
16 se hará de igual manera.-TRIGESIMA OCTAVA: SUSCRIPCION Y PAGO DE CA
17 PITAL.-Los otorgantes suscriben la totalidad del capital social y lo
18 pagan así: el señor ROBERTO ATILIO MURILLO RAMIREZ, suscribe OCHO---
19 CIENTAS ACCIONES con un valor nominal de OCHO MIL COLONES y paga a--
20 cuenta de las mismas la totalidad de su valor y los otros dos socios
21 SEISCIENTAS ACCIONES cada uno con un valor nominal de SEIS MIL COLO-
22 NES y pagan a cuenta de las mismas la totalidad de su valor.-De di-
23 cho capital social y acciones suscritas los socios pagan y hacen --
24 efectivo por medio de Cheques Certificados que tuve a la vista por--



T.R. 0212551



0000407

la suma de VEINTE MIL COLORES, a favor de la Sociedad que se consti-
tuye a cargo del Banco de Comercio de El Salvador, VII Numeros cua-
trocientos setenta y ocho mil siete de CINCO MIL COLORES; cuatrocien-
tos setenta y ocho mil ocho DE SEIS MIL COLORES y cuatrocientos se-
tenta y ocho mil nueve de SEIS MIL COLORES.-TRIGESIMA NOVENA: ELEC-
CIÓN DE AUDITOR Y DE LA PRIMERA JUNTA DIRECTIVA.-Los otorgantes de-
signan al Contador Público Certificado RAUL CORPEÑO como Auditor Pro-
pietario de la Sociedad por un período de un año y acuerdan tambien
elegir la primera Junta Directiva que actuará hasta que se reúna la
Primera Junta General de Accionistas y elija los nuevos Directores -
asi: Directores Propietarios: señor ROBERTO ATILIO MURILLO RAMIREZ,
Primer Director y Presidente, Segundo Director y Secretaria ABRAHAM
LIZZETTE MORENO MURILLO DE BURGOS y Tercer Director Licenciado GER-
MAN DANILLO MORENO MURILLO, DIRECTORES SUPLENTEES: ALBA MARINA DELGA-
DO, Primer Director, ALEX GREGORIO BURGOS Segundo Director y KATIA-
ELIZABETH TREJO DE MORENO, Tercer Director.-Yo la Notario, doy fe--
de haber tenido a la vista: a) Los Cheques Certificados a favor de-
la Sociedad que se han relacionado; b) de haber advertido a los --
otorgantes de la obligación en que están de Registrar el Testimonio
de esta escritura en el Registro de Comercio, de los efectos de Re-
gistro y de las Sanciones impuestas por falta del mismo, y que para
tal inscripcion es indispensable agregar las solvencias Municipales
delos Accionistas.-Así se expresaron los comparecientes a quienes--
explique los efectos legales de esta escritura, a quienes conozco y-



LIBRO PAGINA

leído que les fue por mí, lo escrito, íntegramente, en un solo acto, manifiestan su conformidad, ratifican lo dicho y todos firmamos.---

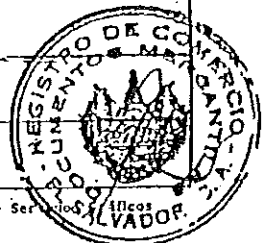
DOY FE.--Entre líneas: a-les-rios-Primer Director y Presidente; Segundo Director y Valen.--Enmendados: Ante-D-MAXIMA-MAXIMA-sociales-derecho-cantidades-Libro-totalmente-su-unanimidad-incluidos-el favorable-Los-Valen.--las enmendados:lo-voto-Valen.--R. URILLO.--G.D. MUÑOZ.--L.M. DE BURGOS.--LEUCIA DE RIVERA.--RUBRICADAS.--

PASO ANTES MÍ del folio trece vuelto al veintitres frente DEL LIBRO NUMERO TREINTA Y TRES DE MI PROTOCOLO que caducará el --- día diez de diciembre de mil novecientos ochenta y ocho; y para ser entregado a la SOCIEDAD MAXIMA PUBLICIDAD, PROFESIONALES EN COMUNICACION Y MERCADEO, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, extendiendo, firmo y sello este Testimonio en la ciudad de San Salvador, a los veintiseis días de enero de mil novecientos ochenta y ocho.--Enmendados:pagadas-Libro-certificados-para-es-senalar-Extraordinaria-General-VIGESIMA-acciones-necesario-improrrogable-se-Extraordinaria-cargos-anteriores-necesario-seran-firmada-AUDITORIA-Cuando Valen.--Entre Líneas; SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE-se-no-Vale.--

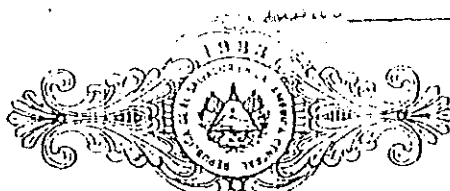
El Infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de esta copia fotostática, con su original de conformidad con el artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.

San Salvador, 28 de Septiembre del 2004

[Firma manuscrita]



OF-K-Dirección de Ser...



T.R. 0384388

CUARENTA CENTAVOS

GISTRO DE COMERCIO, DEPARTAMENTO DE DOCUMENTOS MERCANTILES: San -

Salvador, a las quince horas y treinta minutos del día nueve de mayo de mil novecientos ochenta y ocho.-

INSCRIBASE el anterior testi-

menio de escritura pública de CONSTITUCION de la sociedad denominada "MAXIMA PUBLICIDAD, PROFESIONALES EN COMUNICACION Y MERCADEO, -

SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE" que se podrá abreviar "MAXI-

MA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.", presentada a las doce horas y diez --

minutos del día veinticuatro de febrero del presente año, según a--

siento de presentación número setecientos ochenta y ocho del libro

Dieciocho de Instrumentos Sociales. Se tuvo a la vista las constan-

cias de Solvencias extendidas por la Alcaldía Municipal de San Sal-

vador, números dieciocho mil sesenta y cinco, dieciocho mil tres---

cientos uno y dieciocho mil ciento cincuenta y cinco de fecha ocho

y once de enero del presente año a favor de los socios. DERECHOS:-

Veintisiete colones, recibo de ingreso serie "B" número ES seiscien-

tos treinta y seis mil trescientos sesenta de fecha veinticuatro de

febrero del presente año.- Enmendada PROFESIONALES-vale.



Dr. Roberto Marcial Ocampo
REGISTRADOR

12 MAYO 1988

FECHA DE INSCRIPCION

ghm

INSCRITO EN EL REGISTRO DE COMERCIO
VEINTIDOS

NUMERO

FOLIOS

LIBRO No.

CIENTO NOVENTA Y DOS Y SIGUIENTES

SEISCIENTOS

REGISTRO DE SOCIEDADES

DE
SAN SALVADOR DOCE

MAYO

DE

DE

MIL NOVECIENTOS

OCHENTA Y OCHO

[Signature]
Jefe de Reproducción

El Infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de
esta copia fotostática, con su original de conformidad con el
artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la
Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.

San Salvador, 28 de Septiembre del 2004.



3.2. CONSTANCIA DE MATRICULA DE COMERCIO

La Compañía de las Ideas

CENTRO NACIONAL DE REGISTROS



| | | |
|-----|-------|------|
| DIA | MESES | AÑO |
| 8 | Enero | 2004 |

COMPROBANTE DE PAGO No. 4410168

CUENTA 005-22-0065-09

BANCO LUGAR DE PAGO: Salvadoreño

OTORGANTE: Maxima Publicidad profesionales
en comunicación y mercadeo, S.A. de C.V.
NOTARIO AUTORIZADO:

| ACTO O CONTRATO | DERECHOS |
|------------------------------------|----------|
| Renovación de matrícula de | \$34.29 |
| Establecimiento año Ejercicio 2004 | |
| TOTAL | \$34.29 |
| TOTAL A PAGAR EN LETRAS | \$34.29 |

| EFFECTIVO | |
|--------------|---------|
| | \$0.00 |
| PROPIOS | \$34.29 |
| OTROS BANCOS | \$0.00 |
| OTROS | \$0.00 |
| TOTAL | \$0.00 |
| | \$34.29 |

Son. Treinta y cuatro 29/100 dolares americanos

FIRMA DEL OTORGANTE

FIRMA COLECTOR
ORIGINAL - CLIENTE

CENTRO NACIONAL DE REGISTROS



| | | |
|-----|-------|------|
| DIA | MESES | AÑO |
| 8 | Enero | 2004 |

COMPROBANTE DE PAGO No. 4410169

CUENTA 005-22-0065-09

BANCO LUGAR DE PAGO: Salvadoreño

OTORGANTE: Maxima Publicidad profesionales
en comunicación y mercadeo, S.A. de C.V.
NOTARIO AUTORIZADO:

| ACTO O CONTRATO | DERECHOS |
|----------------------------|----------|
| Renovación de matrícula de | \$354.57 |
| Empresa año Ejercicio 2004 | |
| TOTAL | \$354.57 |
| TOTAL A PAGAR EN LETRAS | \$354.57 |

| EFFECTIVO | |
|--------------|----------|
| | \$0.00 |
| PROPIOS | \$354.57 |
| OTROS BANCOS | \$0.00 |
| OTROS | \$0.00 |
| TOTAL | \$0.00 |
| | \$354.57 |

Son. Trescientos cincuenta y cuatro 57/100 dolares americanos

FIRMA DEL OTORGANTE

FIRMA COLECTOR
ORIGINAL - CLIENTE

El infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de esta copia fotostática, con su original de conformidad con el artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.

San Salvador, 28 de Septiembre del 2004

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

31

Centro Nacional de Registros

Registro de Comercio

MATRICULA No 2002013993 001 ²⁴⁷ ³⁹ ⁴⁹⁵ PAGINA

REGISTRO DE COMERCIO, DEPARTAMENTO DE REGISTRO DE MATRICULAS DE COMERCIO: San Salvador, a las diez horas y treinta y siete minutos del día veintinueve de julio de dos mil dos .

Cumplidos los trámites de Ley y pagado el derecho correspondiente, INSCRIBASE a nombre de: MAXIMA PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, el Establecimiento COMERCIAL Denominado MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. situado en 43ª AVENIDA SUR # 429, COLONIA FLOR BLANCA, SAN SALVADOR y que forma parte de la Empresa denominada MAXIMA PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE.

Extiendase la constancia correspondiente.

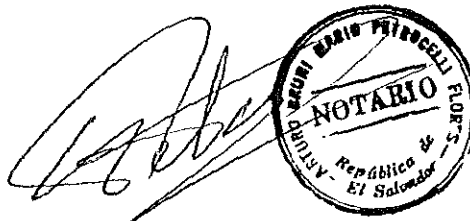
Liliana Patricia Cáceres de Montoya
LIC. Liliana Patricia Cáceres de Montoya
REGISTRADORA

INSCRITO EN EL REGISTRO DE COMERCIO AL NUMERO 247 DEL LIBRO 39 DEL FOLIO 495 AL FOLIO 496 FECHA DE INSCRIPCION: San Salvador, veintinueve de julio de dos mil dos .

Liliana Patricia Cáceres de Montoya
LIC. LILIANA PATRICIA CACERES DE MONTOKA
REGISTRADOR



El Infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de esta copia fotostática, con su original de conformidad con el artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.
San Salvador, 28 de Septiembre del 2008



MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

3.3. FOTOCOPIA DE CREDENCIAL DE REPRESENTANTE LEGAL

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.

La Compañía de las Ideas

53 LIBRO 1793 PAGINA 483

70013712

El suscrito Secretario de la Junta Directiva de la Sociedad MAXIMA PUBLICIDAD, PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN Y MERCADEO, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, que puede abreviarse MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., inscrita al numero 22, folios 192 y siguientes, libro 600 del registro de sociedades de fecha 12 de Mayo de 1988, CERTIFICA:

Que según folio numero 50 del libro de actas de Junta General de Accionistas, se encuentra el asiento que literalmente dice: acta numero 26 de Junta General ORDINARIA de accionistas, celebrada a las ocho horas del día veintiuno de Marzo del año dos mil tres

PUNTO UNICO:

Se procedió a la elección de la nueva Junta Directiva de MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., la cual quedo integrada de la siguiente forma:

PRESIDENTE: Licenciado Pedro Leonel Moreno Murillo, mayor de edad,

[REDACTED] de nacionalidad [REDACTED]

SECRETARIO: Licenciado Germán Danilo Moreno Murillo, mayor de edad,

[REDACTED] y de nacionalidad [REDACTED]

TERCER DIRECTOR PROPIETARIO: Licenciada Astrid Lissette Moreno de Burgos, Mayor de edad [REDACTED] de nacionalidad [REDACTED]

PRIMER DIRECTOR SUPLENTE: Adilia Murillo de Moreno, mayor de edad,

[REDACTED] de nacionalidad [REDACTED]

SEGUNDO DIRECTOR SUPLENTE: Licenciado Jaime Antonio Moreno Murillo, mayor de edad, [REDACTED] de nacionalidad [REDACTED]

TERCER DIRECTOR SUPLENTE: Doña Fátima Menéndez de Moreno, mayor de edad, [REDACTED], y de nacionalidad [REDACTED]

Los nombrados ejercerán sus cargos por un periodo de dos años, a partir del 27 de Abril del año de 2003. La actual Junta Directiva fue electa por unanimidad.

Y para los efectos legales, expido la presente certificación en la Ciudad de San Salvador, a los veinticuatro días del mes de Marzo del año dos mil tres.


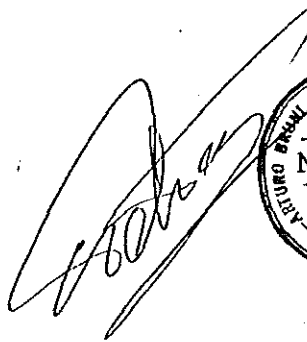
Licenciado Germán Danilo Moreno Murillo
Secretario

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V. 34
Yo el





Suscrito Notario Doy Fe: de que identifico al señor Germán Danilo Moreno Murillo, de cuarenta y dos años de edad, [REDACTED] a, del domicilio de [REDACTED], por medio de DOCUMENTO UNICO DE IDENTIDAD [REDACTED]; y de ser autentica la firma que él dice haber puesto en la certificación de punto de acta de elección de Junta Directiva. Y para constancia firmo y sello en San Salvador a los veinticuatro días del mes de Marzo del año dos mil tres.



El Infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de esta copia fotostática, con su original de conformidad con el artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.

San Salvador, 28 de Septiembre del 2004.



Centro Nacional de Registros Registro de Comercio

GISTRO DE COMERCIO : DEPARTAMENTO DE DOCUMENTOS MERCANTILES: San Salvador, a las doce horas y un minutos del día veintiocho de marzo de dos mil tres.

Inscribase la anterior CREDENCIAL DE ELECCION DE JUNTA DIRECTIVA de la Sociedad MAXIMA PUBLICIDAD, PROFESIONALES EN COMUNICACION Y MERCADEO, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE que se abrevia MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. DERECHOS: \$5.71, comprobante de pago número 0005383662, del día veinte de marzo de dos mil tres; presentado en este Registro a las doce horas y cuarenta y seis minutos, del día veinticinco de marzo de dos mil tres, según asiento número 2003087222.



Licda. Herminia Elizabeth Lozano Zelidó
REGISTRADORA

INSCRITO EN EL REGISTRO DE COMERCIO AL NUMERO 53 DEL LIBRO 1793 DEL REGISTRO DE SOCIEDADES. DEL FOLIO 483 AL FOLIO 485 FECHA DE INSCRIPCION: San Salvador, veintiocho de marzo de dos mil tres.

El Infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de esta copia fotostática, con su original de conformidad con el artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.

San Salvador, 28 de Septiembre del 2004.



Licda. Herminia Elizabeth Lozano Zelidó
REGISTRADORA

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.
35

CENTRO NACIONAL DE REGISTROS

0000415

DIAS: 20 MES: Marzo AÑO: 03



COMPROBANTE DE PAGO No. 5383662

OTORGANTE: Maxima Publicidad S.A. de C.V.

NOTARIO AUTORIZADO:

Acto o Contrato: Registro de Credencial de Junta Directiva

Derechos: \$5.71

TOTAL PAGAR EN LETRAS: CINCO 21/100 DOLARES

TOTAL PAGAR EN LETRAS: CINCO 21/100 DOLARES

20 MAR. 2003

RAFAEL CASTILLO VENTUROSA

ORIGINAL - CLIENTE

CUENTA: 510-01327-2

BANCO: Banco Agrícola

Efectivo: \$5.71

TOTAL: \$5.71

25 MAR 2003

RECEPCION

RECEPCION

RECEPCION

RECEPCION

RECEPCION

CENTRO NACIONAL DE REGISTROS
REGISTRO DE COMERCIO
CONSTANCIA DE RECEPCION

22 507 S.D. (3m).
600 2 años

Presentacion 2003087222

Fecha 25-03-2003 12:46:05

Servicio CREDENCIAL DE ELECCION DE JUNTA DIRECTIVA
Nombre MAXIMA PUBLICIDAD, PROFESIONALES EN COMUNICACION Y
Solicitante RAFAEL VENTURA
Pago de Derecho \$ 5.71
EQUIPO 2

SE MARGINA

Receptor JJOVEL

RECEPTOR RESPONSABLE

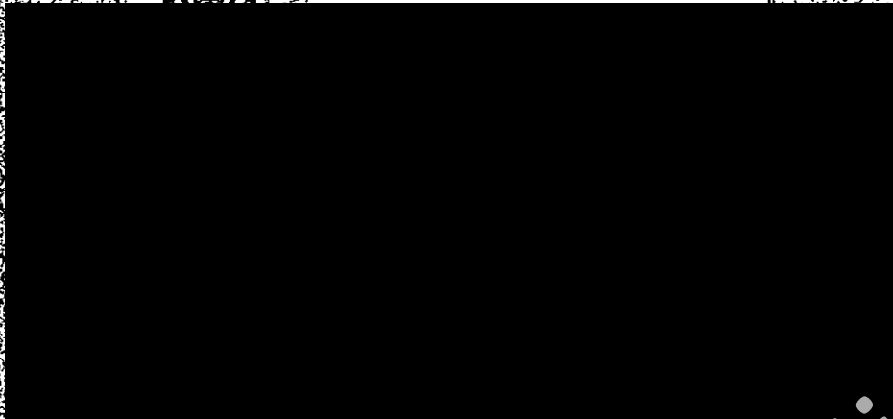
El Infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de esta copia fotostática, con su original de conformidad con el artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.

San Salvador, 28 de Septiembre del 2003



36

**3.4. FOTOCOPIA DE DUI Y
NIT DE REPRESENTANTE
LEGAL**



Versión Pública

El Infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de esta copia fotostática, con su original de conformidad con el artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.

San Salvador, 16 de Septiembre del 2008



0000418

MINISTERIO DE HACIENDA
DIRECCION GENERAL DE IMPUESTOS INTERNOS
TARJETA DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA

MORENO MURILLO, GERMAN DANILO
NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE

No. DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA (NIT) [REDACTED]

 *[Signature]*
FIRMA DEL FUNCIONARIO AUTORIZADO
Rep

| | | |
|-----|-----|------|
| 23 | 06 | 2000 |
| DIA | MES | AÑO |

FECHA DE EXPEDICION
215-18-0395439

PARA TODA GESTION O TRAMITE RELACIONADOS
CON LA ADMINISTRACION FISCAL DEBERA
PRESENTARSE ESTA TARJETA O HACER REFERENCIA
AL CORRESPONDIENTE NUMERO DE IDENTIFICACION
TRIBUTARIA.

No. 1193521

El infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de
esta copia fotostática, con su original de conformidad con el
artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la
Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.

San Salvador, 08 de Septiembre del 2000



MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

3.5. NOMINA DE ACCIONISTAS

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TELS.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.

40

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

NOMINA DE ACCIONISTAS

NOMBRE DE LA EMPRESA: MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.

NIT: 0614-260188-102-1

DIRECCION: 43 AVENIDA SUR, # 429, COLONIA FLOR BLANCA, SAN SALVADOR

GIRO DE LA EMPRESA: SERVICIOS DE PUBLICIDAD

SOCIOS CON SU PARTICIPACION ACCIONARIA

| | PRIMER NOMBRE | SEGUNDO NOMBRE | PRIMER APELLIDO | SEGUNDO APELLIDO | APELLIDO DE CASADA | NIT | CEDULA O DUI | % DE PARTIC. |
|---|---------------|----------------|-----------------|------------------|--------------------|-------------------|--------------|--------------|
| 1 | GERMAN | DANILO | MORENO | MURILLO | | 0614-011160-005-6 | 00600526-0 | 20.00% |
| 2 | ASTRID | LISSETTE | MORENO | MURILLO | DE BURGOS | 0614-261262-014-1 | 00330381-3 | 20.00% |
| 3 | JAIME | ANTONIO | MORENO | MURILLO | | 0614-060460-011-4 | 01006715-1 | 20.00% |
| 4 | PEDRO | LEONEL | MORENO | MURILLO | | 0210-101258-002-1 | 00333050-1 | 20.00% |
| 5 | ADILIA | DOLORES | MURILLO | RAMIREZ | DE MORENO | 0210-230135-002-7 | 00330161-7 | 20.00% |
| 6 | | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | | |

JUNTA DIRECTIVA:

FECHA INICIAL J.D. 27/04/2003

FECHA FINAL J.D.: 27/04/2008

N. DE INSCRIPCION: NUMERO 53, LIBRO 1793, PAGINA 483

| | PRIMER NOMBRE | SEGUNDO NOMBRE | PRIMER APELLIDO | SEGUNDO APELLIDO | APELLIDO DE CASADA | NIT | CEDULA O DUI | CARGO |
|---|---------------|----------------|-----------------|------------------|--------------------|-------------------|--------------|------------------|
| 1 | PEDRO | LEONEL | MORENO | MURILLO | | 0210-101258-002-1 | 00333050-1 | PRESIDENTE |
| 2 | GERMAN | DANILO | MORENO | MURILLO | | 0614-011160-005-6 | 00600526-0 | SECRETARIA |
| 3 | ASTRID | LISSETTE | MORENO | MURILLO | DE BURGOS | 0614-261262-014-1 | 00330381-3 | 3 DIR.PROP. |
| 4 | ADILIA | DOLORES | MURILLO | RAMIREZ | DE MORENO | 0210-230135-002-7 | 00330161-7 | PRIMER DIR. SUP. |
| 5 | JAIME | ANTONIO | MORENO | MURILLO | | 0614-060460-011-4 | 01006715-1 | SEGDO.DIR. SUP. |
| 6 | FATIMA | | MENENDEZ | | DE MORENO | 0511-050362-002-6 | 00461453-4 | TERCER DIR. SUP. |
| 7 | | | | | | | | |
| 8 | | | | | | | | |
| 9 | | | | | | | | |

GERMAN DANILO MORENO MURILLO
REPRESENTANTE LEGAL

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
 TEL.S.: 298-9090, FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

41
MAXIMA
PUBLICIDAD

3.6. FOTOCOPIA DE TARJETA DE IVA Y NIT



MINISTERIO DE HACIENDA
DIRECCIÓN GENERAL DE
IMPUESTOS INTERNOS

No. 095403

| | |
|---|---------------------------------|
| No. DE REGISTRO 9298-3 | NIT 0814-280188-102-1 |
| NOMBRE / RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL MAXIMA PUBLICIDAD, S. A. DE C. V. | |
| DIRECCIÓN 43 AVENIDA SUR N° 428 COL. FLOR BLANCA SAN SALVADOR SAN SALVADOR | |
| GIRO O ACTIVIDAD ECONOMICA PUBLICIDAD | |
| Rep | 10/02/2003 drd07 |

El Infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de esta copia fotostática, con su original de conformidad con el artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.

San Salvador, 28 de Septiembre del 2004

[Firma manuscrita]

NOTARIO
MARIO PETROCCELLI
República de El Salvador

MINISTERIO DE HACIENDA
DIRECCION GENERAL DE IMPUESTOS INTERNOS
TARJETA DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA

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

NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE

No. DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA (NIT) 0614-260188-102-1

10 03 2004
DIA MES AÑO

REPÚBLICA DE EL SALVADOR EN LA AMÉRICA CENTRAL
DPTO. ASISTENCIA TRIBUTARIA

El infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de esta copia fotostática, con su original de conformidad con el artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.
San Salvador, 28 de Septiembre del 2004

[Handwritten Signature]

NOTARIO
MARIO PEYROCCELLI, F.D.P.S.
República de El Salvador

[Handwritten Signature]

PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.

3.7. SOLVENCIA TRIBUTARIA VIGENTE

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

0000425



MINISTERIO DE HACIENDA
DIRECCION GENERAL DE IMPUESTOS INTERNOS
CONSTANCIA DE SOLVENCIA O AUTORIZACION DE LOS
IMPUESTOS INTERNOS



Fecha Solicitud : 24/09/2004

No. 153107

EL INFRASCRITO FUNCIONARIO RESPONSABLE DE ESTA DIRECCION GENERAL
HACE CONSTAR QUE:

| | |
|---|-----------------------|
| NOMBRE: | |
| MAXIMA PUBLICIDAD, S. A. DE C. V. | |
| NIT: | |
| 0614-260188-102-1 | |
| MUNICIPIO: | DEPARTAMENTO: |
| SAN SALVADOR | SAN SALVADOR |
| ESTA SOLVENTE DE LOS IMPUESTOS INTERNOS | |
| FECHA DE EXPEDICION: | FECHA DE VENCIMIENTO: |
| 27/09/2004 09:33:50 | 27/10/2004 |
| TIPO DE DOCUMENTO QUE SE EXTIENDE: | |
| SOLVENCIA | |
| USO DE SOLVENCIA O AUTORIZACION: | |
| Participación en Licitación con Entidades Autónomas | |
| F. 41-6-01 | |
| FUNCIONARIO RESPONSABLE | |

La Compañía de las Ideas

RAZON SOCIAL: MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V., 43 Av. SUR No. 429, Col. FLOR BLANCA, S. S., EL SALVADOR
TEL: 2200 FAX: 298-1459, www.maximapublicidad.com e-mail: info@maximapublicidad.com

MAXIMA
PUBLICIDAD

3.8. SOLVENCIAS DEL ISSS Y ALCALDIA MUNICIPAL

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI

C000427

No. 14636



INSTITUTO SALVADOREÑO DEL SEGURO SOCIAL

Alameda Juan Pablo II y 39 Av. Norte, San Salvador, El Salvador, C.A.
Apdo. Postal 1404. Tels.: 268-3191, 268-3192, 268-3188. Telefax: 268-3189



EL INSTITUTO SALVADOREÑO DEL SEGURO SOCIAL "HACE CONSTAR" QUE:
PATRONO: MAXIMA PUBLICIDAD PROFESIONALES EN COMUNICACIONES Y MEDIOS

RCADEO SA DE CV

Con Número(s) de

Identificación: 701880732

Según nuestros Registros Contables, a esta fecha está solvente para con este Instituto, con el FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA e INSAFORP, respecto al pago de cotizaciones Obrero-Patronal.

Esta SOLVENCIA, tiene validez por un plazo de treinta días, a partir del siguiente día de la fecha de extensión. No exime al patrono de responsabilidad de cargos que posteriormente pudieran determinarse conforme lo estipula la Ley del Seguro Social y los Reglamentos para su aplicación.

San Salvador, VEINTITRES de SEPTIEMBRE de 2004

A las QUINCE horas con TREINTA Y SEIS MINUTO

Jefe Sección Cuentas por Cobrar

NOTA: Cualquier alteración al contenido de ésta la hará inválida.

Jefe Sección
Cuentas por
Cobrar
1558

La Compañía de las Ideas

MAXIMA
PUBLICIDAD

0000428

MAXIMA PUBLICIDAD

AFILIADA A TRIBU/NAZCA SAATCHI & SAATCHI



ALCALDIA MUNICIPAL
DE SAN SALVADOR

SOLVENCIA MUNICIPAL No. 401920

Comercio

LA ALCALDIA MUNICIPAL DE SAN SALVADOR, HACE CONSTAR QUE:

CUENTA No.:

NOMBRE:

MAXIMA PUBLICIDAD PROFESIONALES EN COMPUTACION Y MERCADEO
S.A. DE C.V.

DIRECCION:

ESTA SOLVENTE DEL PAGO DE IMPUESTOS Y SERVICIOS CON ESTA MUNICIPALIDAD

ESTA SOLVENCIA ES VALIDA UNICAMENTE PARA:
LICITACION

FECHA DE EMISION

24 DE SEPTIEMBRE DEL 2004

FECHA DE EXPIRACION

31 DE OCTUBRE DEL 2004

NOTA: POR ALTERACION EN ESTA SOLVENCIA LA DECLARA SIN VALOR



TESORERIA



CUENTAS CORRIENTES

**3.9. FOTOCOPIA
CERTIFICADA
DECLARACIÓN DEL IVA**



República de El Salvador
Ministerio de Hacienda
Dirección General de
Impuestos Internos

F07 v2

FENIX - 107

Declaración N° 1 107010128154

**Declaración y Pago del Impuesto a la
Transferencia de Bienes Muebles
y a la Prestación de Servicios**

PERIODO 2 08-2004 5
NIT 4 06142601881021 3
Impuesto 101 114 4 Concepto 102 01 3
Moneda 999 2 2 Dólares

Razón o Denominación Social completa si es Sociedad o Apellidos y Nombres si es Persona Natural

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

0000430

Identificación

N° de declaración que modifica 55 1 Período que corrige 18 3 NRC 22 92983 6
Cantidad de sucursales 205 1 5
Secuencia 56 0 0 Original

Declaración de Documentos Impresos y Emitidos en el Mes

| Tipo de documentos | DEL N° | AL N° | N° de Autorización | Último N° Emitido en el Mes |
|--------------------|--------|-------|--------------------|-----------------------------|
| Facturas | 210 0 | 240 5 | 270 3 | 300 1,105 1 |
| Comprob. Crédito | 215 2 | 245 0 | 275 5 | 305 9,217 3 |
| Nota de Remisión | 220 4 | 250 2 | 280 0 | 310 5 |
| Nota de Crédito | 225 6 | 255 4 | 285 2 | 315 360 0 |
| Nota de Débito | 230 1 | 260 6 | 290 4 | 320 2 |
| Comprob. Retención | 235 3 | 265 1 | 295 6 | 325 4 |

Operaciones del Mes

| Compras | Ventas |
|---|--|
| Compras Internas Exentas y No Gravadas 65 0 5 | Ventas Internas Exentas y No Gravadas 85 6 |
| Importaciones Exentas y No Gravadas 70 0 0 | Exportaciones 90 1 |
| Importaciones Gravadas 75 0 2 | Ventas Internas Gravadas 95 85,399 3 |
| Compras Internas Gravadas 80 47,755 4 | Suma de Ventas 105 85,399 0 |
| Suma de Compras 100 47,755 5 | |

Impuestos Declarados en el Mes

| Créditos | Débitos |
|---|--|
| Remanente de Crédito del Mes Anterior 110 0 2 | Débitos por Ventas: Crédito Fiscal 135 7,529 5 |
| Evolución Crédito a Exportadores 115 4 | Débitos por Ventas: Facturas 140 3,572 0 |
| Certificados a Imputar el Pago de Impuestos 120 6 | |
| Crédito Importaciones Gravadas 125 0 1 | |
| Crédito Compras Internas Gravadas 130 6,208 3 | |
| Suma de Créditos 145 6,208 2 | Suma de Débitos 150 11,101 4 |

Determinación del Impuesto

| | |
|---|---|
| Remanente Crédito Próximo Período 165 0 6 | Impuesto Aduanado 184 4,893 5 |
| Impuesto Determinado 160 4,893 1 | Multas 185 4 |
| Retención IVA a Terceros Domiciliados 165 3 | Intereses 190 27 6 |
| Retención IVA a Terceros No Domiciliados 175 0 | N° de Resolución 191 5 |
| Total IVA del Período 180 4,893 2 | Impuesto Acreditado por Resolución 192 4 |
| Total IVA del Período en Declaración Original 182 0 | Monto a Pagar 195 4,920 1 |
| | Excedente de Impuesto a Recuperar 197 0 6 |

DATOS EXCLUSIVOS PARA EFECTUAR PAGO EN DGT (Dirección General de Tesorería)

| Impuesto Determinado | Retención IVA a Terceros | Multa | Intereses |
|----------------------|--------------------------|--------|-----------|
| 360 4,893 4 | 361 0 3 | 36 0 2 | 363 27 9 |

El que suscribe **REP. DANILLO MORENO** en su carácter de **REP. LEGAL** declara que los datos consignados en este formulario son correctos y completos y que se ha confeccionado la presente utilizando el programa aplicativo (software) entregado y aprobado por la D.G.I.I. sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener, siendo fiel expresión de la verdad.

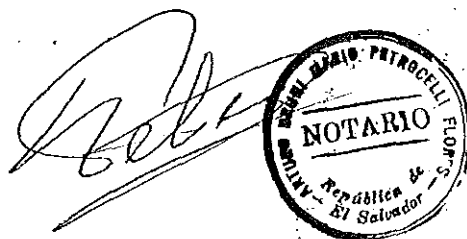
Firma del contribuyente o su representante legal:

Lugar y fecha:

51

El infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de esta copia fotostática, con su original de conformidad con el artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.

San Salvador, 28 de Septiembre del 2004





República de El Salvador
Ministerio de Hacienda
Dirección General de
Impuestos Internos

F14 v 2

FENIX - 114

Declaración N° 1 114010600374
PERIODO 2 08-2004 5
NIT 4 06142601881021 3
Impuesto 101 111 4 Concepto 103 01 2
Moneda 999 2 2 Dólares

DECLARACION MENSUAL DE Pago a Cuenta e Impuesto Retenido

Razón o Denominación Social completa si es Sociedad o Apellidos y Nombres si es Persona Natural
MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.

0000431

IDENTIFICACION

Secuencia 57 0 6 Original

Declaración jurada que modifica

55 1

INGRESOS BRUTOS GRAVABLES DEL MES

| | | | | | |
|------------------------------|----|-----------|--------------------------------------|----|-----------|
| Actividades Industriales | 20 | 1 | Total Ingresos Gravados | 34 | 85,399: 1 |
| Actividades Comerciales | 22 | 6 | | | |
| Actividades Agropecuarias | 24 | 4 | | | |
| Actividades de Servicio | 26 | 85,399: 2 | Entero Computado de Pago a Cuenta | 36 | 1,281: 6 |
| Industria de la Construcción | 28 | 0 | | | |
| Por Otras Actividades | 30 | 5 | Total Ingresos Exentos y No Gravados | 38 | 4 |
| Otros Ingresos | 32 | 3 | | | |

CONCEPTO DE ENTERO

Servicios de Caracter Permanente
Servicios Profesionales u Oficios
Retención a Personas. No Domiciliadas
Retención sobre Premios
Rtas. de Pers. Jurídicas Prov. de Depos. en Din.
Rtas. Prov. De Int. Por Emis. y Coloc. Título
Retención por Actividades Agropecuarias.
Retención por Juicios Ejecutivos
Otras Retenciones

NUMERO DE SUJETOS

| | |
|----|-------|
| 40 | 15: 2 |
| 42 | 9: 0 |
| 44 | 5 |
| 46 | 3 |
| 48 | 1 |
| 50 | 6 |
| 52 | 4 |
| 54 | 2 |
| 56 | 0 |

MONTO SUJETO A RETENCION

| | |
|----|-----------|
| 58 | 15,895: 5 |
| 60 | 4,422: 3 |
| 62 | 1 |
| 64 | 6 |
| 66 | 4 |
| 68 | 0: 2 |
| 70 | 0 |
| 72 | 5 |
| 74 | 3 |

IMPUESTO RETENIDO

| | |
|----|----------|
| 76 | 1,949: 1 |
| 78 | 442: 6 |
| 80 | 4 |
| 82 | 0: 2 |
| 84 | 0: 0 |
| 86 | 0: 5 |
| 88 | 3 |
| 90 | 0: 1 |
| 92 | 6 |
| 94 | 2,391: 4 |

Entero Computado en Retención

LIQUIDACION

Enteros Computados
Excedente del Mes Anterior
Excedente de la Declaración de Rtas. de
Impuesto Enterado en Declaración que Modifica
Liquidación Mensual

PAGO A CUENTA

| | |
|-----|----------|
| 96 | 1,281: 2 |
| 98 | 0 |
| 100 | 5 |
| 102 | 3 |
| 104 | 1,281: 1 |

RETENCIONES

| | |
|-----|----------|
| 106 | 2,391: 6 |
| 108 | 4 |
| 110 | 2,391: 2 |

Diferencia Aplicable a Pago a Cuenta
Multa por Extemporanea

| | |
|-----|------|
| 112 | 0: 0 |
| 114 | 5 |

| | |
|-----|---|
| 116 | 3 |
|-----|---|

Entero Total
Suma de Multas por Extemporanea

| | |
|-----|----------|
| 118 | 3,672: 1 |
| 120 | 0: 6 |

Total a Pagar

| | |
|-----|----------|
| 122 | 3,672: 4 |
|-----|----------|

DATOS EXCLUSIVOS PARA EFECTUAR PAGO EN DGT (Dirección General de Tesorería)

Enteros Computados de

Multas

Pago a Cuenta

Retenciones Asalariadas

Retenciones No Asalariadas

360 1,281: 4

361 1,949: 3

362 442: 2

363 0: 1

El que suscribe: **DANILO MORENO** en su carácter de **R. LEGAL**
declara que los datos consignados en este formulario son correctos y completos y que se ha
confeccionado la presente utilizando el programa aplicativo (software) entregado y aprobado por la
D.G.T.I. sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener, siendo fiel expresión de la verdad.

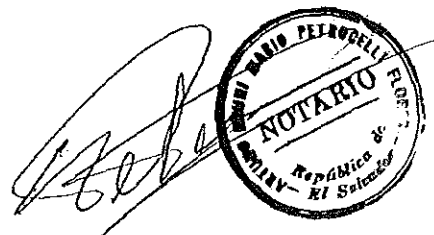
Firma del contribuyente o su representante legal:

Lugar y fecha:

52

El infrascrito Notario certifica la validez y conformidad de esta copia fotostática, con su original de conformidad con el artículo treinta de la ley del ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de otras diligencias.

San Salvador, 28 de Septiembre del 2004



3.10. SOLVENCIAS AFPS

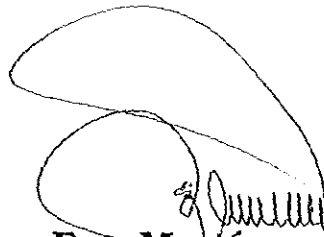
SOLVENCIA

La Administradora de Fondos de Pensiones AFP CONFIA,
S.A., HACE CONSTAR:

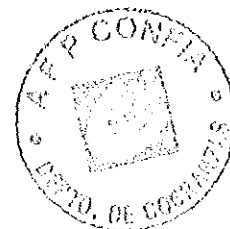
Que el empleador MAXIMA PUBLICIDAD S,A, con número de Identificación Tributaria 06142601881021, ha cancelado sus obligaciones previsionales con el Fondo de Pensiones que administramos hasta el mes agosto de 2004 en consecuencia, se encuentran solvente con las cotizaciones declaradas hasta el periodo antes mencionado. Lo anterior, sin perjuicio del cumplimiento de pago de cualquier insuficiencia y/o depuración de mora presunta que sean detectadas, posteriormente, durante el proceso de acreditación del pago recibido.

Esta solvencia tiene validez hasta del día jueves 21 de octubre de 2004.

San Salvador, a los veintidós días del mes septiembre del año dos mil cuatro.



Ena Martínez
Jefe de Análisis y Cobros



MAXIM
PUBLICIT
S.A. de

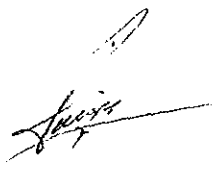
SOLVENCIA

La Administradora de Fondos de Pensiones BBVA CRECER AFP, S.A., hace constar:

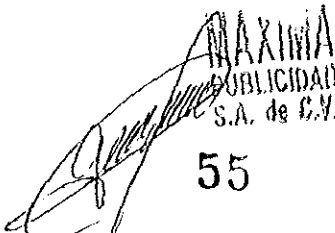
*Que el empleador **MAXIMA PUBLICIDAD S.A. DE C.V.**, con Número de Identificación Tributaria (NIT) 0614-260188-102-1, ha cancelado sus obligaciones previsionales con el Fondo de Pensiones que administramos hasta el mes de 08/2004, en consecuencia, se encuentra solvente con las cotizaciones declaradas hasta el periodo antes mencionado.*

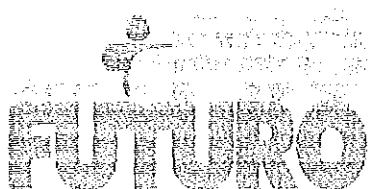
Esta SOLVENCIA tiene validez por treinta días a partir de su emisión.

San Salvador, Jueves, 23 de Septiembre de 2004


Lic. Petronilo Linares
Jefe Departamento de Cobranzas




MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.




La Administradora de Fondos de Pensiones AFP-PROFUTURO, S.A., "en liquidación" hace constar:

Que la empresa MAXIMA PUBLICIDAD, S.A DE C.V. con número de identificación tributaria (NIT) 0614-260188-102-1, no presenta registros de afiliados al Fondo de Pensiones que administramos, por tanto, no posee obligaciones pendientes de pago.

Esta solvencia tiene validez por treinta días a partir de la fecha de emisión.

San Salvador, a los veintidós días del mes de septiembre del dos mil cuatro

F.


RUBEN ANTONIO HERRERA AREVALO
LIQUIDADOR



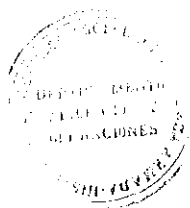
0000436

"Por un Futuro Seguro"

LA INFRASCrita JEFE DE AFILIACIÓN Y OPERACIONES DEL INSTITUTO DE PREVISION SOCIAL DE LA FUERZA ARMADA (IPSFA), HACE CONSTAR:

Que de acuerdo a los registros que esta institución lleva de empleadores, la empresa **MÁXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.**, del domicilio de San Salvador y con Número de Identificación Tributaria 0614-260188-102-1, a la fecha no aparece registrada en nuestra base de datos de cotizaciones y aportes previsionales, y para los efectos que se estimen convenientes, se extiende la presente en San Salvador a los veintidós días del mes de septiembre de dos mil cuatro.

Esta solvencia tiene validez 30 días calendario a partir de su fecha de emisión




Lic. Victoria Eugenia Martínez


Alameda Roosevelt
y 55 Avenida Norte,
San Salvador,
Tel.: 260-3366
Fax: 260-5615
Apartado Postal: 3128

Consulta de trámites:
TELEIPSFA
Tel.: 260-6270

Sucursal San Miguel,
Ruta Militar,
Tel.: 669-5662
Fax: 669-5664

Oficina Santa Ana,
Entre 6a. Av. Sur y
11a. Calle Poniente
Fax: 440-4953

Nota: Cualquier alteración al contenido de ésta la hará nula.


MÁXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.
57

6957

**UNIDAD DE PENSIONES
DEL INSTITUTO SALVADOREÑO DEL SEGURO SOCIAL**

(SOLVENCIA DE PAGO EN CASO DE EXISTIR REGISTROS DE
TRABAJADORES AFILIADOS A LA UNIDAD DE PENSIONES DEL ISSS)

SOLVENCIA

La Unidad de Pensiones del ISSS, hace constar que:

El Empleador: MAXIMA PUBLICIDAD PROFESIONAL EN COMUNICACION Y
MERCADERO, S.A. DE C.V.

Con número de identificación tributaria (NIT): 0614 260188 102 1

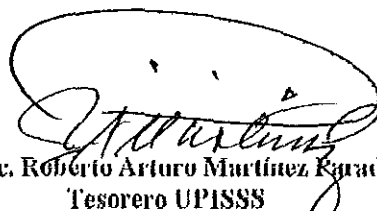
Número patronal ISSS: 701 88 0732

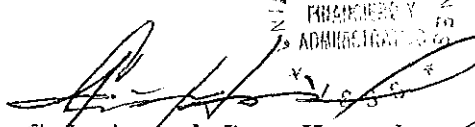
Ha cancelado sus obligaciones previsionales con esta Unidad hasta el mes de AGOSTO y
no registra mora establecida, en consecuencia se encuentra solvente con las cotizaciones
previsionales del programa de pensiones por Invalidez, Vejez y Muerte administrado por
la Unidad de Pensiones, hasta el periodo antes citado.

Esta solvencia tiene validez por treinta días a partir de su fecha de emisión; y no exime al
empleador de responsabilidad por mora u otros conceptos que, a futuro o con carácter
retroactivo, el ISSS le determine.

Y para ser presentada en: CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y EL ARTE

San Salvador, 28 de Septiembre de 2004.

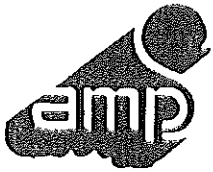

Lic. Roberto Arturo Martínez Estrada
Tesorero UPISSS


Lic. Carlos Armando Gómez Hernández
Jefe Financiero Administrativo

UNIDAD DE PENSIONES
JEFE
FINANCIERO Y
ADMINISTRATIVO

MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. DE C.V.

3.11. CONSTANCIA AMPS



ASOCIACION DE MEDIOS
PUBLICITARIOS
SALVADOREÑOS

0000439


LA ASOCIACION DE MEDIOS PUBLICITARIOS SALVADOREÑOS -AMPS-
HACE CONSTAR:

QUE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD "MAXIMA PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.,"
GOZA DE CREDITO CON ESTA ASOCIACION DESDE JUNIO DEL AÑO MIL
NOVECIENTOS OCHENTA Y OCHO.

Y PARA LOS USOS QUE ESTIME CONVENIENTE "MAXIMA PUBLICIDAD,
S.A. DE C.V." SE EXTIENDE, FIRMA Y SELLA LA PRESENTE CONSTANCIA
EN LA CIUDAD DE SAN SALVADOR, A LOS DIECISEIS DIAS DEL MES DE
SEPTIEMBRE DE DOS MIL CUATRO.


LIC. RICARDO PANZACCHI
SECRETARIO.




MAXIMA
PUBLICIDAD
S.A. de C.V.