

**SEXTA OFERTA**

# Resumen de inversión

- Costos de inversión en medios.....\$ 51,896.52
- Costos de producción.....\$ 10,603.48
- Asesoría, coordinación y monitoreo “Convivencias”.....\$ 7,500.00

**TOTAL OFERTA ECONOMICA.....\$ 70,000.00**

**Costos incluyen IVA**


Antiguo Cuscatlán, 14 de marzo del 2004.

Señores  
Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional  
Presidencia de la República  
Presente

Estimados señores:

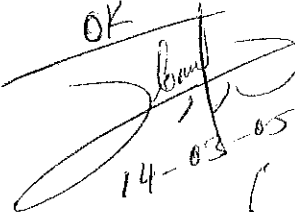
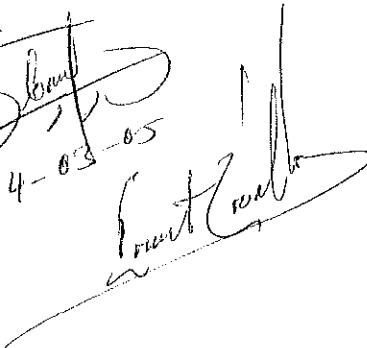
Relacionado con la participación de LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., en la Licitación Pública por Invitación No. 04-01-02 AF-SNF/2004 de la Secretaría Nacional de la Familia; por este medio les solicitamos la devolución de la Garantía de Mantenimiento de Oferta No. 707017583, emitida por el Banco Salvadoreño por un monto de US\$3,500.00.

Por su atención a la presente, muy agradecido.



José Antonio Lemus Zelaya  
Representante Legal.

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

OK  
14-03-05  
  


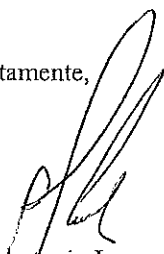
Antiguo Cuscatlán, 14 de marzo del 2005.

Señores  
Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional  
Presidencia de la República

Estimados señores:

Por este medio autorizamos al señor Cristóbal Edmundo Sánchez, quién se identifica con su Documento Unico de Identidad No. 00511817-5, para que retire original de la Garantía Bancaria No. 707017583 por valor de US\$3,500.00, emitida por el Banco Salvadoreño.

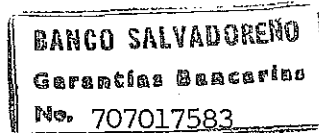
Atentamente,



José Antonio Lemus Zelaya  
Representante Legal

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





"BANCO SALVADOREÑO, SOCIEDAD ANONIMA", Institución Bancaria del domicilio de San Salvador, que en lo sucesivo se denomina "el Banco", **OTORGA: I)** Que constituye **GARANTIA MERCANTIL DE MANTENIMIENTO DE OFERTA**, a favor de la "PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA", hasta por la suma de **TRES MIL QUINIENTOS DOLARES**, moneda de los Estados Unidos de América, para garantizar la oferta que la sociedad "LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.", del domicilio de Antiguo Cuscatlán, Departamento de La Libertad, ha presentado en la Licitación Pública por Invitación número cero cuatro cero uno - cero dos - AF/SNF/dos mil cuatro, referente a los "Servicios de Publicidad para la Secretaría Nacional de la Familia". **II)** La presente garantía estará vigente durante el plazo de **SESENTA DIAS** calendario contados a partir del día treinta de septiembre de dos mil cuatro y a su vencimiento y de no existir reclamo alguno, quedará extinguida la responsabilidad del Banco, aunque el documento original no fuese devuelto. **III)** Para todos los efectos legales derivados de esta garantía, el Banco señala como domicilio especial la ciudad de San Salvador a cuyos tribunales se somete expresamente y faculta al beneficiario de esta garantía para que designe depositario de los bienes que se le embarguen, a quien releva de la obligación de rendir fianza. En fe de todo lo anterior, firmo la presente **GARANTIA MERCANTIL DE MANTENIMIENTO DE OFERTA**, en la ciudad de San Salvador, a los veintinueve días del mes de septiembre de dos mil cuatro.-

A large, stylized handwritten signature in black ink, consisting of a large loop followed by a horizontal stroke and a small mark.



la ciudad de San Salvador, a las nueve horas y treinta minutos del día veintinueve de septiembre de dos mil cuatro. Ante mí, **ANA MARIA RODRÍGUEZ QUEZADA**, Notario del domicilio de San Salvador, Comparecen la Licenciada **MARIA ELENA BORJA PAZ**, actualmente [REDACTED]

[REDACTED] a quien conozco portadora de su documento único de identidad número [REDACTED]

actuando en nombre y representación en calidad de Apoderada General Administrativa del **BANCO SALVADOREÑO, SOCIEDAD ANÓNIMA** institución bancaria del domicilio de San Salvador, con número de identificación tributaria cero seiscientos catorce-ciento setenta mil novecientos noventa y cuatro-cero cero uno-cinco, que en lo sucesivo se denomina "el Banco", de cuya persona doy fe de ser legítima y suficiente por haber tenido a la vista la escritura Pública de Poder General Administrativo, otorgado en esta ciudad, a las doce horas del día trece de agosto del año dos mil cuatro, por la Presidenta de la Junta Directiva de Banco, Licenciada María Eugenia Brizuela de Ávila, a favor de la Licenciada **MARIA ELENA BORJA PAZ** y de otros, ante los oficios del notario Miguel Angel Servellón Guerrero e inscrita en el Registro de Comercio al número **CUARENTA Y TRES** del Libro **NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE** de Otros Contratos Mercantiles, en la cual consta: a) Que según escritura pública celebrada en esta ciudad a las once horas del día veintinueve de Junio del año dos mil ante los oficios del Notario Alfredo Martínez Moreno, inscrita en el Registro de Comercio bajo el número veintisiete del Libro un mil quinientos cuarenta del Registro de Sociedades, el **Banco Salvadoreño Sociedad**



**Anónima que puede abreviarse Banco Salvadoreño, S.A o BANCOSAL, S.A., fusionó a la Sociedad Banco de Construcción y Ahorro S.A.,** siendo la primera la Sociedad incorporante y la segunda la Sociedad incorporada, adquiriendo el Banco Salvadoreño S.A. todos los derechos y contrayendo todas las obligaciones del Banco de Construcción y Ahorro S.A.; b) Que según escritura pública celebrada en esta ciudad a las dieciocho horas del día veinticinco de Noviembre de mil novecientos noventa y tres, ante los oficios del Notario José Roberto Ayala, inscrita en el Registro de Comercio bajo el número treinta y tres del Libro novecientos ochenta y ocho del Registro de Sociedades, **Construcción y Ahorro S.A. se transformo a Banco de Construcción y Ahorro S.A.;** c) Que según escritura pública celebrada en esta ciudad a las diez horas del día veintiséis de Agosto de mil novecientos noventa y uno, ante los oficios del Notario Mario Luis Velasco, inscrita en el Registro de Comercio bajo el número treinta y uno del Libro setecientos noventa y nueve del Registro de Sociedades, **Construcción y Ahorro S.A. fusionó a la Sociedad Crece S.A.,** siendo la primera la Sociedad incorporante y la segunda la Sociedad incorporada, adquiriendo Construcción y Ahorro S.A. todos los derechos y contrayendo todas las obligaciones de Crece S.A.; y d) Que la compareciente está facultada para otorgar conjunta o separadamente con los demás Apoderados del Banco instrumentos como el presente. El Notario autorizante de dicho Poder, dio fe de la existencia legal del Banco y de la personería de su representante, y en el carácter en que actúa **ME DICE:** Que es suya la firma y conceptos que contiene el documento que antecede otorgado en esta ciudad y en esta misma fecha, por medio del cual el Banco constituye **GARANTIA MERCANTIL DE MANTENIMIENTO DE OFERTA,** a favor de la **"PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA",** hasta por la suma de **TRES MIL QUINIENTOS DOLARES,** moneda de los Estados Unidos de América, para garantizar la oferta que la sociedad **"LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.",** del domicilio de Antiguo



Cuscatlán, Departamento de La Libertad, ha presentado en la Licitación Pública por Invitación número cero cuatro cero uno - cero dos - AF/SNF/dos mil cuatro, referente a los "Servicios de Publicidad para la Secretaría Nacional de la Familia"; que la referida garantía estará vigente durante el plazo de **SESENTA DIAS** calendario contados a partir del día treinta de septiembre de dos mil cuatro y a su vencimiento y de no existir reclamo alguno, quedará extinguida la responsabilidad del Banco, aunque el documento original no fuese devuelto y en las demás condiciones que en dicho documento se consignan. Así se expresó la compareciente, y yo, la suscrita Notario doy fe que la firma que calza el documento que antecede es **AUTENTICA**, por haber sido puesta a mi presencia por la compareciente, a quien le expliqué los efectos legales de la presente acta notarial que consta de dos hojas y leída que se la hube íntegramente y en un solo acto ininterrumpido, la ratifica y firmamos. **DOY FE.-**



RECIBÍ DE LA UNIDAD DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONAL DE LA PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA, DOCUMENTO ORIGINAL DE LA FIANZA DE GARANTÍA DE MANTENIMIENTO DE OFERTA DE LICITACIÓN POR INVITACIÓN No 04-01-02-AF-SNF/2004

SAN SALVADOR, MARZO 14 DE 2005

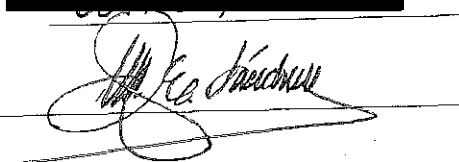
NOMBRE:

Cristobal Edmundo Sanchez

DUI

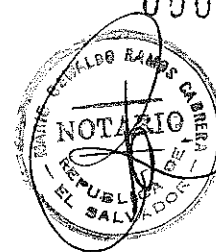
[REDACTED]

FIRMA:



SELLO DE LA EMPRESA:

**LEMUSIMUN** publicidad, S.A. de C.V.



En la ciudad de San Salvador, a las once horas del día veintinueve de septiembre del año dos mil cuatro. Ante Mí, MARIO OSWALDO RAMOS CABRERA, Notario, de este domicilio, comparece el señor JOSE ANTONIO ARMANDO LEMUS ZELAYA, de [REDACTED], a quien conozco, portador de su Documento Unico de Identidad número [REDACTED], [REDACTED], quien actúa en nombre y representación en su calidad de Director Vice Presidente y Representante legal de la Sociedad que gira con la denominación de LEMUSIMUN PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE que se abrevia LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., personería que relacionaré al final del presente documento, y en la calidad en que actúa ME DICE: Que con el objeto de participar en La Licitación Pública por Invitación Número cero cuatro-cero uno-cero dos-AF-SNF/DOS MIL CUATRO, relativa a "Servicios de Publicidad para la Secretaría Nacional de la Familia para el período de octubre a diciembre dos mil cuatro", BAJO JURAMENTO DECLARA: a) Que toda la información proporcionada es veraz, por lo que autoriza a la Secretaría Nacional de la Familia para que pueda verificarla, b) Que su representada no ha sido condenada, ni ha sido privada de sus derechos por delitos contra la Hacienda Pública y los contemplados en la Ley Contra el Lavado de Dinero y de Activos, c) Que 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 cinco años, d) De no ser empleado de la Presidencia de la República y sus Dependencias, ni el declarante, ni su representante legal, socio, directivo integrante de la Sociedad licitante, administrador o gerente. e) Declara de no tener parentesco

hasta el segundo grado de afinidad y cuarto grado de consanguinidad con funcionarios de la Presidencia de la República y sus Dependencias, ni el declarante, ni su representante legal, socio, directivo integrante de la Sociedad licitante, administrador o gerente. Declara de no estar incapacitado ni impedido para contratar con el Estado, de acuerdo a lo establecido en los Artículos veinticinco y veintiseis de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública. Declara de haber leído y aceptado estas bases de la Licitación y demás documentos contractuales. Declara que toda la información proporcionada en la oferta es veraz. El Suscrito Notario hace constar: Que expliqué al compareciente sobre lo establecido en el Código Penal, en cuanto al Delito de Falsedad Ideológica, regulado en el artículo doscientos ochenta y cuatro. El compareciente me manifiesta que para los efectos legales de esta acta notarial y para los demás que surgieren en el proceso de licitación, señala como domicilio esta ciudad a cuyos tribunales se somete expresamente. Doy fé de ser legítima y suficiente la personería con que actúa el señor JOSE ANTONIO ARMANDO LEMUS ZELAYA, por haber tenido a la vista: 1) La Escritura Pública de Modificación de la Sociedad Lemusimun Publicidad, Sociedad Anónima de Capital Variable que se abrevia Lemusimun Publicidad, S.A. de C.V., otorgada en la ciudad de Antigua Cuscatlán el día veinte de Noviembre del año dos mil dos, ante los oficios del Notario Rodolfo García Vela e inscrita en el Registro de Comercio bajo el número TREINTA Y TRES del Libro MIL SETECIENTOS CINCUENTA Y OCHO del Registro de Sociedades del Registro de Comercio, en la cual consta que su denominación, naturaleza y domicilio es como se ha expresado; que la duración será por tiempo indefinido; que la representación legal y el uso de la

firma social corresponde al Presidente y al Vicepresidente conjunta o separadamente, quienes durarán en sus funciones por un plazo de CINCO AÑOS; b) Certificación extendida por el Director Secretario de la Junta Directiva de la Sociedad LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., del Acta de Junta General Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas, celebrada en Antiguo Cuscatlán el día veintiocho de Octubre del año dos mil dos, en cuyo punto número dos aparece la Reestructuración de la Nueva Junta Directiva que estará vigente hasta el día veinticinco de Junio del año dos mil cinco, en donde aparece que Don JOSE ANTONIO ARMANDO LEMUS ZELAYA fué nombrado Director Vicepresidente de la Sociedad. Dicha certificación se encuentra inscrita en el Registro de Comercio bajo el Número CUARENTA Y UNO del Libro MIL SETECIENTOS SESENTA Y DOS del Registro de Comercio. Así se expresó el compareciente a quien expliqué los efectos legales de esta Acta Notarial que contiene la presente DECLARACION JURADA, y 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 su voluntad y firmamos. DOY FE.-

**y&r**

# Secretaría Nacional de la Familia

Licitación pública por invitación  
No. 04-01 02 AF/SNF/2004

Lemusimún Y&R  
Septiembre de 2004

1

Lemusimún Young & Rubicam

0001044





# Introducción

El propósito de esta presentación, es informar a la Secretaría Nacional de la Familia, los servicios que **Lemusimún Y&R** puede ofrecerles como agencia publicitaria para los proyectos que necesiten comunicar, como es en este caso los logros de los primeros 100 días de gestión gubernamental.

Entendemos que la SNF promueve las oportunidades y condiciones que propicien la unión y el desarrollo sostenible e integral de la familia, articulando iniciativas hacia el respeto en los derechos individuales y llevando proyectos prioritarios de salud, educación e inserción productiva.

Tomando en cuenta lo anterior, con mucho gusto sometemos a consideración de ustedes la siguiente información sobre nuestra empresa, así como nuestras ofertas técnica y económica, las cuales esperamos cumplan con sus expectativas.

Y&R

¿Quiénes somos?

## DATOS GENERALES

- Lemusimún Publicidad, S.A. de C.V.
- Boulevard Orden del Malta No.5, Urb. Santa Elena, Antiguo Cuscatlán, La Libertad.
- Tel.: 233-5000 y Fax: 233-5020
- e-mail: [REDACTED]
- Representada legalmente por Antonio Lemus Zelaya
- Establecida: 1° de julio de 1976.
- Afiliada localmente a la Asociación de Medios Publicitarios Salvadoreños (AMPS) desde mayo de 1978.
- Representantes de Young & Rubicam desde 1994



## DATOS GENERALES

- Coordinación y control de manejo de cuentas en C.A., a través de Y&R Redcap:
  - Eco Y&R / Guatemala
  - Mass Y&R / Honduras
  - Publicentro Y&R / Nicaragua
  - Asesores Y&R / Costa Rica
  - Cerebro Y/R / Panamá
- 5° lugar en facturación en el 2003: US\$ 6,112,000
- 54 empleados
- Unidad de Relaciones Públicas incorporada en Feb/1999
- Unidad de Investigación y Mercadeo incorporada en Sep/2001



# MISIÓN

**“APASIONAR AL CONSUMIDOR  
CON NUESTRA MAGIA  
COMUNICADORA  
PARA QUE PREFIERA  
NUESTRAS MARCAS  
ANTES QUE CUALQUIER OTRA.”**



# VISIÓN

**“SER EL MEJOR EQUIPO DE  
PROFESIONALES EN LAS  
COMUNICACIONES,  
COMPROMETIDO A SUPERAR LAS  
EXPECTATIVAS DE NUESTROS  
CLIENTES, CONVIRTIÉNDONOS ASÍ  
EN SUS MEJORES ALIADOS.”**



# VALORES

- **Ética:** a través de un comportamiento honesto, para que se refleje la integridad de la compañía
- **Compromiso:** Nos comprometemos a realizar nuestro trabajo con todo el esfuerzo que se requiera para lograr la confianza de nuestros clientes
- **Ser los mejores:** Siendo los mejores cada día, nos acercamos cada día más a la excelencia
- **Innovación:** Buscamos constantemente nuevas y mejores formas de hacer nuestro trabajo; con el propósito de satisfacer las necesidades presentes y futuras de nuestros clientes.
- **Comunicación:** Debemos compartir eficientemente la información para beneficio de la empresa y nuestros clientes.



## FORTALEZAS Y ASPECTOS RELEVANTES

- Nuestra afiliación con Y&R.
- Agencia sólida en organización e imagen.
- 100% Tecnología.
- Planificación Estratégica y de Medios.
- Creatividad Estratégica.
- Excelente relación y capacidad de negociación con Medios y Proveedores.
- Conocimiento del negocio en la alta dirección.
- Personal experimentado en el manejo de Relaciones Públicas.
- Comunicaciones Integradas.

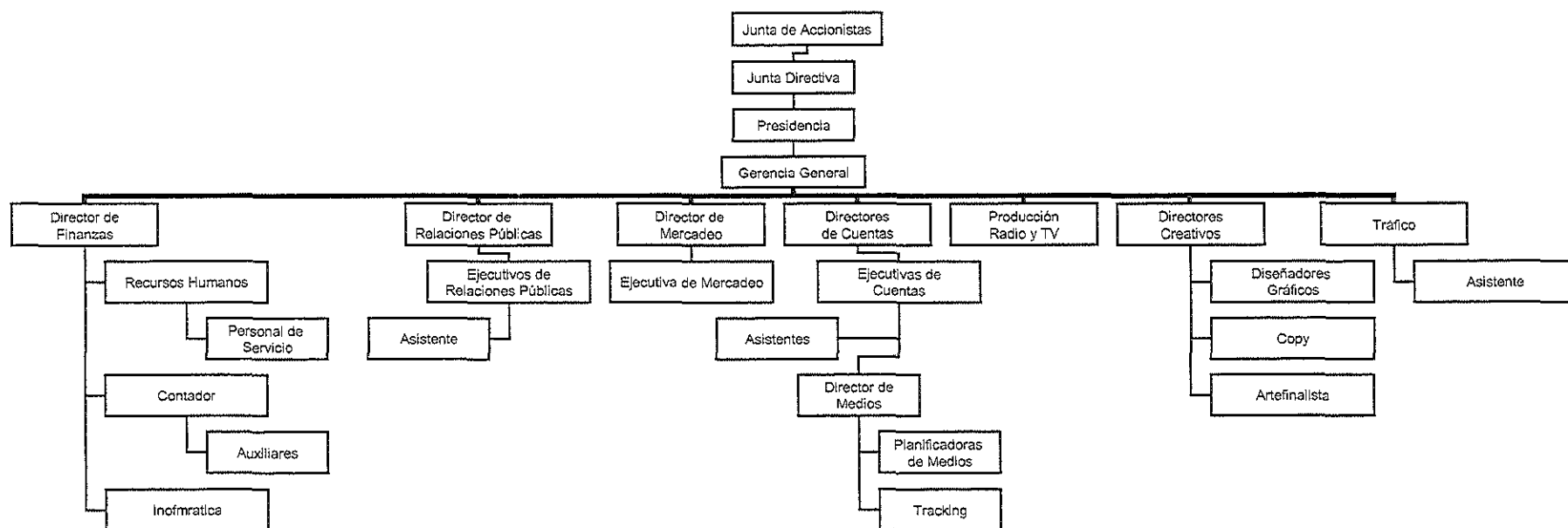




# ORGANIZACIÓN

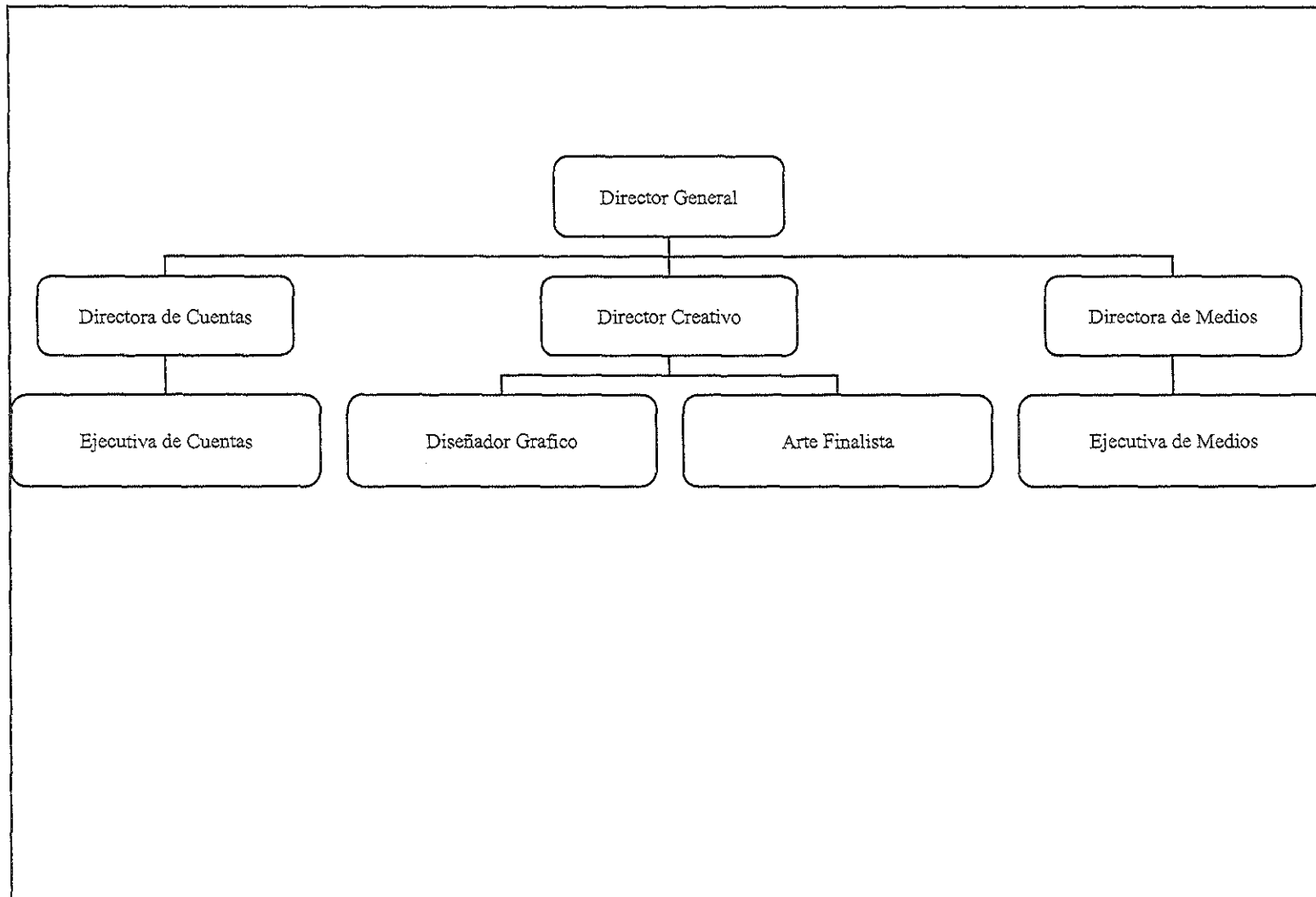


# ORGANIGRAMA





# ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PARA EL MANEJO DE LA CUENTA



yea

# Nuestros Clientes



# Clientes

**AES El Salvador** (Caess, Clesa, Deusem, EEO)

**Aldor** (bombones Yogueta)

**Amanco** (sistemas constructivos)

**Banco de América Central** (servicios)

**Colgate Palmolive** (productos varios)

**Distribuidora Jaguar** (tiendas deportivas)

**Domino's Pizza** (servicio delivery de pizzas)

**DHL** (courier internacional)



# Clientes

**EDT El Salvador** (Incaparina)

**Coop. Ganadera de Sonsonate** (Super Júoo)

**Distribuidora de Licores** (Vodkas Troika y Botrán)

**Fiore** (tiendas de calzado)

**Credomatic** (Visa, MasterCard, American Express, Diners)

**Industrias La Constancia** (Cervezas Regia y Suprema)

**Kismet** (Tiendas por departamento)

**Ministerio de Economía** (programas varios)



# Clientes

**Industrias Fiesta, S.A. de C.V.** (Café Fiesta)

**Tropical Grill** (cadena de restaurantes)

**Rayovac** (Pilas alcalinas)

**Sony Corp.** (Televisores, equipos de sonido)

**Subway International** (cadena de sandwiches)

**Telefónica de El Salvador** (Movistar)

**Texaco Caribbean Inc.** (Combustibles y lubricantes)

**Viernes de El Salvador** (Restaurante TGI Friday's)

# Nuestra filosofía



**Una estrecha relación con el cliente**, es la mejor frase para describir el tipo de asociación que buscamos establecer con cada uno de nuestros clientes.

Esto implica los compromisos de involucrarnos en conocer y comprender con profundidad, el negocio de cada uno de nuestros clientes, así como de garantizar resultados medibles.

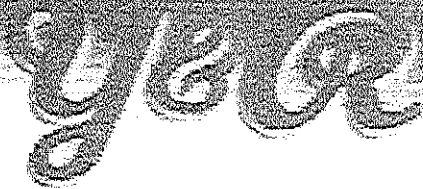
Para cumplir con estos compromisos, nuestra dinámica se basa en crear soluciones de comunicación innovadoras y “a la medida” para cada cliente.

El objetivo final es: **Hacer crecer el negocio de nuestros clientes.**





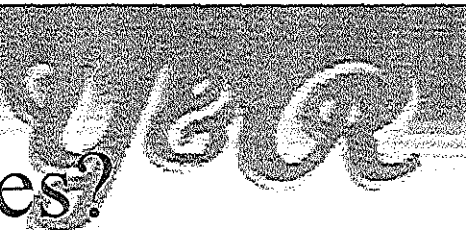
# SERVICIOS ATENCION AL CLIENTE



- Asesoría en las necesidades de comunicación del cliente.
- Comunicación y planificación estratégica con herramientas propias de Y&R
- Relación con los medios de comunicación
- Planificación, diseño y producción de campañas publicitarias.
- Planificación y difusión de campañas publicitarias.
- Monitoreo de campañas publicitarias.
- Asesoría y coordinación actividades promocionales.
- Asesoría y coordinación eventos de relaciones públicas.
- Atención personalizada.

# Cómo apoyamos a nuestros clientes?

- Planeando eficaz y eficientemente el uso combinado de, y la inversión en, medios tradicionales y no tradicionales.
- Identificando y capitalizando oportunidades para la aplicación de comunicaciones integradas.
- Obteniendo beneficios en la inversión publicitaria, a través de una negociación agresiva con los medios.
- Recomendando promociones
- Apoyándoles en la planificación de promociones



# Cómo apoyamos a nuestros clientes?

## (cont.)

- Desarrollando programas de lealtad de clientes actuales y programas para adquisición de nuevos clientes.
- Asesorándoles en la organización de eventos

# Nuestra forma de trabajo



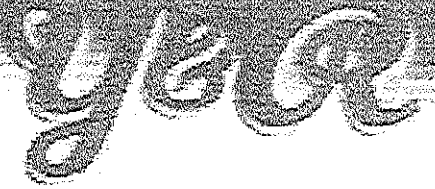
## Servicio al cliente:

- Briefing del cliente y su mercado
- Planificación estratégica basada en los formatos Y&R :
  - Significado de marca
  - Contexto del mercado
  - Perfil del Target
- Propuestas creativas
- Planificación y compra de medios de comunicación



## Cómo se aplica?

- Se recibe un brief publicitario que contenga los lineamientos para el desarrollo de la campaña solicitada por el cliente, ya sea institucional, testimonial u otra.
- Se organiza una reunión de trabajo en conjunto con los involucrados, con el propósito de realizar un “brain storming” que sirva de base para desarrollar nuestra estrategia de marca.



- Se desarrolla un concepto creativo único e innovador que partirá de la estrategia planteada previamente.
  
- Se estructura una estrategia de medios para difundir la nueva campaña, considerando un presupuesto para el período de tiempo que el cliente asigne, optimizando al máximo los recursos de medios que contribuyan a lograr los objetivos de la marca.



- Se hace la presentación al cliente del concepto creativo de la nueva campaña con su respectiva estrategia de medios y de marketing.
- De ser aprobada la campaña, se procede con la coordinación, producción y dirección de la misma.



# Análisis para la compra de medios





# PROCESO DE SELECCIÓN Y EJECUCIÓN DE COMPRA DE MEDIOS

## CLIENTE

Asignación Media Flow  
Chart- Inversión

Objetivos

Inversión

## AGENCIA

Distribución de  
Inversión

Evaluación  
pre-compra

Evaluación  
post-compra

PLANIFICACIÓN MENSUAL



# PROCESO DE SELECCIÓN DE RATING

## RATINGS DE TELEVISION

TARGET Hombres y Mujeres de 18-45 años BCD

**Determinamos  
los programas  
y/u horas con  
mayor rating  
para el Grupo  
Objetivo**

	HORA	SAT	SAN	MONDAY	THURDAY	WEDNESDAY	THURDAY
CANAL 6	14:00	7.43	11.16	4.59	4.59	4.59	4.59
CANAL 6	14:30	7.43	11.16	3.82	3.82	3.82	3.82
CANAL 6	15:00	7.43	11.16	3.92	3.92	3.92	3.92
CANAL 6	15:30	10.21	11.50	6.74	6.74	6.74	6.74
CANAL 6	16:00	10.21	11.50	6.03	6.03	6.03	6.03
CANAL 6	16:30	10.21	11.50	7.52	7.52	7.52	7.52
CANAL 6	17:00	10.21	7.96	7.52	7.52	7.52	7.52
CANAL 6	17:30	7.58	7.96	4.65	4.65	4.65	4.65
CANAL 6	18:00	7.58	7.96	4.65	4.65	4.65	4.65
CANAL 6	18:30	7.58	7.96	5.99	4.69	7.81	11.40



# Estrategia de evaluación y monitoreo



## MONITOREO

La planificación y compra de medios no pueden quedar desconectadas de un plan de seguimiento que lo llamaremos Monitoreo, para el cual nos auxiliaremos de una serie de herramientas que nos permitirán controlar los espacios contratados en los medios.

En el Departamento de Medios existe el área denominada Monitoreo y Competencia, que controla y verifica los espacios contratados en los diferentes medios de comunicación.

Para el caso de Televisión, PUBLISEARCH (empresa independiente), provee la información diariamente vía Internet dos o tres días después de la pauta, desde el inicio de la programación hasta el cierre de todos los canales de televisión.

Esta información se cruza con nuestra compra, es decir, lo contratado vrs lo transmitido.



## **PLAN DE INVERSION POR CAMPAÑA**

Mensualmente o cuando sea requerido por el cliente se proporciona la recomendación de planes de inversión, detallando radios y/o programas contratados con sus respectivos horarios, rating, reach (alcance de personas), valor por cuña, mapa de compra e inversión total.

## **REPORTE DE INVERSION REAL POR MEDIOS**

La inversión se actualiza mes a mes y se va acumulando la inversión total real por medio.

# **FUNCIONAMIENTO PROCESO DE PLANIFICACION Y EJECUCION MENSUAL**



## **ANALISIS PRE COMPRA**

**DISTRIBUCION DE LA INVERSION ACORDE CON EL  
TARGET Y LOS OBJETIVOS PARA LA MARCA. SE  
REALIZA UN PROCESO DE DETERMINACIÓN DE  
ALCANCE Y FRECUENCIA, PARA CUMPLIR CON LOS  
OBJETIVOS DE MEDIOS PARA LA MARCA .**

## **EJECUCION**

**SON ENVIADAS INSTRUCCIONES A LOS MEDIOS  
INDICANDO HORARIOS, PERIODOS, DURACIONES,  
VERSIONES Y OBSERVACIONES ADICIONALES  
MEDIANTE ORDENES IMPRESAS**

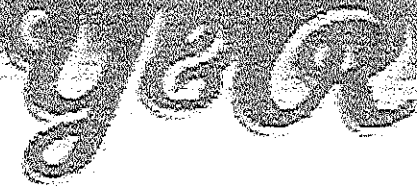
## **CONTROL Y MONITOREO**

**CONTROL DE MONITOREO, CONFRONTANDO LO  
PAUTADO VRS. LO CONTRATADO, EN CASO DE  
OMISIONES SE REPORTA AL CLIENTE Y SE  
SOLICITA LA REPOSICION.**

## FUNCIONAMIENTO GENERAL



- Reuniones periódicas entre cliente y agencia para planificación y seguimiento actividades publicitarias a desarrollar.
- Revisión semanal con el cliente del estado de trabajos en proceso y al aire.
- Gestión interna para desarrollo campañas publicitarias desde el diseño hasta la producción y difusión.
- Planificación y colocación en medios de comunicación.
- Monitoreo diario de pauta contratada en los medios.
- Preparación y presentación reporte mensual de monitoreo.
- Asesoría y dirección en actividades de Relaciones Públicas y/o mercadeo que el cliente solicite.
- Presentación de informe de evaluación de los resultados por campaña.



## CAPACIDAD DE RESPUESTA

• Bocetos de campaña multimedios	5 días hábiles
• Arte final anuncio de prensa	2
• Cuña de radio	2
• Producción comercial de TV (video)	10
• Producción comercial (fílmico)	20
• Diseños varios ( logo, valla, afiche, etc.)	2
• Recomendación plan de medios	2
• Ideas para desarrollo de eventos	5
• Sondeos al mercado	5
• Urgencias	el mismo día

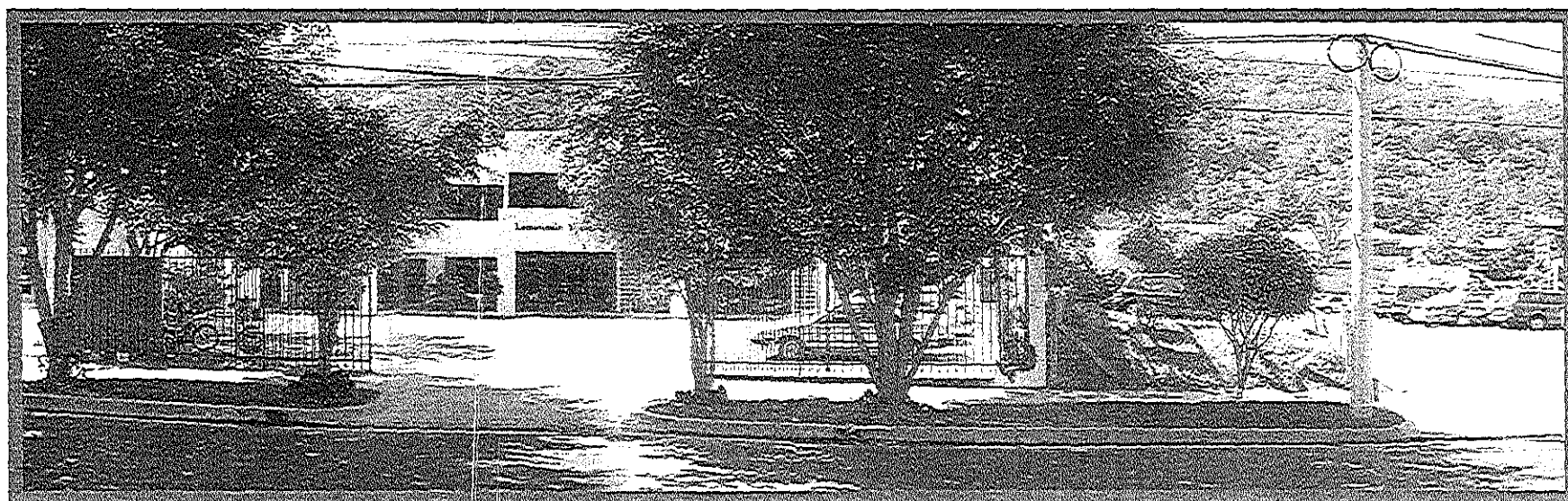


Y&R

# CAPACIDAD INSTALADA

Y&R

# INSTALACIONES





Nuestras oficinas se encuentran en un edificio propio ubicado en Urbanización Santa Elena, el cual fue diseñado y construido especialmente para atender todas las necesidades y exigencias que requiere el tipo de trabajo que desempeñamos.

A su vez, este moderno edificio cuenta con un amplio estacionamiento para aproximadamente 60 vehículos.



Asimismo, contamos con equipo adicional como medio de apoyo para actividades que se requieran como:

- Estudio de audio digital, que incluye: Estudio de audio, formato digital, computadora con programa Cakewalk Pro 9, consolas de audio Spirit Sound Craft, librería de efectos Network Music y librería de música.

En cuanto a programas de diseño, mencionamos:

Programas de diseño, sistema operativo Mac OS X, Adobe PhotoShop 6.0, Freehand 9.0 y Freehand 10, Adobe Illustrator 6.0

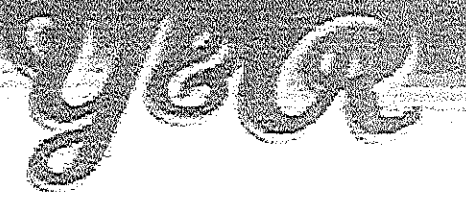
# RECURSOS TECNOLÓGICOS



- Mantenemos un enlace permanente con Young & Rubicam en New York, con una vía de comunicación directa a más de 5,000 correos electrónicos alrededor del mundo y una privada red virtual.
- En el área de telecomunicaciones, contamos con un PBX con 10 troncales más dos números de fax, lo que permite una comunicación continua y eficaz.
- Los recursos tecnológicos que ponemos a su disposición son los siguientes:
  - Equipo técnico de servicio, Computadoras Power Mac G4 Dual I Ghz 2 Mb L3 512 Mb Ram DDR, 60 Gbs disco duro, CD-RW, Video Nvidia Gforce 4 Mx, Sistema operativo Mac OS 10.2



- Impresor láser, Xerox Ducolor 4 L1, disco duro de 20 Ghz, 64 Mb Ram, sistema láser de 600 ppp de alta resolución full color a 4 ppm y 16 en blanco y negro, bandeja multipropósito hasta un máximo de 330 mm de ancho.
- Máquina de impresión digital (Plotter), cortadora de 54” de ancho, marca ROLAND CAMMJET – CJ-500.
- Enlace digital con medios impresos, se cuenta con una línea dedicada de 256 Kbps y un sistema de FTP (file transfer protocol) con los medios, clientes y colegas de Y&R que cuentan con esa tecnología.



## RECURSOS TECNOLÓGICOS EN EL AREA DE MEDIOS

- Software de Medios, sistema “Zetina” de la empresa Consulte, S.A. de C.V., para la elaboración de planes de medios.

Este Software permite ejecutar solicitudes de medios como:

Reportes relacionados con la audiencia:

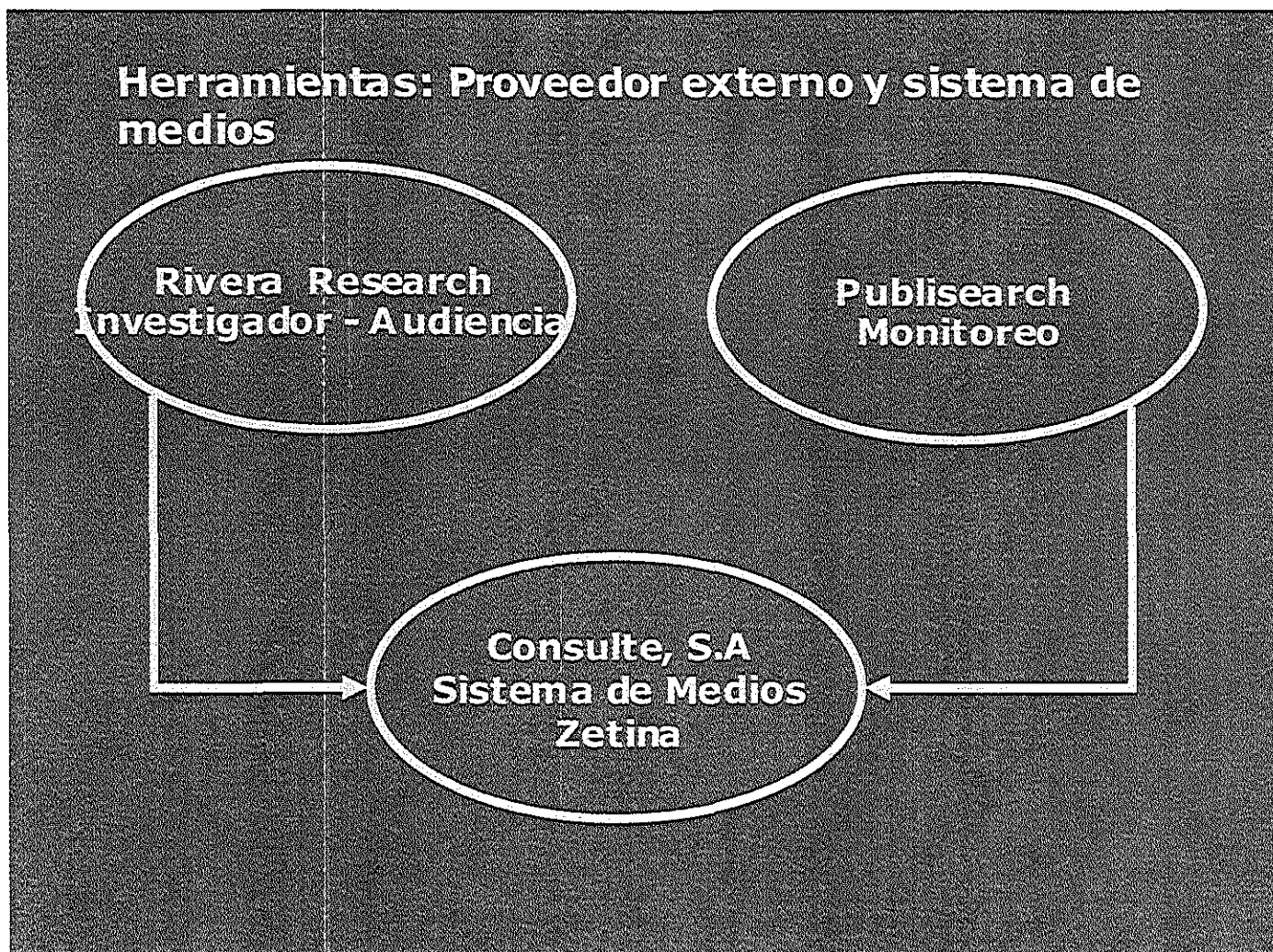
- Ratings por Grupo Objetivo
- Prioridades de compra

Presupuestos de Medios

Reportes de Competencia

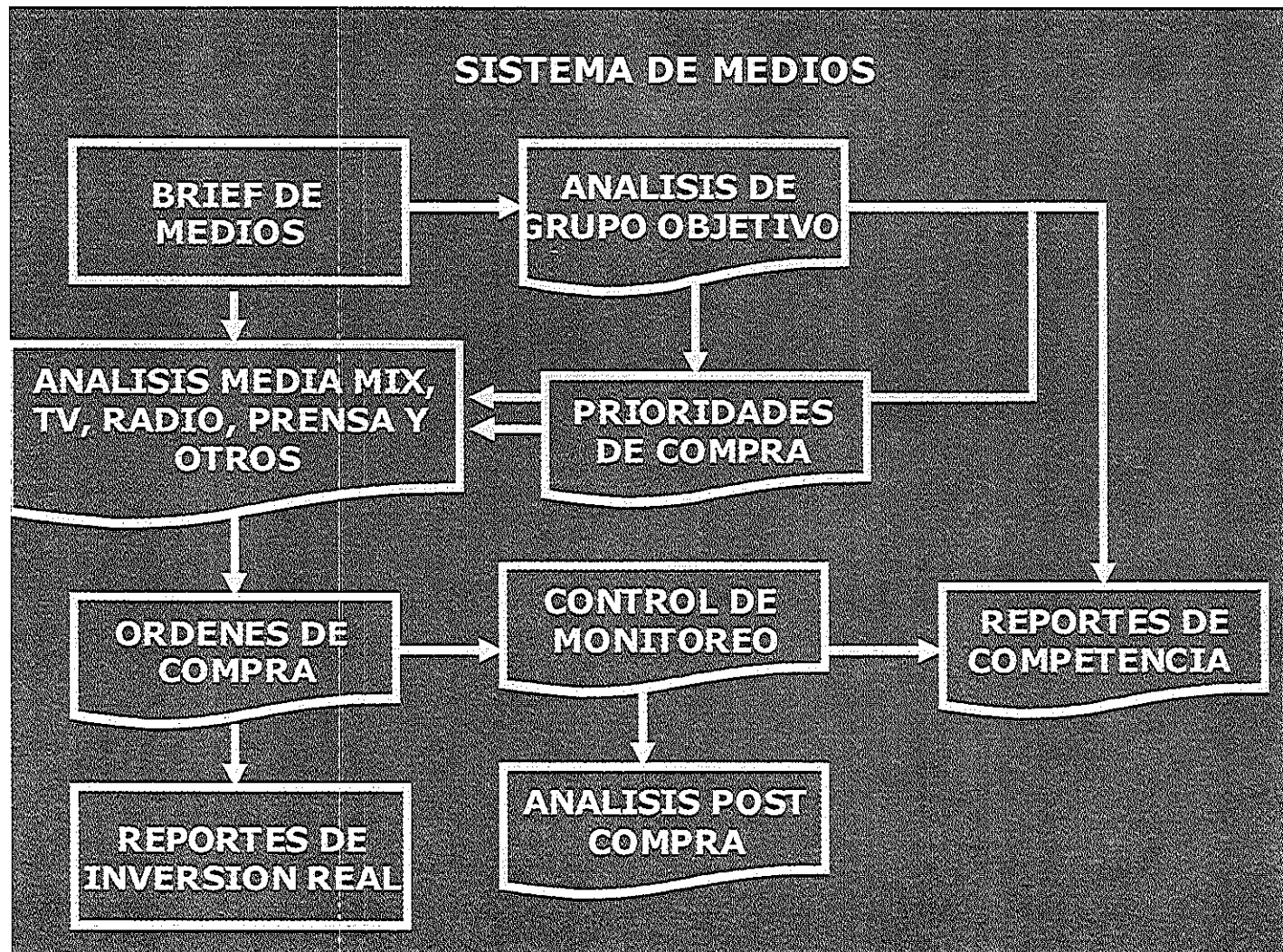


# ¿CÓMO SE INTEGRA?





## ¿CÓMO SE APLICA ESTA HERRAMIENTA?





# GRUPO DE SERVICIO

Director General  
Director de Cuentas  
Director de Medios  
Director Creativo  
Ejecutivo de Cuentas

# DIRECTOR GENERAL



**ANTONIO A. LEMUS  
GERENTE GENERAL**

Antonio A. Lemus ha estado expuesto al negocio publicitario toda su vida. La trayectoria de su padre lo motivó a realizar sus deseos de convertirse en profesional de las comunicaciones y eso lo motivó a estudiar Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad Leonardo Da Vinci. Mientras cursaba sus estudios universitarios, trabajó medio tiempo en la agencia, lo cual le dio experiencia, facilitándole el aprendizaje en la parte teórica de la carrera.

En 1983 empezó a trabajar a tiempo completo como Ejecutivo de Cuentas Jr., manejando cuentas importantes como Jabón Supersol de Fábricas Oliva, Caess y la cadena de restaurantes del Grupo Hirlemann conformada por La Diligencia, La Ponderosa, Doña Mercedes y Hotel Siesta.

Tres años más tarde, fue nombrado Director de Cuentas, supervisando clientes como Embotelladora Salvadoreña y sus marcas Fanta y Sprite, así como todas las promociones locales de Coca Cola.

Estuvo además a cargo de otras cuentas importantes como Ministerio de Educación, Rayovac, Banco de Crédito Popular y McDonald's.

Su buen desempeño le dio la oportunidad de trabajar muy de cerca con la mayoría de cuentas de la agencia, generándole una estrecha relación de trabajo con los clientes. En 1994, fue promovido a Gerente General.

Desde entonces ha sido el principal contacto con las agencias de Y&R en Centroamérica y la oficina regional en Miami.

En los últimos años ha logrado conocer más sobre cuentas internacionales como ColgatePalmolive, United Airlines, Texaco y Telefónica.

# DIRECTORA DE CUENTAS



**BRENDA NADINE GARAY**  
**DIRECTORA DE CUENTAS**

Brenda Nadine Garay de Torres, se ha desarrollado por más de 20 años en las áreas de Mercadeo y Finanzas, ocupando cargos de Gerente de Mercadeo, Director Financiero, Gerente de Marca y Directora de Cuentas.

Se graduó en el año de 1987 de la Universidad Dr. José matías Delgado, obteniendo su título de Licenciada en Administración de Empresas y en 1990 inició estudios de Maestría en Administración de Empresas graduándose en 1992 del INCAE.

A lo largo de su carrera profesional ha trabajado en las ramas producción de comerciales, producción de formularios impresos, tarjetas de créditos, ONG'S, automóviles y repuestos, producción y comercialización de bebidas de malta y actualmente en agencia de publicidad.

Su experiencia ha estado concentrada en el manejo y desarrollo de marcas, diseño y ejecución de estrategias de mercadeo, publicidad e investigación de mercados.

# DIRECTORA DE MEDIOS



**LORENA LUZZI**  
**DIRECTORA DE MEDIOS**

Lorena Gabriela Luzzi tiene experiencia en el negocio publicitario desde 1984, año en que obtuvo su título de Licenciada en Economía de la Universidad Católica José Simeón Cañas. También realizó un Diplomado en Mercadeo de Fepade en 1994.

Básicamente ha trabajado en el área de publicidad y mercadeo. En un inicio se desempeñó como Directora de Medios y mantuvo este cargo por 12 años, trabajando en diferentes agencias como FCB y Saatchi & Saatchi.

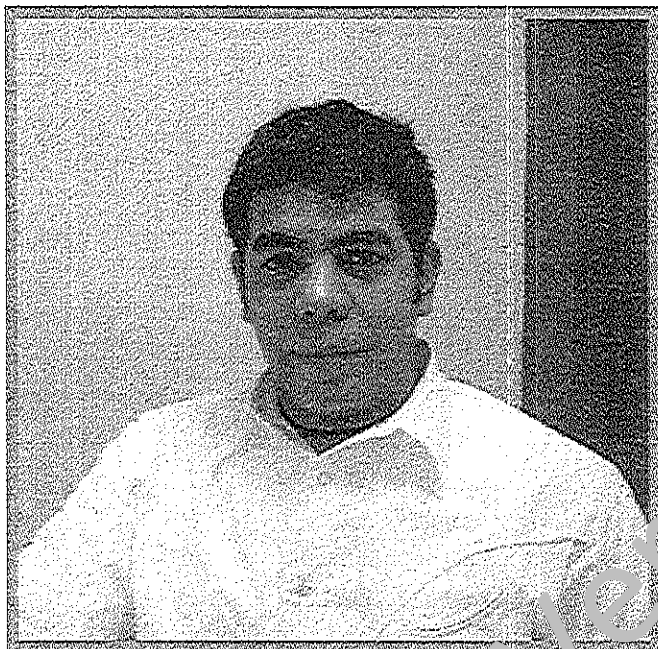
Seguidamente y en cuatro años más, tomó experiencia como Ejecutiva de Cuentas y en la Dirección de Cuentas en Agencias como Saatchi & Saatchi, Comunicart y McCann Erickson.

Durante dos años trabajó en la Dirección de Proyectos y Publicidad en una organización no gubernamental.

Su desempeño le ha permitido crecer en dos áreas muy importantes de una agencia publicitaria: Departamento de Medios y Servicio a Cuentas. Desde el 2002 se desempeña como Directora de Medios de Lemusimún Y&R.



# DIRECTOR CREATIVO



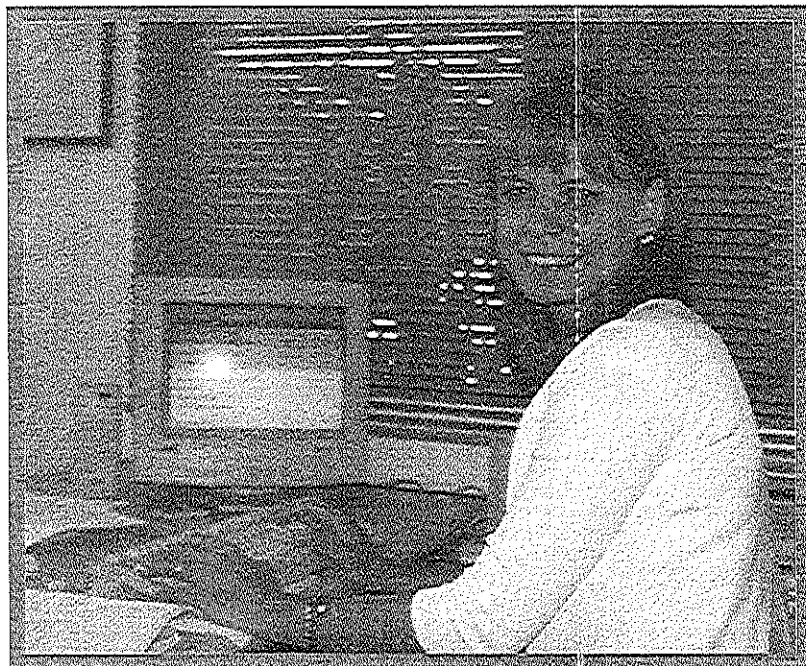
**AXEL SUAREZ-ESCOBAR**  
**DIRECTOR CREATIVO**

Axel nació en [REDACTED] De padre uruguayo y madre brasilera, es venezolano desde los 2 años de edad. Graduado "Cum Laude" en Comunicación Social en la Universidad Católica "Andrés Bello" de Caracas con Diplomados en Marketing y Filosofía en la Universidad Central de Venezuela y graduado como TSU en Publicidad en el Instituto Universitario de Nuevas Profesiones de Caracas. Aparte, Axel se especializó en Guion Cinematográfico en la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños en la Habana, Cuba. Domina los idiomas inglés y portugués. Ha trabajado en más de cinco países dentro del campo publicitario con amplia experiencia en el manejo de cuentas locales e internacionales, comenzando como asistente de producción y director de producción de Raffaldi Film Maker y Bolívar Films de Venezuela en más de 90 comerciales para televisión, dos largometrajes y un corto.

Copywriter Sr de Marca: Lintas en Bogotá, Colombia, Director Creativo Asociado de Publicidad Comercial: Lintas de El Salvador.

Ha obtenido 2 premios FIAP, 1 short list en el Festival Clío, 8 premios creatividad de El Salvador, 3 premios Jade de Guatemala, 1 premio ANDA de Venezuela y fué condecorado con la Monnaie de París por parte del Sr. Francois Mitterrand.

# EJECUTIVA DE CUENTAS



**KARINA DEPREZ**  
**EJECUTIVA DE CUENTAS**

Desde el año 2000, Karina es Técnico en Publicidad de la Escuela de Comunicaciones Mónica Herrera; y Licenciada en Comunicaciones con mención en mercadeo desde mayo del 2003, siempre de la misma escuela.

Ha tenido experiencia en diversas área como ventas, publicidad y mercadeo. En ventas, trabajó como Ejecutiva de Ventas en Sicomm. En publicidad trabajó en Valle Films como Asistente Administrativo.

En la universidad se destacó desarrollando campañas publicitarias y sociales para clientes como Telefónica Multiservicios, Laboratorios Max Bloch, la Cruz Roja, Iseade/Fepade (campaña de imagen), Campaña para la reconstrucción de Santa Tecla, entre otras. Para cada trabajo se ha realizado desde la investigación de campo, grupos focales, entrevistas a profundidad, y mucho más, hasta la realización de estrategias de mercadeo, creativas y de medios.

Actualmente forma parte del equipo de Lemusimún Young & Rubicam como Ejecutiva de Cuentas.



# Nuestro proceso en construcción de marcas





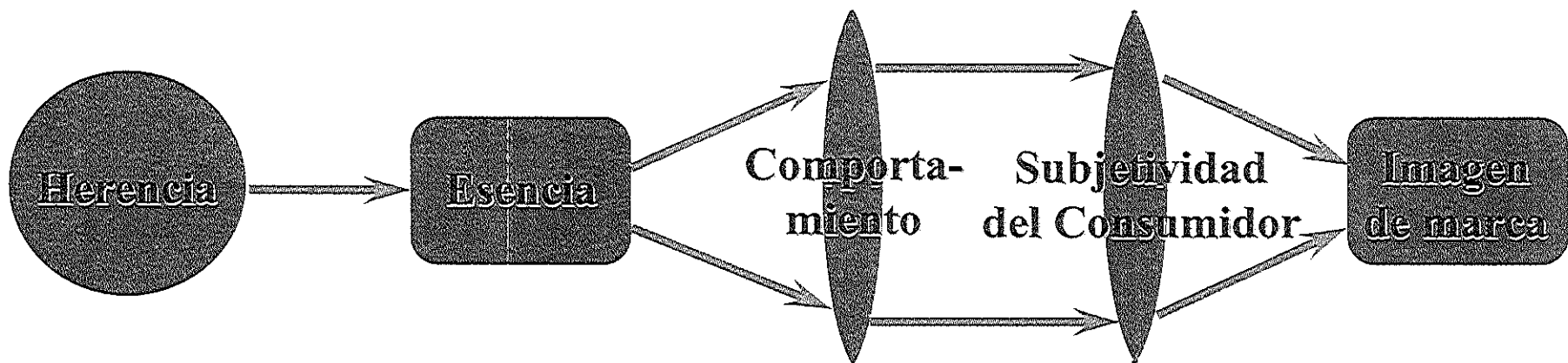
Siendo una empresa con 28 años de estar presente en la Industria Publicitaria de El Salvador, han sido muchísimos los casos en los que hemos participado como asesores desde la creación de un concepto hasta llegar a su conceptualización como marca.

En el caso de la SNF, si bien es cierto es una institución de gobierno con objetivos definidos, creemos que el tratamiento publicitario debe de ir encaminado a generar buena imagen en la población tanto de la SNF como de la Primera Dama de la República.

Eso significa que hablando metafóricamente, ambas vienen a representar la marca que debemos posicionar como una institución eficiente cuya dirección ya comenzó a demostrar en escasos 100 días de gestión, los frutos en su función de servir al país.

Para poder lograr lo anterior, es importante que conozcan la metodología que seguimos de Young & Rubicam, una de las agencias más grandes en el mundo, y que hemos aplicado recientemente en los proyectos que exponemos a continuación.

# La Anatomía de una Marca



## Orígenes

- Buen Producto
- Gran Idea

## Identidad

- Credo
- Personalidad
- Identidad Visual

## Adaptación

- Productos
- Publicidad
- Promoción

## Experiencia

- Uso
- Competidores
- Recuerdos
- Asociaciones

## Impresión

- Atributos
- Beneficios
- Valores
- Personalidad

# Esencia vs Imagen



-La imagen de una marca es muy distinta a la esencia de una marca.

La Esencia define lo que una marca *es*, y esto no cambia.

-La imagen de marca proviene totalmente de cómo es *percibida*

- Atributos, Beneficios, Valores, Personalidad

Como tales, las *Percepciones*, pueden variar dramáticamente de un grupo de consumidores a otro.



# Las Grandes Marcas saben a dónde van

La grandes marcas, lideran a los consumidores, no los siguen:

No toman decisiones preguntándole al consumidor qué hacer  
Ofrecen una visión inspirada, mejor de la que pudo haber imaginado el consumidor.

Pero entender al consumidor sigue siendo importante:

Para saber como establecer una conexión con la visión de la marca, por medio de la comunicación.



# Las Grandes Marcas Cumplen

Su visión se hace realidad a través de grandes  
productos y servicios:

Calidad

Estima

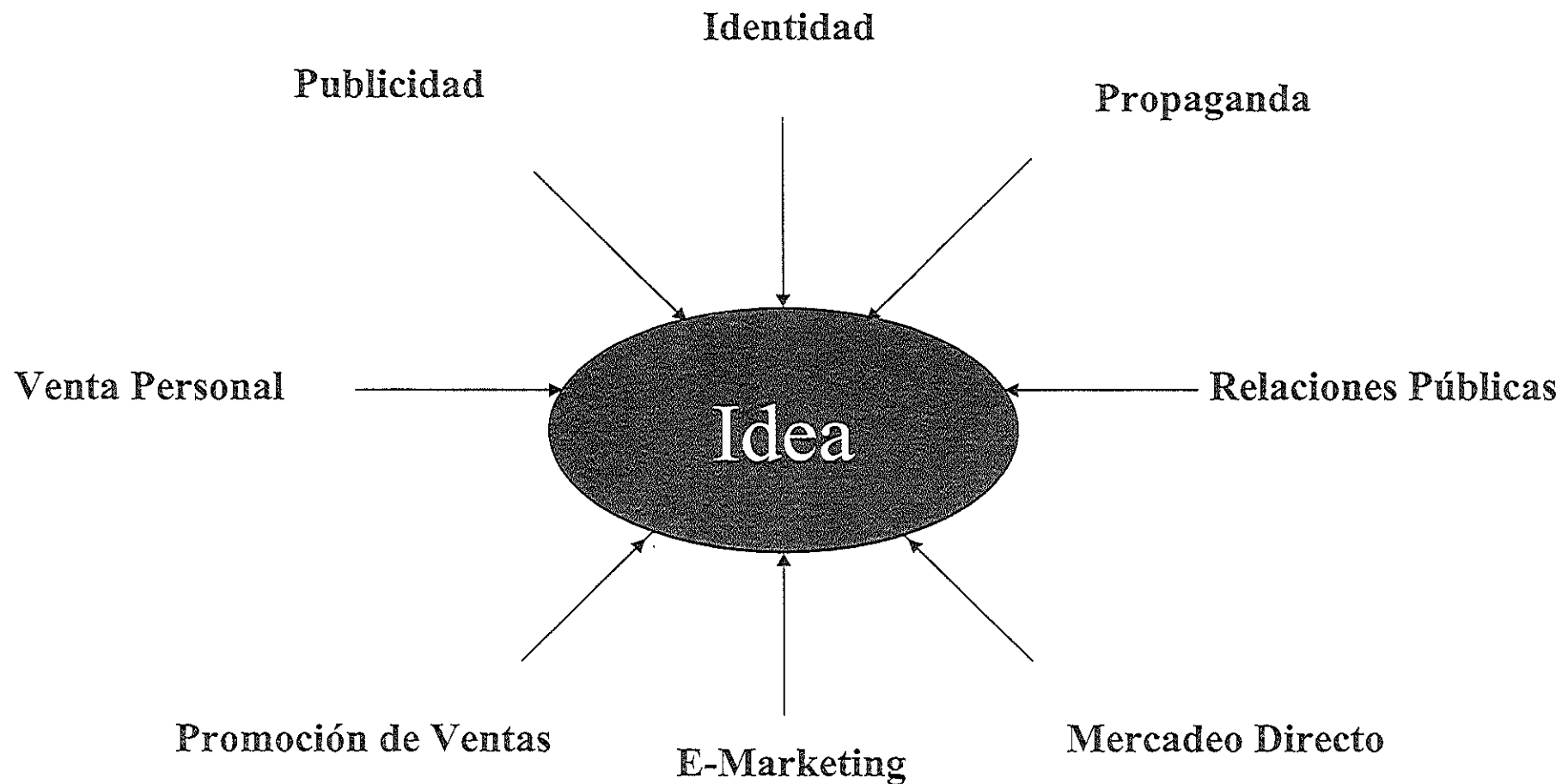
Finalmente, su reputación se establece y se  
convierten en una parte familiar de la vida:

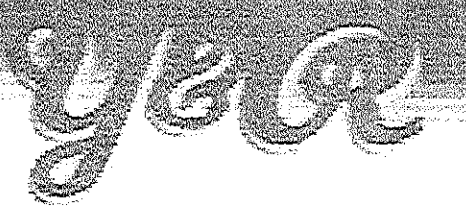
Distribución

Experiencia

Conocimiento

# La Idea de Marca Integra Todas las Comunicaciones





# Cómo analizamos al consumidor?

## 4C's

Características del Consumidor que Cruzan Culturas



## El 4C's : Características del Consumidor que Cruzan Culturas

Tal como su nombre lo define, el 4C's es una de las herramientas más poderosas con que cuenta Y&R para determinar exactamente cuales son las características más relevantes de los consumidores que nos ayudan a definir sus hábitos de compra.

Clasificados en 7 tipologías, los consumidores dejan de ser grupos objetivos tipificados según su nivel socioeconómico, para pasar a ser grupos con características psicográficas que definen su comportamiento social sin importar el entorno cultural y económico en que se desenvuelvan.

Al quitar el velo del nivel socioeconómico, el 4C's nos permite ser mucho más precisos a la hora de determinar los grupos objetivos idóneos para una marca o producto, teniendo como resultado un planteamiento publicitario y mercadológico más exacto. Es poner el mensaje justo donde debe ir y a quien se debe dirigir.

El nivel socioeconómico no determina en su totalidad el pensamiento de un individuo, tan sólo define el alcance de estos, pero por su naturaleza.

Según sus características psicográficas más relevantes, las 7 tipologías del 4C's quedan agrupadas de la siguiente manera:



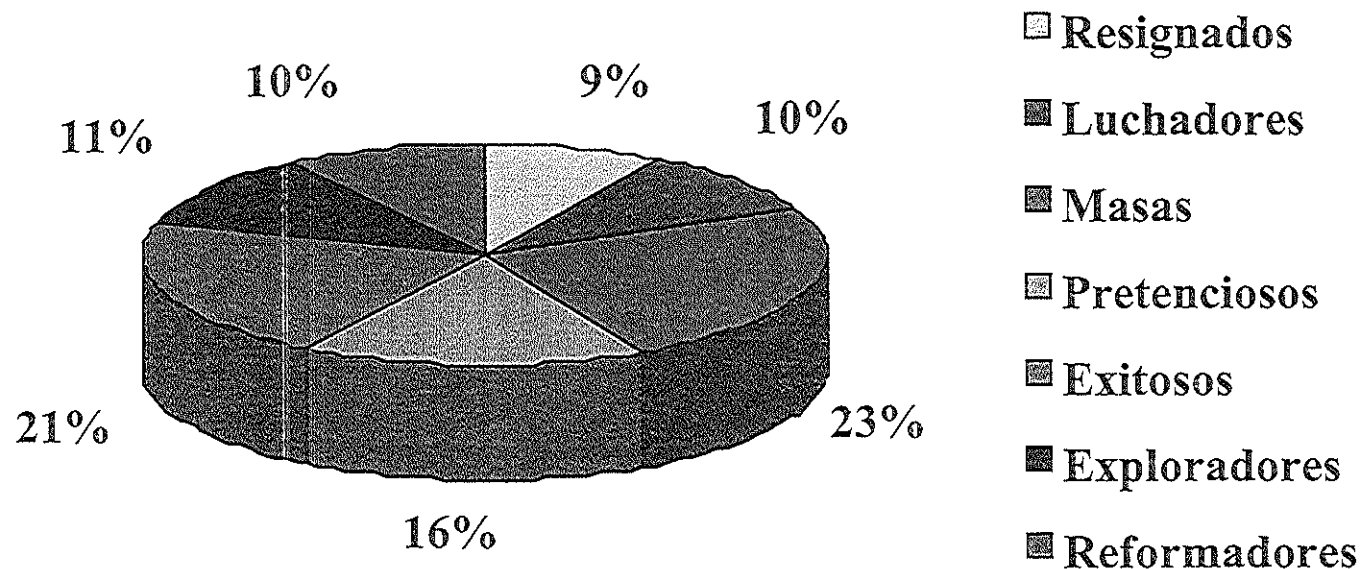


# 4 C's

## Cross Culture Consumer Characterization

Resignados	Luchadores	Las Masas	Pretencioso	Exitosos	Exploradores	Reformadores
SOBRE-VIVENCIA	ESCAPE	SEGURIDAD	ESTATUS	CONTROL	INDIVIDUALISMO	AUTO EXPRESION
Inseguridad Bajos Ingresos Aislados Rekursivos Vida Tranquila Orientados al Pasado Rígidos Pro-autoridad Ancianos Mujeres	Suerte Desorganizados Cultura Callejera Pandillas Sin Recursos Agresión Musculosos Pclioneros Superficiosos Idolatrás Jóvenes Hombres	Confianza Habituales Aceptación Seguridad Comunidad Aprobación Social Ahorran Adultos Mujeres	Imagen Presión de Grupo Materialistas Novedad Empaque Crédulos Marcas Crédito Reconocimiento Social Edonistas Jóvenes Hombres	Distinción Auto Estima Estabilidad Ética Recompensas Controlan el Futuro Personal Hogar & Famil Libres de Stress Controlan a otros Adultos Hombres	Identidad Autonomía Reto Experiencias Impulso Sensaciones Indulgencia Innovación Preguntan todo Justifican con Información Hombres Mujeres	Protectores Simplicidad Auto-Estima Naturaleza Indep- dientes Arte/Cultura Crecimiento Personal Conciencia Ambiental Libertad Jóvenes Mujeres

# Distribución de las Tipologías de 4C's en El Salvador



Base: 14.633 personas en todo el país



# Campañas más recientes que cumplieron este proceso

# PROYECTOS RECIENTES DE "BRANDING"

CLIENTE	PROYECTO	CONTACTO	PLAZO DE EJECUCION	MONTO	DESCRIPCION
BANCO DE AMERICA CENTRAL	"Nuevo nombre"	Lic. Rodolfo Guirola Gerente de Mercadeo	Enero 2004	\$200,000	Posicionar la nueva Identidad corporativa regional
CREDOMATIC DE EL SALVADOR	"Tarjeta Mastercard MC"	Lic. Daniela de Paredes Gerente de Marca	Marzo 2004	\$159,000	Lanzamiento Nuevo Producto en C.A.
TEXACO CARIBBEAN INC.	"Nueva marca de Gasolina"	Ing. Pedro Siguí	2002-2003	\$650,000	Introducir en el mercado las marcas "Power Premium" y "power Plus"
AMANCO	"Fusión Eureka / Tecnoplásticos"	Ing. Walterio Orellana Presidente	2001	\$250,000	Campaña Institucional, fusión de dos empresas
INDUSTRIAS LA CONSTANCIA	"Cerveza REGIA EXTRA"	Lic. Gabriel Jiménez Gerente de Mercadeo	2003-2004	\$600,000	Reposicionamiento de Cerveza Regia con sus nuevas presentaciones
CONAMYPE	"FAT – Fondo de Asistencia Técnica"	Lic. Sara Fernández Directora de Comunicaciones	2003	\$130,000	Campaña Testimonial destacando beneficios del FAT para micro y pequeña empresa

# y&r

**DALE Premio a tu jornada**

**¡Bien helada bien ganada!**

Obsequio al mesero o barista. Externar hasta 1 hora. Reservados todos los derechos. No se aplica en restaurantes y bares. No se aplica en días festivos.

**Nueva MC de Credomatic**  
 Convierte cada compra en una ventaja.  
**Así como vivas así compras.**  
 Solicítala al 206-4062

**7.5%** de descuento en todas las compras de gasolina en todas las gasolineras afiliadas.

**Programa de lealtad para el cliente**  
 20% de descuento en todas las compras de gasolina en todas las gasolineras afiliadas.

**2%** de descuento en todas las compras de productos de limpieza y mantenimiento.

**1%** de descuento en todas las compras de productos de mantenimiento y limpieza.

**CREDOMATIC**  
 Para más información llama al 206-4062

**UN MUNDO DE ENERGIA**

**POWER PREMIUM**  
 97 OCTANOS

**POWER PLUS**  
 90 OCTANOS

**100% refinadas en el extranjero**

**Gasolineras 100% refinadas en el extranjero...**

**con los más altos estándares internacionales...**

**con el máximo rendimiento...**

**la máxima calidad...**

**y el exclusivo Sistema de Additives Clean System 3.**

**POWER PREMIUM**  
 97 OCTANOS

**POWER PLUS**  
 90 OCTANOS

**UN MUNDO DE ENERGIA**

**Destapa**  
**tu recompensa**

**12 ONZAS**

**¡Bien helada bien ganada!**

**Nueva MC de Credomatic**  
 Convierte cada compra en una ventaja.  
**Así como vivas así compras.**  
 Solicítala al 206-4062

**7.5%** de descuento en todas las compras de gasolina en todas las gasolineras afiliadas.

**Programa de lealtad para el cliente**  
 20% de descuento en todas las compras de gasolina en todas las gasolineras afiliadas.

**2%** de descuento en todas las compras de productos de limpieza y mantenimiento.

**1%** de descuento en todas las compras de productos de mantenimiento y limpieza.

**CREDOMATIC**  
 Para más información llama al 206-4062

**UN MUNDO DE ENERGIA**

**POWER PREMIUM**  
 97 OCTANOS

**POWER PLUS**  
 90 OCTANOS

**100% refinadas en el extranjero**

**La mejor garantía de calidad y eficiencia**



# Recomendación creativa para los primeros 100 días de la SNF





El desarrollo de esta campaña se ha contemplado en los principales medios de comunicación, TV, Radio y prensa.

Para exponer los distintos logros en los primeros 100 días de gobierno, hemos clasificado los mensajes en 5 diferentes rubros, a fin de no “cargar” la comunicación en un solo mensaje. Esto nos permitirá transmitir una campaña integrada de mayor profundidad que a la vez logre una comprensión más fácil en el público.

El tema de campaña es :

**Sembrando amor por una familia mejor.**



Porque esta frase?

Todos sabemos que al sembrar, esperamos cosechar frutos.

El trabajo de la SNF queda demostrado con la gran cantidad de acciones o actividades que se han realizado en los primeros 100 días del nuevo gobierno.

Al sembrar amor en las familias salvadoreñas, se han obtenido los frutos cuyo significado son los logros que se detallarán en la comunicación, los cuales vienen a ser en estos momentos solo una muestra de lo que puede hacerse en nuestro país a través de un gobierno que se acerca a la gente.

Cómo lo proyectaremos?





# Televisión y Radio



En TV con un tratamiento audio visual muy creativo pero bien directo. Recomendamos apoyar el video utilizando el recurso de fotografías en las que aparezca la Primera Dama de la República realizando las diferentes funciones con las comunidades.

Las **cinco versiones** que recomendamos resaltan acciones en las áreas de la niñez, la mujer, personas con discapacidad, adultos mayores y la práctica de valores y fortalecimiento de la familia.

En radio, el texto sugerido es el mismo de las cinco versiones de televisión, a fin de integrar ambos medios y evitar duplicación de costos en la producción de materiales. En ambos casos, los textos son los siguientes:



## Versión : niñez

Locutor institucional. Pista musical emotiva.

Sembrando amor por una familia mejor, es lo que en 100 días de gobierno, la Secretaría Nacional de la Familia ha estado haciendo para beneficio de la sociedad salvadoreña.

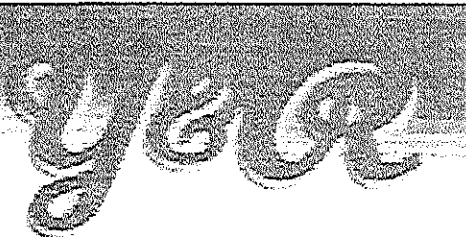
Su gestión a favor de la niñez en el programa escuela saludable ha beneficiado a miles de niños que cuentan ya con agua segura en los departamentos de San Vicente y La Paz.

Asimismo, la dotación de alimentos para refrigerio escolar y la atención médica especializada ha llegado a los Departamentos de Ahuachapán, Chalatenango, Cabañas, Morazán, La Paz, San Vicente, Usulután y La Unión.

Estos frutos son sólo una muestra de lo que puede hacerse por nuestro país a través de un gobierno cercano a la gente.

Secretaría Nacional de la Familia, tu otra familia.

El Salvador, un gobierno con sentido humano.



## Versión : mujer

Locutor institucional. Pista musical emotiva.

Sembrando amor por una familia mejor, es lo que en 100 días de gobierno, la Secretaría Nacional de la Familia ha estado haciendo para beneficio de la sociedad salvadoreña.


Su gestión a favor de la mujer ha permitido la creación del programa Mujeres en Acción, que busca generar oportunidades para las mujeres jefas de hogar en su desarrollo integral.

Asimismo, se ha dado mayor impulso a las ferias para prevenir la violencia intrafamiliar, brindando información y atención para romper el espiral de la violencia.

Estos frutos son sólo una muestra de lo que puede hacerse por nuestro país a través de un gobierno cercano a la gente.

Secretaría Nacional de la Familia, tu otra familia.

El Salvador, un gobierno con sentido humano.



## Versión : personas con discapacidad

Locutor institucional. Pista musical emotiva.

Sembrando amor por una familia mejor, es lo que en 100 días de gobierno, la Secretaría Nacional de la Familia ha estado haciendo para beneficio de la sociedad salvadoreña.

Su gestión a favor de las personas con discapacidad ha logrado la validación de la norma técnica de salud para la atención integral de las personas con problemas físicos.

Asimismo, se ha iniciado un proceso de legislación gremial y profesional de las personas no videntes dedicadas a la masoterapia y se ha actualizado el registro de personas con discapacidad para una mejor identificación de sus necesidades.

Estos frutos son sólo una muestra de lo que puede hacerse por nuestro país a través de un gobierno cercano a la gente.

Secretaría Nacional de la Familia, tu otra familia.

El Salvador, un gobierno con sentido humano.



## Versión : personas adultas mayores

Locutor institucional. Pista musical emotiva.

Sembrando amor por una familia mejor, es lo que en 100 días de gobierno, la Secretaría Nacional de la Familia ha estado haciendo para beneficio de la sociedad salvadoreña.

Su gestión a favor de las personas adultas mayores ha logrado que en coordinación con el Ministerio de Salud Pública, se inicie el proyecto de detección de casos de tuberculosis para quienes viven en asilos, hogares y otros centros de atención.

Asimismo, se ha llevado atención médica y alimentos a personas adultas mayores residentes en el dormitorio público de Santa Tecla, el Asilo Sara Zaldívar y en la Fundación Judá.

Estos frutos son sólo una muestra de lo que puede hacerse por nuestro país a través de un gobierno cercano a la gente.

Secretaría Nacional de la Familia, tu otra familia.

El Salvador, un gobierno con sentido humano.



## Versión : práctica de valores

Locutor institucional. Pista musical emotiva.

Sembrando amor por una familia mejor, es lo que en 100 días de gobierno, la Secretaría Nacional de la Familia ha estado haciendo para beneficio de la sociedad salvadoreña.

Su gestión a favor de la práctica de valores y el fortalecimiento de la familia, ha permitido orientar a más de 115 mil personas con el lanzamiento del libro de la convivencia, un proyecto en alianza con El Diario de Hoy que ilustra a las personas en aspectos básicos para llevar una familia mejor.

Estos frutos son sólo una muestra de lo que puede hacerse por nuestro país a través de un gobierno cercano a la gente.

Secretaría Nacional de la Familia, tu otra familia.

El Salvador, un gobierno con sentido humano.



# Prensa

NOTA: Las fotografías que hemos incorporado en los bocetos a continuación, son únicamente como referencia. En el caso de ser escogidos como agencia, solicitaríamos a la SNF nos proporcionen las fotografías más apropiadas y de mayor nitidez para su reproducción.





## Sembrando amor por una familia mejor



Es lo que en 100 días de gobierno, hemos estado haciendo en la Secretaría Nacional de la Familia para beneficio de la sociedad salvadoreña.

Nuestra gestión a favor de la niñez con el programa escuela saludable ha beneficiado a miles de niños que cuentan ya con agua segura en los departamentos de San Vicente y La Paz. Asimismo, la dotación de alimentos para refrigerio escolar y la atención médica especializada ha llegado a los Departamentos de Ahuachapán, Chalatenango, Cabañas, Morazan, La Paz, San Vicente, Usulután y La Unión.



*Estos frutos son sólo una muestra de lo que puede hacerse por nuestro país a través de un gobierno cercano a la gente.*



# Sembrando amor por una familia mejor



Es lo que en 100 días de gobierno, hemos estado haciendo en la Secretaría Nacional de la Familia para beneficio de la sociedad salvadoreña.

Nuestra gestión a favor de la mujer ha permitido la creación del programa "mujeres en acción" que busca generar oportunidades para las mujeres jefas de hogar para su desarrollo integral.

Asimismo, se ha dado mayor impulso a las Fovis para prevenir la violencia intrafamiliar, brindando información y atención para romper la espiral de la violencia.



*Estos frutos son sólo una muestra de lo que puede hacerse por nuestro país a través de un gobierno cercano a la gente.*



Y&R

# Sembrando amor por una familia mejor



100 días de gobierno

Es lo que en 100 días de gobierno, hemos estado haciendo en la Secretaría Nacional de la Familia para beneficio de la sociedad salvadoreña. Nuestra gestión a favor de las personas con discapacidad ha logrado la validación de la norma técnica en Salud para la atención integral de las personas con problemas físicos. Asimismo, se ha iniciado un proceso de legislación gremial y profesional de las personas no videntes dedicadas a la masoterapia y se ha actualizado el registro de personas con discapacidad para una mejor identificación de sus necesidades.



*Estos frutos son sólo una muestra de lo que puede hacerse por nuestro país a través de un gobierno cercano a la gente.*



YEA

# Sembrando amor por una familia mejor



Es lo que en 100 días de gobierno, hemos estado haciendo en la Secretaría Nacional de la Familia para beneficio de la sociedad salvadoreña.

Nuestra gestión a favor de las personas adultas mayores ha logrado que en coordinación con el Ministerio de Salud Pública, se inicio el proyecto de detección de casos de tuberculosis para quienes viven en Asilos, Hogares y otros centros de atención. Asimismo, se ha llevado atención médica y alimentos a personas adultas mayores residentes en el dormitorio público de Santa Tecla, el Asilo Sara Zaldívar y en la fundación Judá.



*Estos frutos son sólo una muestra de lo que puede hacerse por nuestro país a través de un gobierno cercano a la gente.*



Lemusimún Young & Rubicam

77

0001120

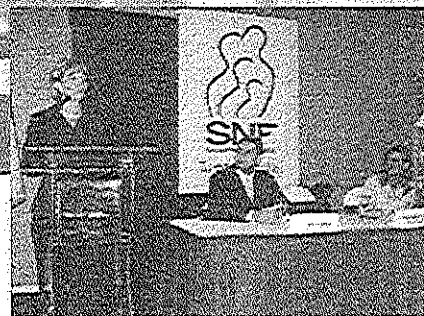
y&r

## Sembrando amor por una familia mejor



Es lo que en 100 días de gobierno, hemos estado haciendo en la Secretaría Nacional de la Familia para beneficio de la sociedad salvadoreña.

Nuestra gestión a favor de la práctica de valores y el fortalecimiento de la familia, ha permitido orientar a más de 115 personas con el lanzamiento del "Libro de la convivencia", un proyecto en alianza con El Diario de Hoy.



*Estos frutos son sólo una muestra de lo que puede hacerse por nuestro país a través de un gobierno cercano a la gente.*



Lemusimún Young & Rubicam

78  
ali

0001121




# Oferta económica

Medios

Producción

Proyecto “Convivencias”



# ESTRATEGIA DE MEDIOS

## Campañas Secretaria Nacional de la Familia

### A. OBJETIVOS

Alcanzar el 80% de la población salvadoreña, para darle a conocer los diferentes Logros y Eventos que realiza la Secretaría Nacional de la Familia .

### B. ESTRATEGIA Y TACTICA

#### Campaña Logros.

Para la Campaña Institucional de Logros se utilizarán los tres medios. En Televisión, se han considerando paquetes de que nos permitan tener una alta frecuencia y también estar entre Novelas, Noticias, Deportes y Series Familiares. Con esta variedad de perfiles lograremos llegar a diferentes grupos objetivos. Los canales a pautar son Canal 2, 4, 6, TCS, 12, y 21.

En Radio se han considerado perfiles populares y adulto-joven que poseen cobertura nacional, con un promedio de 6 cuñas diarias en cada emisora, recomendando seleccionar bloques de horarios de mayor audiencia.

En prensa, se colocarán anuncios tamaño página full color, en La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo. considerando secciones como Sucesos, Negocios y primeras páginas.





## Campañas Secretaría Nacional de la Familia

### Campaña Eventos.

Considerando La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo; se colocarán anuncios tamaño página full color, con un promedio de dos publicaciones al mes, alternando los periódicos.

### Anuncios Varios.

En La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo, se colocarán anuncios de un cuarto de página en blanco y negro, en secciones como: Vivir, Gente e interior; con un promedio de 3 a 4 publicaciones al mes.





**CONSOLIDADO GENERAL DE INVERSION PUBLICITARIA EN MEDIOS**  
**1° DE OCTUBRE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2004**

MEDIOS	CAMPAÑA LOGROS	CAMPAÑA EVENTOS	ANUNCIOS VARIOS	INVERSION US\$.
<b>TELEVISION (40")</b> CANALES 2-4-6-12-21. SPOTS	\$19,051.80			
<b>RADIO (40")</b> RADIO CADENAS, LOCALES Y DEPART. PERFIL POPULAR Y ADULTO JOVEN	\$5,236.80			
<b>PRENSA</b> PAGINAS FULL COLOR CUARTOS DE PAGINAS BLANCO Y NEGRO	\$10,774.06	\$13,709.12	\$3,124.74	
<b>GRAN TOTAL</b>	<b>\$35,062.66</b>	<b>\$13,709.12</b>	<b>\$3,124.74</b>	<b>\$51,896.52</b>

NOTA: VALORES INCLUYEN IVA



**SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA**  
**CAMPAÑA PUBLICITARIA INSTITUCIONAL "LOGROS"**  
**EL SALVADOR, DEL 1° DE OCTUBRE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2004**

MEDIOS	# SPOTS /CUÑAS	OCTUBRE-DICIEMBRE	INVERSION US\$.	%
TELEVISION (40") CANALES 2-4-6-12-21 PAQUETES DE FRECUENCIA, PELICULAS, NOTICIAS, NOVELAS, SERIES.	135	\$19,051.80		54%
TOTAL TELEVISION			\$19,051.80	
RADIO (40") RADIO CADENAS Y LOCALES CON PERFIL POPULAR Y ADULTO-JOVEN	630	\$5,236.80		15%
TOTAL RADIO			\$5,236.80	
PRENSA PAGINAS FULL COLOR	5	\$10,774.06		31%
TOTAL VALLAS			\$10,774.06	
GRAN TOTAL			\$35,062.66	100%

NOTA: VALORES INCLUYEN IVA

Lemusimún Young & Rubicam

83

0001126



**SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA**  
**CAMPAÑA PUBLICITARIA DE "EVENTOS"**  
**EL SALVADOR, DEL 1° DE OCTUBRE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2004**

MEDIOS	valor x publicación	# de Anuncios	OCTUBRE- DICIEMBRE	%
LA PRENSA GRAFICA				43%
PAGINA FULL COLOR	\$2,935.06	2	\$5,870.12	
EL DIARIO DE HOY				41%
PAGINA FULL COLOR	\$2,831.94	2	\$5,663.88	
DIARIO EL MUNDO				16%
PAGINA FULL COLOR	\$1,087.56	2	\$2,175.12	
TOTAL PRENSA		6	\$13,709.12	100%

NOTA: VALORES INCLUYEN IVA



**SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA**  
**ANUNCIOS VARIOS PRENSA**  
**EL SALVADOR, DEL 1° DE OCTUBRE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2004**

MEDIOS	valor x publicación	# de Anuncios	OCTUBRE- DICIEMBRE	%
LA PRENSA GRAFICA				42%
CUARTO DE PAGINA BLANCO Y NEGRO	\$331.03	4	\$1,324.12	
EL DIARIO DE HOY				44%
CUARTO DE PAGINA BLANCO Y NEGRO	\$341.71	4	\$1,366.84	
DIARIO EL MUNDO				14%
CUARTO DE PAGINA BLANCO Y NEGRO	\$216.89	2	\$433.78	
TOTAL PRENSA		10	\$3,124.74	100%

NOTA: VALORES INCLUYEN IVA



# Costos de producción

- Costo paquete de la producción de 5 comerciales de TV de 40 ss. utilizando como recurso visual fotografías de la Primera Dama de la República en los momentos en que aparece en actividades importantes y grabación de 5 cuñas de radio de 40 ss. mencionando los logros .....\$ 10,603.48
- Realización de material gráfico para prensa..... \$ son costo
- TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN .....\$ 10,603.48



# Proyecto “Convivencias”

El proyecto “El Libro de Convivencias” es un documento importante para el rescate de valores en la sociedad, especialmente para concientizar a la población salvadoreña sobre el buen significado que tiene la unión familiar.

Para velar por el buen manejo de imagen y proyección de la SNF, ponemos a disposición de ustedes personal especializado en el manejo y proyección de imagen durante el período de Octubre a Diciembre del presente año.

El costo de la asesoría, coordinación y monitoreo del proyecto “convivencias” es de \$ 2,500 dólares mensuales, lo cual hace un total de .....\$ 7,500.00



# Medición de Campañas



## Estrategias de Evaluación para medir el impacto de las campañas

Después de la implementación de cada campaña, es necesario conocer el nivel de impacto y convencimiento que se tuvo en nuestros grupos objetivos.

Para ello, la agencia cuenta con su propio departamento de Investigación, el cual desarrollará un cuestionario a base de preguntas abiertas y cerradas, sujeto a aprobación por parte del cliente, y posteriormente realizará un tracking de los alcances de cada campaña.

La metodología que se utilizará será de tipo cuantitativa, a través de la cual se realizarán entrevistas personales **cara a cara** mediante un trabajo de campo. Para seleccionar a los informantes, se desarrollará un proceso aleatorio en el cual primero se elegirán las zonas de investigación para luego llegar a la selección de los lugares de alto tráfico en donde se abordará a la muestra representativa.

La muestra que ofrecemos es de un mínimo de 200 personas, lo cual nos marca una tendencia sobre percepciones.

Los resultados serán entregados 15 días después de finalizado el trabajo de campo.

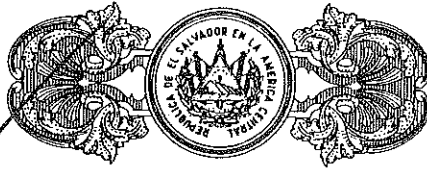


PAPEL PARA PROTOCOLO

DOSCIENTOS DOS  
0001133

M. DE H.

4426591



DOS COLONES



33 LIBRO 1758 PAGINA 295

33

1758

296

LIBRO \_\_\_\_\_ PAGINA \_\_\_\_\_



19

20

21

22

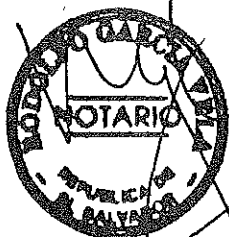
23

24

NUMERO OCHENTA Y DOS.-En la ciudad de Antiguo Cuscatlán, a las dieciseis horas y quince minutos del día veinte de Noviembre del año dos mil dos. Ante Mí, RODOLFO GARCIA VELA, Notario, de este domicilio, comparece: ANTONIO LEMUS SIMUN, de [REDACTED] años de edad, [REDACTED], de [REDACTED] domicilio, a quien conozco, portador de su Documento Unico de Identidad número [REDACTED] [REDACTED]

OP &amp; Dirección de Servicios Gráficos

Pe Marz. [illegible] 8-8, 27-11-02



33

PAPEL PARA PROTOCOLO

1758

297



DOS COLONES

0001134  
DE H.

426592

1 [REDACTED] quien comparece como  
2 Ejecutor Especial de la Junta General de Accionistas de la Sociedad LEMUSIMUN  
3 PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, del domicilio de Antiguo  
4 Cuscatlán Departamento de La Libertad, de cuya Directiva el otorgante es  
5 Director Presidente y consecuentemente Representante Legal, con Número de  
6 Identificación Tributaria cero seiscientos catorce-ciento setenta mil  
7 ochocientos setenta y dos-cero cero uno-nueve; cuya porción al final diré; Y  
8 ME DICE: I) Que en cumplimiento del mandato que le fue concedido por la Junta  
9 General Extraordinaria de Accionistas de la expresada Sociedad, que tuvo lugar  
10 en la ciudad de Antiguo Cuscatlán, Departamento de La Libertad, a las  
11 diecisiete horas del día veintiocho de octubre del dos mil dos, hace las  
12 siguientes declaraciones: Que en la mencionada Junta General Extraordinaria, se  
13 acordó MODIFICAR EL PACTO SOCIAL, en las cláusulas XXVIII de los  
14 Administradores y XXXII, Representación Legal incorporando en la primera la  
15 figura del Vice-Presidente, quien tendrá la Representación Legal conjunta o  
16 separadamente con el Presidente. II) Que para dar cumplimiento al Mandato  
17 recibido, por medio de la presente Escritura procede a reformar las cláusulas  
18 pertinentes del Pacto Social de la Sociedad ya mencionada, debiendo tenerse  
19 éste en consecuencia como único PACTO VIGENTE, a partir de la fecha de  
20 inscripción de la presente escritura el texto siguiente: TEXTO INTEGRO DEL  
21 PACTO SOCIAL DE LEMUSIMUN PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, que  
22 para disponer en un solo instrumento el texto integro será así: I) NATURALEZA,  
23 NACIONALIDAD Y DENOMINACION: La Sociedad es Anónima de Capital Variable, de  
24 Nacionalidad Salvadoreña y girará bajo la denominación de LEMUSIMUN PUBLICIDAD,

1 S.A. DE C.V. II) DOMICILIO: Tendrá su domicilio y el principal asiento de sus  
2 negocios en la ciudad de Antiguo Cuscatlán, Departamento de la Libertad,  
3 pudiendo establecer Oficinas, Agencias, Sucursales y/o Corresponsalias en  
4 cualquier lugar del territorio nacional o en el extranjero. III) FINALIDAD:  
5 Tendrá por finalidad: a) La industria de la publicidad; b) Cualquier acto,  
6 contrato o negocio lícito. IV) DURACION: La duración será indefinida. V)  
7 CAPITAL: El capital social es de CIENTO CINCUENTA MIL QUINIENTOS COLONES,  
8 representado por CUATROCIENTAS TREINTA ACCIONES con valor nominal de  
9 TRESCIENTOS CINCUENTA COLONES cada una, equivalentes a CUARENTA DOLARES DE LOS  
10 ESTADOS UNIDOS DE AMERICA totalmente pagadas como aparece en el Libro de  
11 Registro de Accionistas. VI) ACCIONES: Las Acciones serán siempre nominativas y  
12 confieren a sus propietarios iguales derechos y obligaciones. A los  
13 propietarios de las acciones se les entregarán como prueba de los derechos que  
14 les corresponden, certificados también de carácter nominativo equiparados para  
15 todos los efectos a las acciones. Estos certificados serán extendidos por una o  
16 más acciones a solicitud del interesado, hasta completar el número de las que  
17 le pertenezcan. A solicitud del accionista, los certificados de su propiedad  
18 podrán cambiarse por otros que amparen distintas cantidades de acciones cuya  
19 suma sea igual al número de las comprendidas en los Certificados primitivos.  
20 Se prohíbe a los accionistas exigir que se les extiendan títulos al portador  
21 aún cuando el valor nominal esté pagado en su totalidad. VII) TITULOS DE  
22 ACCIONES Y CERTIFICADOS: Los títulos de las acciones y los certificados  
23 provisionales o definitivos deberán contener: a) La denominación de la  
24 Sociedad, su domicilio y el plazo social; b) La fecha de esta escritura, el



33



DOS COLONES

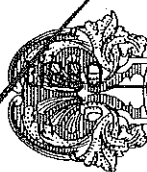
299



4426593

1 nombre del Notario que la autoriza y el número de su inscripción en  
 2 el Registro de Comercio; c) El nombre del accionista; d) El importe del capital  
 3 social y el capital mínimo, el número total de acciones en que el capital se  
 4 divide, el valor nominal de cada acción y la indicación de su carácter  
 5 nominativo; e) La serie y número de la acción o del certificado, con indicación  
 6 del número total de acciones que corresponden a la Serie; f) Los llamamientos  
 7 que sobre el valor de la acción haya pagado el accionista o la indicación de  
 8 estar totalmente pagada; g) La cantidad de acciones que cada certificado  
 9 represente y el número de orden de Registro que corresponda a cada acción o  
 10 certificado; h) Los principales derechos y obligaciones del tenedor de las  
 11 acciones, dejando espacio suficiente para los endosos; e i) Las firmas del  
 12 Presidente y otro Director o del Administrador Unico en su caso. VIII) REGISTRO  
 13 DE ACCIONISTAS: La Sociedad llevará un Libro de Registro de Accionistas en el  
 14 cual se consignarán el nombre y domicilio del accionista; la cantidad de  
 15 acciones de que sea dueño, con expresión de números, serie, clases y demás  
 16 particularidades; los llamamientos que se efectué y los pagos hechos por el  
 17 accionista; los traspasos que se realicen, con anotación de sus respectivas  
 18 fechas; el canje y reposición de los certificados, con anotación de las fechas  
 19 en que tales actos se verifiquen; los gravámenes que afecten a las acciones y  
 20 los embargos que sobre ellas se traben; las cancelaciones de los gravámenes y  
 21 embargos; las cancelaciones de los títulos. IX) TRANSFERENCIA DE ACCIONES: Las  
 22 acciones serán transferidas libremente por endoso o por cualquier otro medio  
 23 previsto por el derecho común, seguido de Registro en el Libro que al efecto  
 24 llevará la Sociedad, la Sociedad no responderá de la autenticidad de la firma

1 del endosante. El traspaso de las acciones cuyo valor no este totalmente  
2 pagado, sólo podrá hacerse con autorización de la Junta Directiva o del  
3 Administrador Unico en su caso. Con objeto de que la Sociedad haga las  
4 respectivas anotaciones en el Libro de Accionistas, el comprobante de traspaso  
5 se presentará a la Junta Directiva o al Administrador Unico, en su caso. Si  
6 mediare remate o adjudicación judicial de las acciones, los títulos en poder  
7 del deudor quedaran anulados y se expedirán nuevos al adjudicatario o al  
8 rematario, con vista del oficio que la Sociedad reciba del Juez respectivo. La  
9 Junta Directiva o el Administrador Unico en su caso podrá negarse a registrar  
10 el traspaso de las acciones cuando se haya hecho con infracción a las  
11 disposiciones legales sobre la materia o cuando pudiera acarrear  
12 responsabilidad a la Sociedad, igualmente estará obligada a no registrar ningún  
13 traspaso o gravamen que recaiga sobre acciones embargadas, hasta que el embargo  
14 sea levantado judicialmente y se reciba del Juez el oficio respectivo. X)  
15 INDIVISIBILIDAD DE LAS ACCIONES: Cada acción es indivisible. En consecuencia,  
16 cuando hayan varios propietarios de una misma acción, estos nombrarán un  
17 representante común y si no se ponen de acuerdo el nombramiento será hecho por  
18 el Juez de Comercio competente a petición de uno de ellos. El representante  
19 común no podrá enajenar o gravar la acción sino cuando esté debidamente  
20 autorizado por todos los copropietarios. Los copropietarios responderán  
21 solidariamente frente a la Sociedad. XI) REPRESENTACION DE LAS ACCIONES: Los  
22 accionistas podrán hacerse representar en las Asambleas Generales por otro  
23 accionista mediante simple carta o por persona extraña, mediante carta  
24 autenticada o Poder Especial o general con facultades suficientes. No podrán



DOS COLONES

1 ser representantes de los accionistas los administradores ni el Auditor de la  
2 Sociedad. Una sola persona no podrá representar más de la cuarta parte del  
3 Capital Social, salvo si se tratare de sus propias acciones y las de aquellas  
4 personas de quienes sea representante legal. XII) PERDIDA, DETERIORO O  
5 DESTRUCCIONES DE TITULOS O DE CERTIFICADOS: En caso de pérdida, deterioro o  
6 destrucción de un título o de un certificado de acciones, tal documento será  
7 repuesto por la Sociedad a costa del interesado, previo cumplimiento de las  
8 formalidades que prescribe la Ley. En el título o certificado de reposición se  
9 hará constar su calidad y que el primitivo queda sin ningún valor. XIII)  
10 REPARTO DE DIVIDENDOS: Los dividendos que la Junta General de Accionistas  
11 acuerdan repartir, serán pagados a los accionistas que aparezcan inscritos en  
12 el Libro respectivo a la fecha del acuerdo, salvo el caso de traspaso de la  
13 acción o acciones en que se estará a lo que la Ley disponga. XIV) CAPITAL  
14 MINIMO: Para los efectos legales se establece que el Capital Mínimo de la  
15 Sociedad es de CIENTO CINCUENTA MIL QUINIENTOS COLONES y sólo podrá ser  
16 aumentado o reducido con el cumplimiento de las formalidades legales. XV)  
17 AUMENTO DEL CAPITAL SOCIAL. El Capital Social podrá aumentarse por aportaciones  
18 posteriores, por la admisión de nuevos socios, por la capitalización de  
19 reservas y utilidades, por revalidación del activo y por cualquier otro medio  
20 legal. El aumento del capital estará sujeto a las regulaciones siguientes: a)  
21 El aumento podrá hacerse mediante la emisión de nuevas acciones o bien por la  
22 elevación del valor de las ya emitidas. No se podrá emitir nuevas acciones en  
23 tanto las anteriormente emitidas no hayan sido íntegramente pagadas; b) El  
24 acuerdo de Aumento de Capital Social deberá ser tomado por la Junta General de

1 Accionistas, en Sesión extraordinaria especialmente convocada al efecto; c) Los  
2 accionistas tiene derecho preferente en proporción a sus acciones, para  
3 suscribir las nuevas que se emitan. La parte que no sea suscrita por algún  
4 accionista acrecerá a los demás también a prorrata; d) Las acciones que no sean  
5 suscritas en la forma anteriormente indicadas, se ofrecerán al público por los  
6 medios acostumbrados para este tipo de operaciones. En este caso, si las  
7 acciones se ponen en venta con sobreprecio, éste será fijado por la Junta  
8 General; y e) En todo lo demás se aplicarán las pertinentes disposiciones del  
9 Código de Comercio. XVI) DISMINUCION DEL CAPITAL SOCIAL: Para la disminución  
10 del Capital Social deberán cumplirse las siguientes condiciones: a) Deberá  
11 acordarlo la Junta General de Accionistas en Sesión Extraordinaria y la misma  
12 Junta General determinará las acciones que serán redimidas. De no haber acuerdo  
13 sobre esto, las acciones a redimirse serán escogidas mediante sorteo; b) Todas  
14 las acciones deberán estar totalmente pagadas; c) La cuantía de la disminución  
15 no comprenderá fracciones de acciones; y d) En lo demás se aplicarán las  
16 correspondientes disposiciones del Código de Comercio. XVII) ORGANOS DE LA  
17 ADMINISTRACION: La administración de la Sociedad estará a cargo de los  
18 siguientes órganos: a) La Junta General de Accionistas; b) La Junta Directiva o  
19 el Administrador Unico en su caso. XVIII) JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: La  
20 Junta General formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos  
21 constituye la autoridad suprema de la Sociedad, las facultades que la Ley o el  
22 presente Pacto Social no atribuyan a otro órgano, serán de la competencia de la  
23 Junta General. La Junta General de Accionistas será Ordinaria y/o  
24 Extraordinaria y a su competencia exclusiva corresponderán los asuntos





DOS COLONES



DE H.

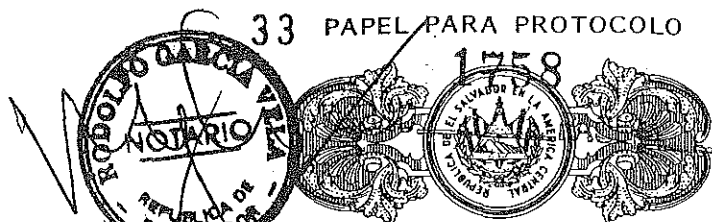
4426595



1 señalados por la Ley y el presente Pacto Social. XIX) JUNTA GENERAL ORDINARIA:

2 La Junta General Ordinaria de Accionistas se reunirá por lo menos una vez al  
 3 año en el domicilio de la Sociedad y conocerá de todo asunto que no sea materia  
 4 propia de la Junta General Extraordinaria, aunque no estén incluidos en la  
 5 Agenda, podrá conocer de los siguientes: a) La memoria de la Junta Directiva o  
 6 el Administrador Unico en su caso, el Balance General, el Estado de Pérdidas y  
 7 Ganancias y el Informe del Auditor, a fin de aprobar o improbar los tres  
 8 primeros y tomar las medidas que juzgue oportunas; b) El nombramiento y  
 9 remoción de los Administradores y del Auditor en su caso; c) Los emolumentos  
 10 correspondientes a los Administradores y al Auditor; y d) La distribución de  
 11 las utilidades. XX) JUNTA GENERAL EXTRAORDINARIA: Corresponde a la Junta  
 12 General Extraordinaria: a) La Modificación del presente Pacto Social; b) El  
 13 aumento o disminución del Capital Mínimo y del Capital Social; c) La emisión de  
 14 las obligaciones negociables o bonos; d) La amortización de acciones con  
 15 recursos propios de la Sociedad y la emisión de Certificados de Goce; e)  
 16 Acordar la disolución de la Sociedad; f) Acordar su fusión con otra u otras  
 17 instituciones; y g) En general, los demás asuntos que de conformidad con la Ley  
 18 y el presente Pacto Social deban ser conocidas y resueltos en Junta General  
 19 Extraordinaria. XXI) CONVOCATORIA A JUNTA GENERAL: La convocatoria para  
 20 celebrar Junta General Ordinaria y/o Extraordinaria se hará por los  
 21 Administradores o en caso necesario, por el Auditor Externo. Si coincidieran  
 22 las convocatorias, se dará preferencia a la hecha por los Administradores y se  
 23 refundirán las respectivas agendas. La convocatoria se publicará en forma  
 24 alterna por tres veces en el Diario Oficial, y en uno de los Diarios de

1 Circulación Nacional, con por lo menos quince días de anticipación a la fecha  
2 señalada para la reunión. En este plazo no se computará el día de la tercera  
3 publicación de la convocatoria, ni el de la celebración de la Junta General. A  
4 los accionistas se les enviará, además un aviso escrito conteniendo la  
5 convocatoria hecha. Los Administradores acordarán asimismo convocar la Junta  
6 General en cualquier tiempo, cuando lo pidan por escrito con expresión del  
7 objeto, los accionistas que representen por lo menos el cinco por ciento del  
8 Capital Social. Si los Administradores rehúsan hacer la convocatoria o no la  
9 hacen dentro de los quince días siguientes a aquel en que hayan recibido la  
10 Solicitud, la convocatoria será hecha por cualquiera de los Jueces de Comercio  
11 de la ciudad de San Salvador, a solicitud de los accionistas interesados,  
12 previas las formalidades legales. XXII) REQUISITOS DE LA CONVOCATORIA: La  
13 convocatoria a Junta General de Accionistas deberá contener los requisitos  
14 siguientes: a) La denominación de la Sociedad; b) La especie de Junta a que se  
15 convoca; c) La indicación del quórum necesario; d) El lugar, día y hora de la  
16 Junta; e) La agenda de la Sesión; y f) El nombre y cargo de quien o quienes  
17 firman la convocatoria. Las Juntas en primera y en segunda convocatoria se  
18 anunciarán en un solo aviso. Las fecha de reunión estarán separadas, cuando  
19 menos por un lapso de veinticuatro horas. No obstante a lo dispuesto en la  
20 inmediata anterior y en la presente cláusula, no será necesaria la convocatoria  
21 a Junta General tanto Ordinaria como Extraordinaria, si hallándose reunidos los  
22 accionistas o representantes de todas las acciones en que esta dividido el  
23 Capital Social acuerdan instalar la Junta y aprueban por unanimidad la  
24 Agenda. XXIII) QUORUM DE PRESENCIA Y REQUISITOS PARA TOMAR RESOLUCIONES. A la



33 PAPEL PARA PROTOCOLO

305

DOSCIENTOS SIETE

0001138

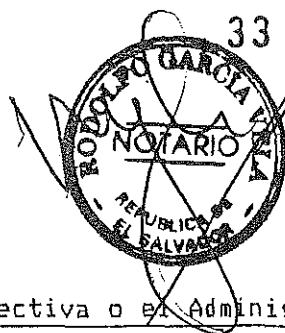
DE H.

DOS COLONES

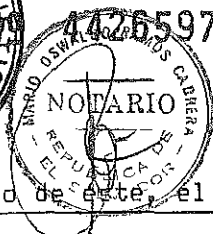


1 hora indicada en la convocatoria se levantará acta que contenga lista de  
2 accionistas presentes o representados y de los representantes de los  
3 accionistas con indicación de su nombre y número de acciones representadas por  
4 cada uno. Antes de la primera votación, la lista se exhibirá para su examen y  
5 el acta será firmada por el Presidente, el Secretario y los demás concurrentes  
6 a la Junta General. Para que la Junta General Ordinaria se considere legalmente  
7 reunida en la primera fecha de la convocatoria, deberá estar representadas, por  
8 lo menos, la mitad más una de las acciones en que se divide el Capital Social y  
9 las resoluciones serán válidas cuando se tomen por la mayoría de votos  
10 presentes. Si la Junta General Ordinaria se reúne en la segunda fecha de la  
11 convocatoria, se considerará válidamente constituida cualquiera que sea el  
12 número de acciones representadas y sus resoluciones se tomarán por mayoría de  
13 los votos presentes. Iguales reglas se aplicarán a la Junta General  
14 Extraordinaria que tenga por objeto resolver sobre la emisión de obligaciones  
15 negociables o bonos, la amortización de acciones con recursos propios de la  
16 Sociedad y la emisión de Certificados de Goce. La Junta General Extraordinaria  
17 que por Ley o por el presente Pacto Social tenga por objeto resolver cualquier  
18 otro asunto que no sean los anteriormente indicados, se regirá por las reglas  
19 siguientes: a) El quórum necesario para celebrar Sesión en la primera fecha de  
20 la convocatoria, será de las tres cuartas partes de todas las acciones de la  
21 Sociedad y para formar resolución se necesitará igual proporción; b) El quórum  
22 necesario para celebrar Sesión en la segunda fecha de la convocatoria, será de  
23 la mitad más una de las acciones que componen el capital social. El número de  
24 votos necesarios para formar resolución en estos casos, será las tres cuartas

1 partes de las acciones presentes; c) En caso de que la Sesión no haya podido  
2 celebrarse por falta de quórum en ninguna de las fechas de las convocatorias,  
3 se hará nueva convocatoria conforme a las reglas generales, la cual no podrá  
4 ser anunciada simultáneamente con las anteriores y además deberá expresar la  
5 circunstancia de ser tercera convocatoria y de que, en consecuencia, la Sesión  
6 será válida cualquiera que sea el número de acciones representadas. En este  
7 caso habrá resolución con la simple mayoría de votos de las acciones presentes;  
8 y d) Siempre que la Ley determine proporciones especiales para los asuntos que  
9 deban tratarse en Juntas Generales Extraordinarias se entenderá que tales  
10 proporciones tendrán aplicación en las Sesiones de Primera Convocatoria y que  
11 las Sesiones de convocatorias ulteriores se regirán de acuerdo con los  
12 estipulado en la presente cláusula. XXIV) AGENDA Y DIRECCION DE LAS JUNTAS  
13 GENERALES: La Agenda deberá contener la relación de los asuntos que serán  
14 sometidos a discusión y aprobación de la Junta General y será redactada por  
15 quien haga la convocatoria. Quienes tengan derecho de pedir convocatoria a  
16 Junta General, lo tienen también para pedir que figuren determinados puntos en  
17 la Agenda. Además de los asuntos incluidos en la Agenda podrán tratarse  
18 cualquiera otro, siempre que estando representadas todas las acciones se  
19 acuerde su discusión por unanimidad. Una misma Junta podrá tratar asuntos de  
20 carácter Ordinario y/o Extraordinario, si su convocatoria así lo expresa. Las  
21 Juntas Generales sean Ordinarias o Extraordinarias, serán presididas por el  
22 Presidente de la Junta Directiva o el Administrador Unico, en su caso y a falta  
23 de éste, por quien sea designado Presidente de debates por los accionistas  
24 presentes. Actuará como Secretario de la Sesión el Secretario de la Junta



DOS COLONES



1 Directiva o el Administrador Unico Suplente en su caso y en defecto de éste, el  
2 que elijan los accionistas presentes. XXV) CONTINUACION DE LA JUNTA GENERAL: La  
3 Junta General podrá acordar su continuación en los días inmediatos, siguientes  
4 hasta la conclusión de la Agenda. También podrá aplazar la Sesión por una sola  
5 vez y por el término improrrogable de tres días. En este caso se reanudará la  
6 Junta como se acuerde. XXVI) OTRAS DISPOSICIONES APLICABLES A LA JUNTA GENERAL:  
7 Además de las anteriores a la Junta General le son aplicables las siguientes  
8 disposiciones: a) A partir de la fecha de publicación de la convocatoria los  
9 Libros y Documentos relacionados con los fines de la Junta estarán en las  
10 oficinas principales de la Sociedad, a disposición de los accionistas para que  
11 puedan enterarse de ellos; b) Todo accionista tiene derecho a pedir en la Junta  
12 General, a quien corresponda, que le dé informe, relacionados con los puntos en  
13 discusión; c) La desintegración del quórum de presencia no será obstáculo para  
14 que la Junta General continúe y pueda adoptar acuerdos si son votados por la  
15 mayoría que requiera la Ley o el presente Pacto Social; d) Las resoluciones  
16 legalmente adoptadas por la Junta General son obligatorias para todos los  
17 accionistas aún para los ausentes o disidentes; e) Cada acción da derecho a un  
18 voto; f) Las Actas de la Junta General se asentarán en el Libro respectivo y  
19 deberán ser firmadas por el Presidente y Secretario de la Junta o por dos de  
20 los accionistas presentes a quienes la propia Junta haya comisionado al efecto;  
21 y g) De cada Junta se formará un expediente que contendrá los documentos que  
22 justifiquen que las convocatorias se hicieron con las formalidades necesarias,  
23 el Acta original de quórum, las representaciones especiales dadas para la  
24 Sesión y los demás documentos relacionados con la misma. XXVII) DERECHO DE LA

1 MINORIA: La minoría que represente por lo menos el VEINTICINCO POR CIENTO del  
2 Capital Social presente en la Junta General de Accionistas, nombrará un tercio  
3 de los miembros de la Junta Directiva. XXVIII) DE LOS ADMINISTRADORES: La  
4 dirección, gestión y administración de la Sociedad estará a cargo de una Junta  
5 Directiva o de un Administrador Unico, a opción de la Junta General de  
6 Accionistas, la que también dispondrá el número y cargos de los miembros de la  
7 Junta Directiva que en todo caso tendrá un Presidente, un Vicepresidente y un  
8 Secretario y un mínimo de TRES y un máximo de CINCO miembros propietarios,  
9 habrán tantos Suplentes como Propietarios. XXIX) PERIODO DE FUNCIONES: El  
10 periodo de funciones de los Administradores será de CINCO AÑOS, pero  
11 continuarán en el desempeño de sus funciones aún cuando concluya el plazo para  
12 que sean designados mientras no se elijan los sustitutos y los nombrados no  
13 tomen posesión de sus cargos. XXX) FACULTADES Y OBLIGACIONES DE LOS  
14 ADMINISTRADORES: Los Administradores tendrán a su cargo la dirección y  
15 administración de la Sociedad con las facultades más amplias. En forma especial  
16 les corresponde: a) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones del presente  
17 pacto Social y los acuerdos de la Junta General de Accionistas; b) Organizar  
18 administrativamente la Sociedad, crear las plazas necesarias, nombrar,  
19 sustituir, remover, y aceptar las renunciaciones a Gerentes, Sub Gerentes, Jefes y  
20 empleados y determinar sus prestaciones, atribuciones y obligaciones; c)  
21 Organizar los comités que sean necesarios para el mejor funcionamiento de la  
22 Sociedad y dictar las normas a que deban sujetarse; d) Acordar toda clase de  
23 contratos, negocios y operaciones que hayan de practicarse; e) Acordar la  
24 creación o supresión de Departamentos, Agencias, Sucursales y/o



33

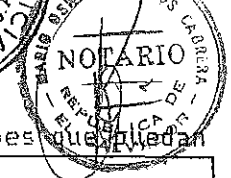


309

DOS COLONES



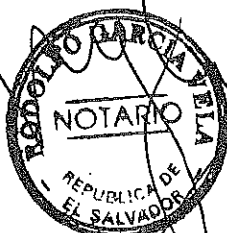
4426598



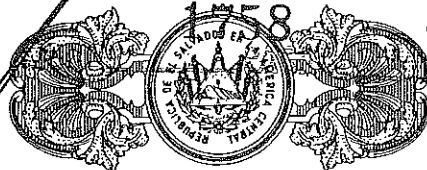
1 corresponsalías; f) Determinar el monto máximo de las operaciones que puedan  
 2 ser resueltas por los organismos y/o funcionarios; g) Reglamentar el uso de  
 3 las firmas; h) Elaborar y presentar a la Junta General de Accionistas la  
 4 memoria, el Balance General, El Estado de Pérdidas y Ganancias y el Proyecto de  
 5 distribución de utilidades; i) Autorizar la adquisición y enajenación de  
 6 inmuebles, muebles y equipo; j) Convocar las Juntas Generales de Accionistas;  
 7 k) Publicar el Balance en el tiempo y forma legales; l) Proponer a la Junta  
 8 General la formación de reservas; m) Emitir los reglamentos internos necesarios  
 9 para el mejor funcionamiento de la Sociedad; n) Verificar los llamamientos a  
 10 pago de capital suscrito; ñ) En su caso delegar sus facultades de  
 11 representación y administración en uno de los directores o en comisiones que  
 12 designe de entre los miembros de la Junta Directiva, quienes deberán ajustarse  
 13 a las instrucciones que reciban y dar periódicamente cuenta de su gestión; o)  
 14 Conocer de la renuncia que de sus cargos interpongan los miembros de la Junta  
 15 Directiva, en su caso y proveer sus vacantes; y p) En general, realizar todos  
 16 los actos, contratos, gestiones y diligencias y ejercitar todas las acciones  
 17 que sean necesarias para cumplir los fines de la Sociedad. XXXI) SESIONES,  
 18 RESOLUCIONES Y ACTAS DE LA JUNTA DIRECTIVA: La Junta Directiva será convocada  
 19 con un día de antelación verbalmente o por escrito por el Presidente u otros  
 20 dos Directores Propietarios; se reunirá en el domicilio social en uno de los  
 21 locales de la Sociedad, por lo menos bimestralmente, celebrará sesión válida  
 22 con la asistencia de la Mayoría de sus miembros y las resoluciones se tomarán  
 23 por mayoría de votos de los presentes. En caso de empate, el Presidente  
 24 decidirá con voto de calidad. La Junta Directiva dejará constancia de sus

1 actuaciones en actas que se asentarán en el correspondiente Libro y estarán  
2 firmadas por los Directores que hayan asistido a la correspondiente  
3 Sesión. XXXII) MODO DE PROVEER LAS VACANTES DE LOS ADMINISTRADORES: En caso de  
4 fallecimiento, renuncia, licencia, ausencia o cualquier impedimento temporal o  
5 definitivo de cualquiera de los Directores Propietarios, incluso el Presidente  
6 de la Junta Directiva será sustituido por el Director Propietario o Suplente  
7 que llame la Junta Directiva salvo el caso del Director electo por la minoría  
8 cuya ausencia será llenada por su respectivo suplente. El Administrador Unico  
9 naturalmente será sustituido en cualquiera de los casos señalados por el  
10 Administrador Unico Suplente. En caso de ausencia o impedimento temporal, la  
11 sustitución se limitará al tiempo de la ausencia o impedimento. XXXIII)  
12 REPRESENTACION LEGAL: La representación judicial y extrajudicial y el uso de la  
13 firma social corresponderán al Presidente y al Vicepresidente conjunta o  
14 separadamente o al Administrador Unico, según el caso. El Presidente o el  
15 Vicepresidente necesitarán acuerdo de la Junta Directiva para celebrar  
16 contratos, contraer obligaciones, otorgar escrituras públicas o privadas,  
17 otorgar Poderes Generales y/o Especiales y revocarlos, enajenar y/o gravar  
18 inmuebles, muebles, valores y/o derechos y efectuar toda clase de contratos,  
19 negocios y operaciones. XXXIV) DEL PRESIDENTE: Corresponderá al Presidente de  
20 la Junta Directiva: a) Convocar y presidir las sesiones de la Junta Directiva;  
21 b) Velar porque se ejecuten tanto las resoluciones de la Junta Directiva como  
22 las de la Junta General; c) Supervisar, vigilar, y coordinar las actividades de  
23 la Sociedad; d) Comunicar al Gerente las recomendaciones e instrucciones  
24 necesarias para la pronta ejecución de las operaciones sociales; e) Desempeñar





33



311



4426599



DOS COLONES

1 las atribuciones que la Junta Directiva le delegue; y f) Todas las demás que le  
 2 correspondan de conformidad con el presente Pacto Social, los reglamentos de la  
 3 Sociedad y las disposiciones de la Junta Directiva y de la Junta General.  
 4 XXXV) DEL SECRETARIO: El Secretario de la Junta Directiva tendrá a su cargo  
 5 el Libro de Actas, asentará las Actas de la Junta General y de la Junta  
 6 Directiva y Certificará las copias y los extractos de dichas Actas y demás  
 7 documentos sociales. Cuando la administración esté confiada a un Administrador  
 8 Unico, actuará como Secretario de la Junta General el Administrador Unico  
 9 Suplente y él Certificará las copias, extractos y documentos. XXXVI) DEL  
 10 GERENTE: El Gerente tendrá las atribuciones que se le confieran y dentro de  
 11 ellas gozará de las más amplias facultades de representación y ejecución.  
 12 XXXVII) VIGILANCIA: La vigilancia y fiscalización constante de las actividades  
 13 y operaciones sociales estará confiada a un Auditor designado por la Junta  
 14 General, la cual podrá removerlo, proveerá su vacante, señalará su  
 15 remuneración, determinará el plazo de su ejercicio y podrá reelegirlo  
 16 ilimitadamente. Son facultades y obligaciones del Auditor: a) Cerciorarse de la  
 17 Constitución y vigencia de la Sociedad; b) Exigir a los Administradores un  
 18 Balance mensual de Comprobación; c) Comprobar las existencias físicas de los  
 19 inventarios; d) Inspeccionar una vez al mes por lo menos los libros y papeles  
 20 de la Sociedad, así como la existencia en caja; e) Revisar el Balance anual,  
 21 rendir informe correspondiente en los términos que establece la Ley y  
 22 autorizarlo al darle su aprobación; f) Someter a conocimiento de la  
 23 Administración social y hacer que se inserten en la Agenda de la Junta General  
 24 de Accionistas, los puntos que crea pertinentes; g) Convocar a Junta General

1 Ordinaria y/o Extraordinaria de Accionistas, en casos de omisión de los  
2 Administradores y en cualquier otro en que lo juzgue conveniente; h) Asistir  
3 con voz pero sin voto a las Juntas Generales de Accionistas; i) Asistir a las  
4 reuniones de la Junta Directiva cuando sea convocado; j) Informar  
5 oportunamente y por escrito a los Administradores y/o a la Junta General de  
6 cualquiera irregularidad o infracción que note; y k) En general comprobar  
7 en cualquier tiempo las operaciones de la Sociedad. Cualquiera accionista podrá  
8 denunciar por escrito al Auditor los hechos que estime irregulares en la  
9 administración y éste deberá hacer mención de tales denuncias en sus informes a  
10 la Junta General de Accionistas y presentar acerca de ellas las consideraciones  
11 y proposiciones que estime pertinentes. XXXVIII) AUTORIZACION: Se autoriza a  
12 los Administradores Propietarios y Suplentes y sus cónyuges a ejercer  
13 personalmente actividades iguales a las de la Sociedad y participar en  
14 Sociedades que se dediquen a tales actividades. XXXIX) EJERCICIO ECONOMICO: El  
15 ejercicio económico será de UN AÑO. XL) ORGANOS DE PUBLICIDAD: Todos los  
16 Balances, Estados, Avisos y Notificaciones que la Sociedad tenga que hacer  
17 saber de manera general se publicarán en el Diario Oficial y en uno de los  
18 Diarios de Circulación Nacional. XLI) FONDOS DE RESERVA Y APLICACION DE LAS  
19 GANANCIAS: La Junta General Ordinaria de Accionistas constituirá una reserva  
20 legal en la forma y cuantía que indica la Ley y las otras reservas que sean  
21 obligatorias y/o convenientes. Determinará el destino que deberá dársele a las  
22 ganancias líquidas respetando lo que al efecto dispongan las Leyes aplicables a  
23 la materia. XLII) DISOLUCION Y LIQUIDACION: Se procederá a la disolución y  
24 liquidación de la Sociedad de acuerdo con las Leyes correspondientes o cuando



33

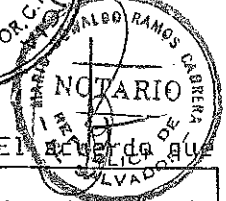


313



DE H.

426600



DOS COLONES

1 así se acuerda en Junta General Extraordinaria de Accionistas. El acuerdo que  
 2 se emita sobre el particular comprenderá el nombramiento de dos o más  
 3 liquidadores, el plan de liquidación a que éstos deban sujetarse, el plazo de  
 4 la operación mencionada y los sueldos que se asignen a los que en ella  
 5 intervengan. En todo lo demás, los liquidadores se sujetarán a las  
 6 prescripciones pertinentes contenidas en el Código de Comercio. Durante  
 7 el proceso de liquidación, los liquidadores podrán convocar a la Junta  
 8 General de Accionistas. XLIII) DISPOSICION SUPLETORIA: En todo lo demás que no  
 9 esté previsto en la presente escritura, se estará a lo dispuesto por el Código  
 10 de Comercio y demás Leyes aplicables de la República. XLIV) Yo, el Notario Doy  
 11 Fe de ser legítima y suficiente la personería con que actúa don Antonio Lemus  
 12 Simón en nombre y representación de la Sociedad LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE  
 13 C.V., por haber tenido a la vista: a) El Testimonio de la Escritura Pública de  
 14 Modificación y Unico Facto Vigente de la Sociedad "LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A.  
 15 DE C.V.," otorgada en esta ciudad, a las dieciséis horas del día veinte de  
 16 Septiembre de año dos mil uno, en mis oficios Notariales, inscrita en el  
 17 Registro de Comercio al número TREINTA Y NUEVE del Libro MIL SEISCIENTOS  
 18 CINCUENTA Y CUATRO, del Registro de Sociedades, en la que aparece: Que su  
 19 naturaleza es como se ha expresado; que su plazo es indefinido; que la  
 20 Administración de la Sociedad está confiada en una Junta Directiva; que los  
 21 miembros Propietarios y Suplentes de la Junta Directiva, duran en el ejercicio  
 22 de sus funciones cinco años, pudiendo ser reelectos; que corresponde al  
 23 Presidente de la Junta Directiva la Representación Judicial y Extrajudicial y  
 24 el uso de la firma social; b) La Certificación extendida por el señor JOSÉ

1 ANTONIO LEMUS ZELAYA, el día dieciocho de Agosto del año dos mil, en su  
2 concepto de Director Secretario de la Junta Directiva de la Sociedad "LEMUSIMUN  
3 PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.", en la que consta: Que en el Libro de Actas de Juntas  
4 Generales de Accionistas, se encuentra asentada el Acta número TREINTA Y CUATRO  
5 de la Sesión celebrada el día veintiseis de Mayo del año dos mil, de cuyo Punto  
6 número TRES, aparece la elección de los miembros de la Junta directiva que  
7 estarán en funciones por un período de CINCO AÑOS, hasta el veinticinco de  
8 Junio del año dos mil cinco, habiendo sido designado Director Presidente el  
9 señor Antonio Lemus Simun, encontrándose en consecuencia en el ejercicio de  
10 sus funciones. Dicha certificación está inscrita en el Registro de Comercio al  
11 número CINCUENTA Y UNO del Libro MIL QUINIENTOS CINCUENTA Y SEIS, del Registro  
12 de Sociedades; c) Certificación extendida por el Director Secretario don  
13 ANTONIO LEMUS ZELAYA, con fecha cuatro de Noviembre del año dos mil dos, en la  
14 cual consta que en Acta número TREINTA Y SIETE de Junta General Extraordinaria  
15 de Accionistas, de fecha veintiocho de octubre del dos mil dos, se acordó por  
16 mayoría MODIFICAR EL PACTO SOCIAL en las cláusulas XXVIII de los  
17 Administradores y XXXIII Representación Legal, designando como Ejecutor  
18 Especial a Don ANTONIO LEMUS SIMUN, para que comparezca ante Notario a otorgar  
19 la respectiva Escritura. Hago Constar: Que claramente hice al compareciente  
20 antes del otorgamiento de esta Escritura las advertencias que indican los  
21 artículos TREINTA Y NUEVE de la Ley de Notariado y TRESCIENTOS CINCUENTA Y TRES  
22 del Código de Comercio, y expliqué al compareciente los efectos legales del  
23 presente instrumento y leído que les fue por mí íntegramente todo lo escrito en  
24 un solo acto sin interrupción ratifica su contenido, manifiesta su conformidad

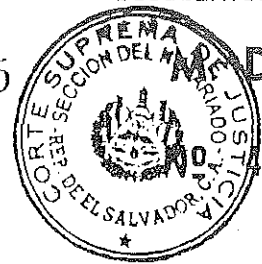


33



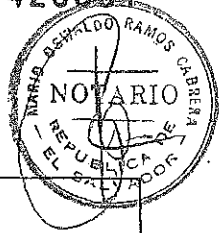
DOS COLONES

315



DOSCIENTOS DOCE 0001143  
ME DE H.

426601



1 y firmamos. DRY FE.

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

33

1758

316

LIBRO \_\_\_\_\_ PAGINA \_\_\_\_\_



*Es*  
*mu*

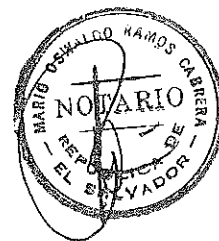


33

1758

317

LIBRO \_\_\_\_\_ PAGINA \_\_\_\_\_



COPIA FIEL de su original el cual se encuentra de Folios DOSCIENTOS DOS VUELTO AL DOSCIENTOS DOCE FRENTE DEL LIBRO DECIMO QUINTO DE MI PROTOCOLO, que vence el día dieciocho de marzo del año dos mil tres, y para ser entregado a la Sociedad LEMUSIMUN PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, extendiendo, firmando y sellando el presente TESTIMONIO en la ciudad de San Salvador, a los veinte días del mes de Noviembre del año dos mil dos.-



## Centro Nacional de Registros Registro de Comercio

---

GISTRO DE COMERCIO : DEPARTAMENTO DE DOCUMENTOS MERCANTILES: San Salvador, a las nueve horas y cuarenta y seis minutos del día veintisiete de noviembre de dos mil dos.

Inscríbase el anterior Testimonio de Escritura Pública de MODIFICACION DE LA SOCIEDAD LEMUSIMUN PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE que se abrevia LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.. DERECHOS: \$5.71, comprobante de pago número 0004704788, del día veinticinco de noviembre de dos mil dos; presentado en este Registro a las diez horas y cuarenta y cuatro minutos, del día veinticinco de noviembre de dos mil dos, según asiento número 2002082562.



  
Lic. Guillermo Antonio Yáñez Escobar  
REGISTRADOR

INSCRITO EN EL REGISTRO DE COMERCIO AL NUMERO 33 DEL LIBRO 1758 DEL REGISTRO DE SOCIEDADES. DEL FOLIO 295 AL FOLIO 318 FECHA DE INSCRIPCION: San Salvador, veintisiete de noviembre de dos mil dos.

  
Lic. Guillermo Antonio Yáñez Escobar  
REGISTRADOR



El suscrito Notario CERTIFICA la fidelidad y conformidad de la presente foto-copia con el Original que tuvo a la vista, y para efectos del Artículo 30 de la Ley del Ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de Otras Diligencias, extiende, sello y como la presente, en la Ciudad de San Salvador, a los

veintiocho

días del mes de

septiembre

del año

dos mil cuatro

*[Handwritten Signature]*



## CENTRO NACIONAL DE REGISTROS

CENTRO NACIONAL  
DE REGISTROS

DIA 18	MES febrero	AÑO 2004
-----------	----------------	-------------

COMPROBANTE DE PAGO No. 3130876

CUENTA	510-07327-2
BANCO LUGAR DE PAGO:	Banco Agrícola

OTORGANTE: LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	
NOTARIO AUTORIZADO:	
ACTO O CONTRATO	DERECHOS
RENOVACION MATRICULA DE EMPRESA	
Y ESTABLECIMIENTO - año 2004	US\$ 445.71
TOTAL US\$ 445.71	
TOTAL A PAGAR EN LETRAS CUATROCIENTOS CUARENTA Y CINCO 44/100 DOLARES	

EFFECTIVO		
No. DE CHEQUES	1	PROPIOS
		OTROS BANCOS
		OTROS
TOTAL		US\$ 445.71

*[Firma]*  
FIRMA DEL DEPOSITANTE

**RECIBIDO**  
18 FEB. 2004  
AGENCIA STA. ELENA  
CAJERO No. 55-05

00'0 1000 00113233  
0475 00113233  
550609055 0170-  
550609055 0170-  
00'0 1000 00113233  
00'0 1000 00113233

## CENTRO NACIONAL DE REGISTROS

CENTRO NACIONAL  
DE REGISTROS

DIA 24	MES marzo	AÑO 2004
-----------	--------------	-------------

COMPROBANTE DE PAGO No. 3130876

CUENTA	510-07327-2
BANCO LUGAR DE PAGO:	Banco Agrícola

OTORGANTE: LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	
NOTARIO AUTORIZADO:	
ACTO O CONTRATO	DERECHOS
Compl. Renovación Matrícula de	
Empresa y Establecimiento -2004	US\$ 11.43
TOTAL US\$ 11.43	
TOTAL A PAGAR EN LETRAS ONCE 43/100 DOLARES	

EFFECTIVO		US\$ 11.43
No. DE CHEQUES		PROPIOS
		OTROS BANCOS
		OTROS
TOTAL		US\$ 11.43

*[Firma]*  
FIRMA DEL DEPOSITANTE

**RECIBIDO**  
24 MAR. 2004  
AGENCIA STA. ELENA  
CAJERO No. 55-05

00'0 1000 00113233  
0475 00113233  
550609055 0170-  
550609055 0170-  
00'0 1000 00113233  
00'0 1000 00113233

El suscrito Notario, Gerardo A. de la Cruz, en mi oficina y en cumplimiento de lo  
previsto en el artículo 39 de la Ley del Ejercicio Notarial de la  
República de El Salvador, y de otras disposiciones, exhibí, oí y  
fui la presente, en la Ciudad de San Salvador, a los

veintiocho

días del mes de

septiembre

dos mil cuatro

*[Handwritten signature]*



Lemusimún Young &amp; Rubicam

41 LIBRO 1762 PAGINA

291


EL INFRASCRITO DIRECTOR SECRETARIO DE LA JUNTA DIRECTIVA DE LA SOCIEDAD LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., CERTIFICA: que en el libro de Actas de Junta General Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas, se encuentra asentada el Acta número treinta y siete de Junta General Extraordinaria de Accionistas, celebrada en Antiguo Cuscatlán a las diecisiete horas del día veintiocho de octubre del año dos mil dos, en cuyo punto número dos aparece la reestructuración de la nueva Junta Directiva para continuar con el presente período y que estará en funciones hasta el veinticinco de junio del año dos mil cinco; la cuál fue aprobada por la Junta General, quedando integrada de la manera siguiente.

Director Presidente  
 Director Vice-Presidente  
 Director Secretario  
 Director Suplente  
 Director Suplente  
 Director Suplente

701064164  
 Don Antonio Lemus Simún 70051782  
 Don José Antonio Armando Lemus Zelaya  
 Don Ricardo Ernesto Lemus Zelaya 70107260  
 Sra. Mariam Elena Lemus Zelaya 70125782  
 Sra. Lillian Ruth Zelaya de Lemus 55164755  
 Sr. Christian Lemus Simún 55164756

Todos mayores de edad y de nacionalidad salvadoreña.

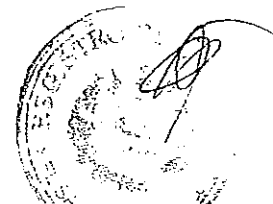
Y para ser presentada y registrada en el Registro de Comercio, extiendo, firmo y sello la presente, en Antiguo Cuscatlán, a los veinte días del mes de noviembre del año dos mil dos.

  
 José Antonio A. Lemus Zelaya  
 Director Secretario

LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. de C.V.

DOY FE: que la firma anterior es AUTENTICA, por haber sido puesta a mi presencia por Don JOSE ANTONIO ARMANDO LEMUS ZELAYA, quién es de cuarenta y tres años de edad, publicista, del domicilio de San Salvador, a quién conozco, portador de su Documento Unico de Identidad número cero un millón novecientos treinta y cuatro mil cuatrocientos sesenta y tres guión uno; que he visto. Antiguo Cuscatlán, a los veinte días del mes de noviembre del año dos mil dos.

Se encarg. prest. S.S. 11/12/02



41 LIBRO 1762 PAGINA

292

## Centro Nacional de Registros Registro de Comercio

GISTRO DE COMERCIO : DEPARTAMENTO DE DOCUMENTOS MERCANTILES: San Salvador, a las catorce horas y siete minutos del día doce de diciembre de dos mil dos.


Inscribase la anterior CREDENCIAL DE ELECCION DE JUNTA DIRECTIVA, de la sociedad LEMUSIMUN PUBLICIDAD, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE. DERECHOS: \$5.71, comprobante de pago número 0005157732, del día nueve de diciembre de dos mil dos; presentado en este Registro a las doce horas y cincuenta y cinco minutos, del día nueve de diciembre de dos mil dos, según asiento número 2002083138.

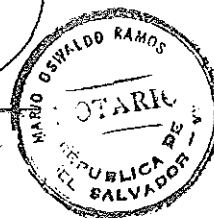
  
Lic. Ana Luz Panamá Cerón  
REGISTRADOR

INSCRITO EN EL REGISTRO DE COMERCIO AL NUMERO 41 DEL LIBRO 1762 DEL REGISTRO DE SOCIEDADES. DEL FOLIO 291 AL FOLIO 292 FECHA DE INSCRIPCION: San Salvador, doce de diciembre de dos mil dos.

El suscrito Notario CERTIFICA la fidelidad y conformidad de presente foto-copia con el Original que tuvo a la vista, y por los efectos del Artículo 30 de la Ley del Ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de Otras Diligencias, extendiendo, sello y firmo la presente, en la Ciudad de San Salvador, a los

veintiocho días del mes de septiembre  
dos mil dos

  
Lic. Ana Luz Panamá Cerón  
REGISTRADOR





Versión Pública

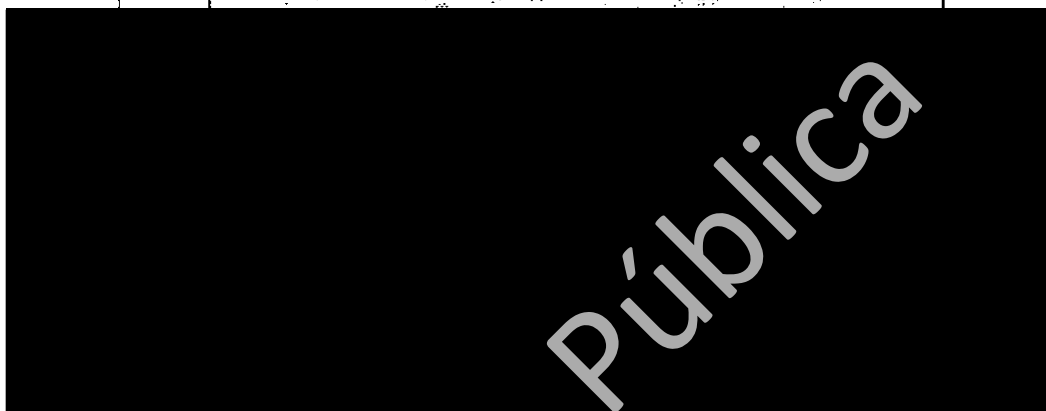
El suscrito Notario CRISTIAN A. MORALES y continuando de  
presente foto-copia con el Original que tuvo a la vista, y por  
los efectos del Artículo 30 de la Ley del Ejercicio Notarial de la  
jurisdicción Voluntaria y de Otras Diligencias, extendiendo, sello y  
firmo la presente, en la Ciudad de San Salvador, a los

veintiocho días del mes de septiembre  
dos mil cuatro



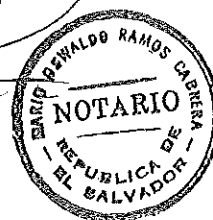
MINISTERIO DE HACIENDA  
DIRECCION GENERAL DE IMPUESTOS INTERNOS  
TARJETA DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA

LEMUS ZELAYA, JOSE ANTONIO ARMANDO



El suscrito Notario CERTIFICA la fidelidad y conformidad de la presente foto-copia con el Original que tuvo a la vista, y para los efectos del artículo 30 de la Ley del Ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de Otras Diligencias, extiende, sello y firma en presente, en la Ciudad de San Salvador, a los

veintiocho días del mes de septiembre  
dos mil veinte



EL INFRASCRITO DIRECTOR SECRETRIO DE LA JUNTA DIRECTIVA DE LA SOCIEDAD LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., HACE CONSTAR:

Que de conformidad con el Libro de Registro de Accionistas, la siguiente es la nómina actual de los accionistas que conforman la sociedad LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.

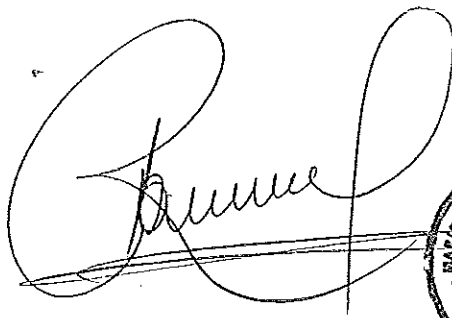

Antonio Lemus Simún  
José Antonio Armando Lemus Zelaya  
Ricardo Ernesto Lemus Zelaya  
Anle, S.A. de C.V.  
Carlem, S.A.

Antiguo Cuscatlán, a los veintisiete días del mes de septiembre del año dos mil cuatro.

Ricardo Ernesto Lemus Zelaya  
Director Secretario

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

DOY FE que la firma anterior es AUTENTICA por haber sido puesta a mi presencia de su puño y letra por el señor RICARDO ERNESTO LEMUS ZELAYA, quién es de [REDACTED] años de edad, [REDACTED], del domicilio de [REDACTED], a quién conozco, portador de su Documento Unico de Identidad número [REDACTED] que he visto. Antiguo Cuscatlán, a los veintisiete días del mes septiembre del año dos mil cuatro.



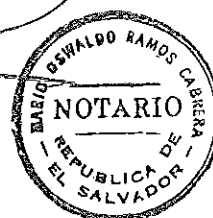
<b>IVA</b>		<b>DIRECCION GENERAL DE IMPUESTOS INTERNOS</b>	
<b>Nº DE REGISTRO</b>		<b>NIT</b>	
313-1		0614-170872-001-9	
<b>NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE</b>			
LEMUSINUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.			
<b>DIRECCION</b>			
BOULEVARD ORDEN DE MALTA, No. 5, URB. SANTA ELENA			
Antgo Cúscatlan/ La Libertad			
<b>GIRO O ACTIVIDAD ECONOMICA</b>			
06 260996			

MOORE BUSINESS FORMS DE C.A.S.A. DE C.V. 130411 20-10-92

El suscrito Notario CERTIFICA la fidelidad y conformidad de la presente foto-copia con el Original que tuvo a la vista, y para los efectos del Artículo 30 de la Ley del Ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de Otras Diligencias, extiende, sello y firma la presente, en la Ciudad de San Salvador, a los

veintiocho días del mes de septiembre  
del año dos mil cuatro


*[Handwritten Signature]*



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

**LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S. A DE C. V.**  
NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE

No. DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA (NIT) **0614-170872-001-9**

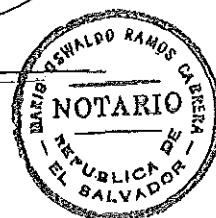
 *[Firma]*  
FIRMA DEL FUNCIONARIO AUTORIZADO  
Rep *Importador*

22	03	2002
DIA	MES	AÑO

FECHA DE EXPEDICION  
RUC-30-0238842

El suscrito Notario CERTIFICA la fidelidad y conformidad de la presente foto-copia con el Original que tuvo a la vista, y para los efectos del Artículo 30 de la Ley del Ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de Otras Diligencias, extiende, sello y firmo la presente, en la Ciudad de San Salvador, a los

veintiocho días del mes de septiembre  
dos mil cuatro





0001154  
MINISTERIO DE HACIENDA  
DIRECCION GENERAL DE IMPUESTOS INTERNOS  
CONSTANCIA DE SOLVENCIA O AUTORIZACION DE LOS  
IMPUESTOS INTERNOS



No. 153165

Fecha Solicitud : 27/09/2004 No. 188552

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

NOMBRE:

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

NIT:

0614 170872-001-9

MUNICIPIO:

ANTIGO CUSCATLAN

DEPARTAMENTO:

LA LIBERTAD

ESTA SOLVENTE DE LOS IMPUESTOS INTERNOS

FECHA DE EXPEDICION:

27/09/2004 13:36:18

FECHA DE VENCIMIENTO:

27/10/2004

TIPO DE DOCUMENTO QUE SE EXTIENDE

SOLVENCIA

USO DE SOLVENCIA O AUTORIZACION:

Participación en Licitación con Gobierno Central

F-42-6-01

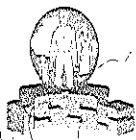
FUNCIONARIO RESPONSABLE



VUCESE DE CENTRO AMERICA, S.A. DE C.V. MB 11201083 HNS 21MAR2004

No. 14815

00001153



## 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 EL  
PATRONO: LEMUSIMUN PUBLICIDAD SA DE CV

Con Número(s) de

Identificación: 502960010 501760744

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-Patronales.

Esta SOLVENCIA, tiene validez por un plazo de treinta días, a partir del siguiente día de la fecha de su 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, VEINTISIETE de SEPTIEMBRE de 2004

A las CATORCE horas con CUARENTA Y OCHO MINUTOS

*[Firma]*  
Jefe Sección Cuentas por Cobrar

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

Adm. de  
Jefe Sección  
Cuentas por  
Cobrar

ISSS



## Alcaldía Municipal de Antiguo Cuscatlán

Depto. de La Libertad, El Salvador, C.A.

Tels.: 243-0782 / 243-0783 Fax: 243-1075

0001156

### SOLVENCIA MUNICIPAL N° 17400

De conformidad al art. 101 del Código Municipal, se extiende la solvencia de impuestos Municipales a:  
LEMUSIMUN PUBLICIDAD S.A. DE C.V. R# 256361 T-2014

ANTIGUO CUSCATLAN

PARA : LICITACION

Por haber cancelado los que les corresponden hasta: EL ULTIMO DE OCTUBRE DE 2004.

La presente solvencia es válida hasta: EL ULTIMO DE OCTUBRE DE 2004.

ALCALDIA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE ANTIGUO CUSCATLAN 28 DE SEPTIEMBRE  
DE 2004.

Alcaldía Municipal



F:

Tesorero Municipal



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

F07 v2

FENIX - 107

Declaración N° 1 107010084291  
PERIODO 2 08-2004 5  
NIT 4 06141708720019 3  
Impuesto 101 114 4 Concepto 102 01 3  
Moneda 999 2 2 Dólares

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

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

### Identificación

N° de declaración que modifica 55 1 Período que corrige 18 3 NRC 22 31316  
Secuencia 56 0 0 Original Cantidad de sucursales 205 5

### Declaración de Documentos Impresos y Emitidos en el Mes

Tipo de documentos	DEL N°	AL N°	N° de Autorización	Ultimo N° Emitido en el Mes
Facturas	210 0	240 5	270 3	300 861,1
Comprob. Crédito	215 2	245 0	275 5	305 15,616,3
Nota de Remisión	220 4	250 2	280 0	310 5
ta de Crédito	225 6	255 4	285 2	315 451,0
ta 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 59,5		Ventas Internas Exentas y No Gravadas 85 6
Importaciones Exentas y No Gravadas	70 0		Exportaciones 90 1
Importaciones Gravadas	75 2		Ventas Internas Gravadas 95 171,755,3
Compras Internas Gravadas	80 51,403,4		Suma de Ventas 105 171,755,0
Suma de Compras	100 51,462,5		
Impuestos Declarados en el Mes		Créditos	Débitos
Remanente de Crédito del Mes Anterior	110 2		Débitos por Ventas: Crédito Fiscal 135 21,937,5
Devolución Crédito a Exportadores	115 4		Débitos por Ventas: Facturas 140 391,0
Certificados a Imputar el Pago de Impuestos	120 6		
Crédito Importaciones Gravadas	125 1		
Crédito Compras Internas Gravadas	130 6,682,3		
Suma de Créditos	145 6,682,2		Suma de Débitos 150 22,328,4

### Terminación del Impuesto

Remanente Crédito Próximo Período	155 0,6	Impuesto Adeudado	184 15,646,5
Impuesto Determinado	160 15,646,1	Multas	185 4
Retención IVA a Terceros Domiciliados	165 3	Intereses	190 6
Retención IVA a Terceros No Domiciliados	175 0	N° de Resolución	191 5
Total IVA del Período	180 15,646,2	Impuesto Acreditado por Resolución	192 4
Total IVA del Período en Declaración Original	182 0	Monto a Pagar	195 15,646,1
		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 15,646,4	361 0,3	36 0,2	363 9

El que suscribe Antonio Lemus Zelaya en su carácter de 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:

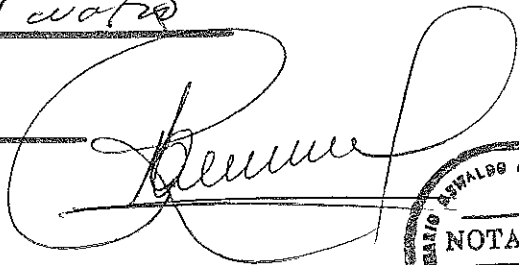
Antigua Guatemala, VA-SER-20043

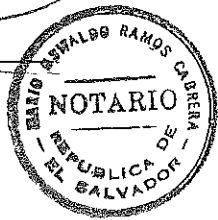
14/09/2004 Versión 202 0200010002 1 Código verificador 9007 AB37C06 3

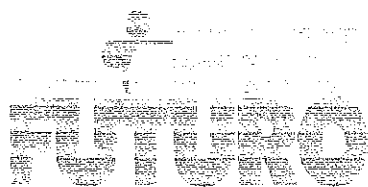
LEMUSIMUN publicidad, S.A. de C.V.

El suscrito Notario CERTIFICA la fidelidad y conformidad es la presente foto-copia con el Original que tuvo a la vista, y para los efectos del Artículo 38 de la Ley del Ejercicio Notarial de la Jurisdicción Voluntaria y de Otras Diligencias, extiende, sello y firmo la presente, en la Ciudad de San Salvador, a los

veintiocho días del mes de septiembre  
dos mil cuatro





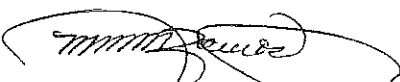


La Administradora de Fondos de Pensiones AFP-PROFUTURO, S.A., "en liquidación" hace constar:

Que la empresa LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V., con número de identificación tributaria (MIT) 0614-170872-001-9, 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 veintisiete días del mes de septiembre del dos mil cuatro

  
F. RUBEN ANTONIO HERRERA AREVALO  
LIQUIDADOR







5802

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

(SOLVENCIA DE PAGO EN CASO DE NO EXISTIR REGISTROS DE  
TRABAJADORES AFILIADOS A LA UNIDAD DE PENSIONES DEL ISSS)

**SOLVENCIA**


La Unidad de Pensiones del ISSS, hace constar que:

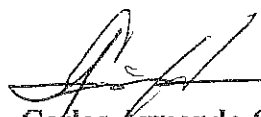
El Empleador: LEMUSTIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.  
Con número de identificación tributaria (NIT): 0614 170872 001 9  
Número patronal ISSS: 602 96 0010

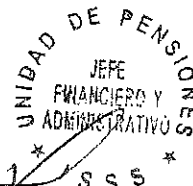
No registra mora establecida con la Unidad de Pensiones del ISSS, en consecuencia se encuentra solvente con las cotizaciones previsionales del programa de pensiones por Invalidez, Vejez y Muerte administrado por esta Unidad.

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: SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA.  
San Salvador, 29 de Septiembre de 2004

  
Lic. Roberto Arturo Martínez Pineda  
Tesorero UPISSS

  
Lic. Carlos Armando Gómez Hernández  
Jefe Financiero Administrativo



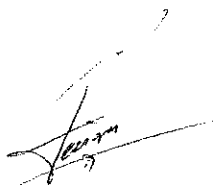
## SOLVENCIA

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

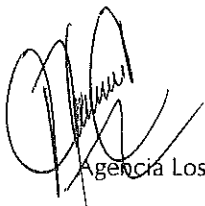
*Que el empleador LEMUSIMUN PUBLICIDAD S.A. DE C.V., con Número de Identificación Tributaria (NIT) 0614-170872-001-9, ha cancelado sus obligaciones previsionales con el Fondo de Pensiones que administramos hasta el mes de 08/2004, en consecuencia, se encuentra solvente con las cotizaciones declaradas hasta el periodo antes mencionado.*

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

*San Salvador, Lunes, 27 de Septiembre de 2004*



**Lic. Petronilo Linares**  
**Jefe Departamento de Cobranzas**



## SOLVENCIA

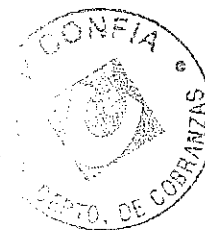
La Administradora de Fondos de Pensiones AFP CONFIA,  
S.A., HACE CONSTAR:

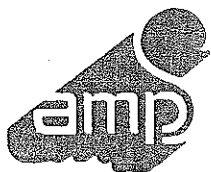
Que el empleador L E M U S I M U N PUBLICIDAD S.A. DE C.V., con número de Identificación Tributaria 06141708720019, ha cancelado sus obligaciones previsionales con el Fondo de Pensiones que administramos hasta el mes agosto de 2004 en consecuencia, se encuentran solvente con las cotizaciones declaradas 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 veintisiete días del mes septiembre del año dos mil cuatro.

  
**Ena Martínez**  
**Jefe de Análisis y Cobros**





ASOCIACION DE MEDIOS  
PUBLICITARIOS  
SALVADOREÑOS

0001162

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

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

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

  
LIC. RICARDO PANZACCHI  
SECRETARIO.





# Banco de América Central

Miembro BAC | CREDOMATIC Network

## A QUIEN INTERESE:

Por este medio hacemos constar que la Empresa **LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S A de C.V.** es cliente nuestro desde: Nov.1/1998, habiéndosele otorgado crédito hasta por un monto de : **USD \$ 50,857.14** ( **cincuenta mil ochocientos cincuenta y siete 14/100 dólares**) los que han sido manejados en forma satisfactoria, por lo que es calificado por nuestra institución como cliente clase: "**A**".

Se considera importante mencionar que según nuestros análisis crediticios la Empresa **LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S A de C.V.** puede obtener financiamiento en nuestra institución hasta por un monto de: **USD \$ 50,857.14** ( **cincuenta mil ochocientos cincuenta y siete 14/100 dólares**)

Y para los usos que la Empresa **LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S A de C.V.** estime conveniente se extiende la presente constancia el día veintinueve de Septiembre del Año dos mil Cuatro.

José René Ramos Bonilla  
Jefe Depto. Activos de Riesgo

Banco de América Central  
ACTIVOS DE RIESGOS

# Editorial Altamirano Madriz, S.A.

El Diario de Hoy  
El periódico de El Salvador

## DEPARTAMENTO DE CREDITOS Y COBROS.

CONSTANCIA(S) No029/2004.  
Cartera: Agencias de Publicidad.  
Tipo Perfil: Récord Crediticio.

El Infrascrito Jefe del Departamento de Créditos y Cobros de Editorial Altamirano Madriz S.A., hace constar que **LEMUSIMUN PUBLICIDAD,S.A. DE C.V.** mantiene con este MEDIO, relaciones mercantiles Crediticias, bajo los términos de Crédito Rotativo a 60 días plazo, en concepto de Anuncios Publicitarios, habiendo presentado un excelente récord Crediticio en el manejo de su cuenta.

Y a solicitud del Lic. Carlos Sanabria , Asistente de la Gerencia Financiera de Lemusimun Publicidad S.A de C.V. extendiendo firma y sello la presente constancia identificada con No 029/2004, para ser presentada a **LA SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA**. En la ciudad de San Salvador, a los veintisiete días del mes de septiembre de dos mil cuatro.



Carlos Ernesto Quinteros Castaneda  
Jefe de Departamento de Créditos y Cobros



Banco de  
América Central

Miembro BAC | CREDOMATIC Network

Banco de América Central  
55 Av. Sur, entre Alameda  
Roosevelt y Av. Olímpica  
Centro Roosevelt  
San Salvador, El Salvador

PBX (503) 298-1855  
Fax (503) 224-4138  
[www.credomatic.com](http://www.credomatic.com)

**SEÑORES  
SECRETARIA NACIONAL DE LA FAMILIA  
PRESENTE**

Por este medio se hace constar que la EMPRESA LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. posee cuenta corriente no 200174019 desde el 13 de noviembre de 2003 manteniendo saldos promedios de 50,295.90 dólares el cual se califica como BUEN CLIENTE

para los usos que estime conveniente LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. se extiende la presente en la ciudad de San Salvador a los veintinueve días del mes de septiembre del dos mil cuatro.

**LIC. OLGA LORENA CEA  
GERENTE AGENCIA CENTRAL  
BANCO DE AMERICA CENTRAL**

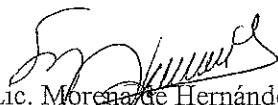
San Salvador, 27 de septiembre de 2004

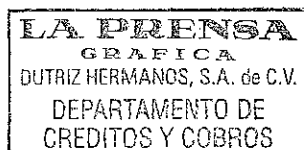
Señores  
*Secretaría Nacional de la Familia*  
Presente

Estimados Señores:

De acuerdo a solicitud de **Lemusimun Publicidad S.A. de C.V.**, por este medio hacemos constar que como Agencia de Publicidad tiene relaciones comerciales con La Prensa Gráfica y se califica con un buen record crediticio.

Atentamente

  
Lic. Morena de Hernández  
Jefe de Créditos y Cobros



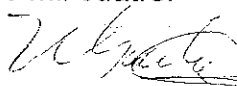




### Hacemos constar

Que la empresa **Lemusimun Publicidad, S.A. de C.V.**, es cliente de este Banco desde el mes de septiembre de mil novecientos ochenta y siete, reflejando saldo promedio en Cuentas Pasivas por **Cincuenta y Nueve Mil Quinientos Cuatro 20/100 Dólares (US\$59,504.20)**, montos máximos en créditos por **Ciento Veinticinco Mil Setecientos Catorce 29/100 Dólares (US\$125,714.29)**, y montos mínimos por **Once Mil Cuatrocientos Veintiocho 57/100 Dólares (US\$11,428.57)**, operaciones que han sido manejadas en forma satisfactoria para nuestra Institución, lo que nos permite calificarle en activos de riesgo como **Cliente "A"**

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

  
Departamento de Documentación  
de Préstamos



---

[wrosales@bancoagricola.com](mailto:wrosales@bancoagricola.com)

[www.bancoagricola.com](http://www.bancoagricola.com)

1ª. Calle Poniente No. 100 San Salvador

267-5798, 267-5000

Fax-267-5797

**A QUIEN INTERESE:**

Por medio de la presente hacemos constar:

Que **LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.** cliente "A" goza de crédito abierto con nuestra empresa dentro del marco del convenio **MEDIOS-AGENCIAS DE PUBLICIDAD** de cual siempre ha hecho un excelente uso del mismo.

Y para los usos que el interesado estime conveniente., extendemos la presente en la ciudad de San Salvador a los veintisiete días del mes de Septiembre del dos mil cuatro.



Lic. Pedro Molina Zelaya

Director Administración y Finanzas

TCS 2,4 Y 6

Tel Ofic. 209-2084



ALAMEDA MANUEL E.  
ARAUJO, EDIFICIO TCS  
SAN SALVADOR,  
EL SALVADOR, C.A.  
TEL:  
(503) 248-5444  
FAX:  
(503) 248-5426

# BANCO CUSCATLAN, S.A.

## A QUIEN INTERESE

HACEMOS CONSTAR que LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.,  
es cliente de nuestra Institución por el manejo de la(s) operación(es) abajo detallada(s) :

# DE CUENTA	TIPO DE CUENTA	FECHAS		SALDOS ACTUAL	SALDOS PROMEDIO	SOBREGIRO CONTRATADO	SOBREGIRO OCASIONAL
		APERTURA	VENCIMIENTO				
		05/09/2001		\$ 182,965.61	\$ 6,630.42		

Y para los usos que estime convenientes, se extiende la presente constancia en la ciudad de Antigua Guatemala,  
a los veintiocho días del mes de septiembre del año dos mil cuatro.

GERENCIA DE RIESGOS  
BANCA DE PERSONAS

 **BANCO  
CUSCATLAN**  
GERENCIA DE RIESGOS  
BANCA DE PERSONAS

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

INFORME DE AUDITORÍA EXTERNA

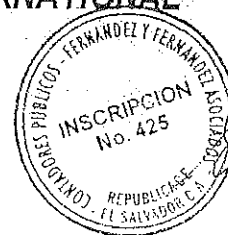
EJERCICIOS CONTABLES  
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003 Y 2002

**Fernández y Fernández Asociados**  
**Audidores Consultores**

*Miembro de:*



**INTERNATIONAL**



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

INFORME DE AUDITORÍA EXTERNA

**EJERCICIOS CONTABLES  
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003 Y 2002**



INDICE DEL CONTENIDO

PÁGINA N°

- Dictamen del Auditor Independiente .....	1
- Balance General al 31 de Diciembre de 2003 y 2002 .....	2
- Estado de Resultados del 01 de enero al 31 de Diciembre de 2003 y 2002.....	3
- Estado de Flujos de Efectivo del 01 de enero al 31 de Diciembre de 2003 y 2002.....	4
- Estado de Cambios en el Patrimonio del 01 de enero al 31 de Diciembre de 2003 y 2002.....	5
- Notas a los Estados Financieros al 31 de Diciembre de 2003 y 2002.....	6





**Fernández y Fernández Asociados**

AUDITORES - CONSULTORES

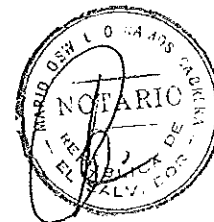
Miembro de:



INTERNATIONAL

0001172

**DICTAMEN DEL AUDITOR INDEPENDIENTE**



**Honorables Miembros**

**Junta General de Accionistas**

**LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.**

**Presente.**

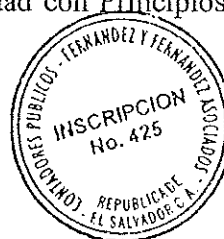
Hemos auditado los Balances Generales al 31 de Diciembre de 2003 y 2002 de **Lemusimún Publicidad, Sociedad Anónima de Capital Variable**, los Estados de Resultados, los Estados de Flujos de Efectivo y los Estados de Cambios en el Patrimonio, que le son relativos por los Ejercicios Contables terminados en esas fechas. La preparación de los Estados Financieros es responsabilidad de la Administración de la Sociedad. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una Opinión sobre los Estados Financieros, en base a la Auditoría Financiera que hemos practicado.

Nuestro examen se efectuó de acuerdo con Normas Internacionales de Auditoría. Estas Normas requieren que planeemos y ejecutemos la Auditoría de tal manera que podamos obtener una seguridad razonable de que los Estados Financieros están libres de errores u omisiones importantes. La Auditoría incluye el examen, en base a pruebas selectivas, de la evidencia que soporta las cifras y revelaciones de los Estados Financieros, la evaluación de los Principios de Contabilidad utilizados y las estimaciones significativas efectuadas por la Administración, así como la evaluación de la presentación de los Estados Financieros en general. Consideramos que nuestra auditoría provee una base razonable para expresar Opinión.

En nuestra Opinión, los Estados Financieros mencionados en el primer párrafo, presentan razonablemente en todos los aspectos importantes, la situación financiera de **Lemusimún Publicidad, Sociedad Anónima de Capital Variable**, al 31 de Diciembre de 2003 y 2002, los resultados de sus operaciones, los flujos de efectivo y los cambios en el patrimonio por los Ejercicios Contables terminados en esas fechas, de conformidad con Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

San Salvador, 05 de Mayo de 2004.

  
**FERNÁNDEZ Y FERNÁNDEZ ASOCIADOS**  
**AUDITOR EXTERNO**  
Inscripción # 425





**LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.**

**BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003 Y 2002**  
**( En Dólares Estadounidenses - Nota 1 )**

<b><u>ACTIVO</u></b>	<b><u>2003</u></b>	<b><u>2002</u></b>	<b><u>PASIVO Y PATRIMONIO</u></b>	<b><u>2003</u></b>	<b><u>2002</u></b>
<b><u>CIRCULANTE</u></b>	<b>\$ 1,834,515</b>	<b>\$ 1,862,777</b>	<b><u>CIRCULANTE</u></b>	<b>\$ 1,736,063</b>	<b>\$ 1,893,194</b>
CAJA Y BANCOS	\$ 227,916	\$ 142,627	PRESTAMOS BANCARIOS (Nota 6)	\$ 197,112	\$ 276,617
CUENTAS POR COBRAR (Nota 2)	\$ 1,606,599	\$ 1,720,150	MEDIOS POR PAGAR (Nota 7)	\$ 891,441	\$ 1,037,589
			PROVEEDORES	\$ 128,664	\$ 89,780
<b><u>FIJO (Nota 3)</u></b>	<b>\$ 225,690</b>	<b>\$ 255,308</b>	CUENTAS POR PAGAR-Cias. Afiliadas	\$ 27,500	\$ 0
INVERSIONES (Nota 4)	\$ 77,393	\$ 56,822	CUENTAS POR PAGAR-Cias. Corresponsales	\$ 172,632	\$ 116,719
TERRENOS	\$ 36,051	\$ 36,051	OTROS ACREEDORES	\$ 303,968	\$ 366,074
MOBILIARIO Y EQUIPO - Neto	\$ 112,246	\$ 162,435	DIVIDENDOS POR PAGAR	\$ 14,746	\$ 5,781
			CUENTAS POR PAGAR-Impuestos	\$ 0	\$ 634
<b><u>OTROS ACTIVOS</u></b>	<b>\$ 34,935</b>	<b>\$ 104,293</b>			
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	\$ 23,959	\$ 23,861	<b><u>EXIGIBLE A LARGO PLAZO</u></b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 22,000</b>
TRANSITORIOS (Nota 5)	\$ 10,976	\$ 80,432	PRESTAMOS PRENDARIOS	\$ 0	\$ 22,000
			<b><u>OTROS PASIVOS</u></b>	<b>\$ 8,060</b>	<b>\$ 2,011</b>
			PASIVOS TRANSITORIOS	\$ 1,167	\$ 1,317
			PROVISIÓN OBLIGACIONES LABORALES	\$ 6,893	\$ 694
			<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 1,744,123</b>	<b>\$ 1,917,205</b>
			<b><u>CAPITAL RESERVAS Y SUPERÁVIT</u></b>	<b>\$ 351,017</b>	<b>\$ 305,173</b>
			CAPITAL SOCIAL (Nota 8)	\$ 150,000	\$ 150,000
			RESERVA LEGAL	\$ 30,006	\$ 26,017
			UTILIDADES EJERCICIOS ANTERIORES	\$ 129,156	\$ 83,472
			UTILIDADES EJERCICIO CORRIENTE	\$ 41,855	\$ 45,684
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 2,095,140</b>	<b>\$ 2,222,378</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 2,095,140</b>	<b>\$ 2,222,378</b>
<b>CUENTAS DE ORDEN</b>	<b>\$ 22,857</b>	<b>\$ 22,857</b>	<b>CUENTAS DE ORDEN POR CONTRA</b>	<b>\$ 22,857</b>	<b>\$ 22,857</b>

Las Notas que se acompañan forman parte integrante de los Estados Financieros.



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



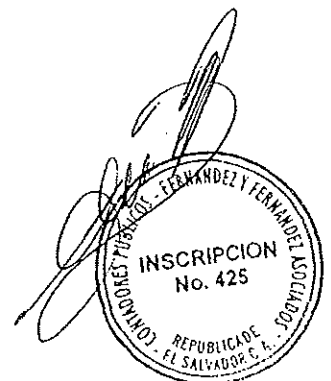
ESTADO DE RESULTADOS

DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003 Y 2002

( En Dólares Estadounidenses - Nota 1 )

	<u>2003</u>	<u>2002</u>
<u>PRODUCTOS</u>	\$ 2,148,380	\$ 2,129,379
COMISIONES DE MEDIOS	\$ 1,336,140	\$ 1,555,173
INGRESOS DE PRODUCCION	\$ 164,386	\$ 103,869
RELACIONES PUBLICAS	\$ 62,074	\$ 52,261
OTROS INGRESOS	\$ 585,780	\$ 418,076
<u>Menos:</u>		
<u>COSTOS Y GASTOS DE OPERACION</u>	\$ 2,091,390	\$ 2,064,366
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 304,441	\$ 291,375
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 1,764,320	\$ 1,751,735
GASTOS FINANCIEROS	\$ 22,629	\$ 21,256
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$ 56,990	\$ 65,013
<u>Menos:</u>		
RESERVA LEGAL	\$ 3,989	\$ 4,551
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 53,001	\$ 60,462
<u>Menos:</u>		
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	\$ 11,146	\$ 14,778
UTILIDAD DEL EJERCICIO CORRIENTE	\$ 41,855	\$ 45,684

Las Notas que se acompañan forman parte integrante de los Estados Financieros.

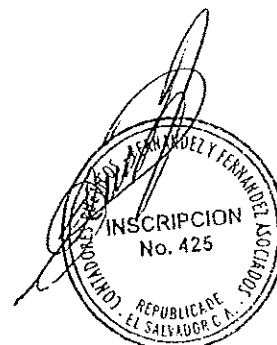




**LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.****ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO****DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003 Y 2002****( En Dólares Estadounidenses - Nota 1 )**

	<u>2003</u>	<u>2002</u>
<b><u>FLUJOS DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN:</u></b>		
UTILIDAD DEL EJERCICIO CORRIENTE	\$ 41,855	\$ 45,684
DEPRECIACIONES	\$ 53,859	\$ 48,762
RESERVA LEGAL	\$ 3,989	\$ 4,551
DISMINUCION /AUMENTO EN CUENTAS POR COBRAR	\$ 113,552	(\$ 201,541)
AUMENTO EN GASTOS PAGADOS POR ADELANTADO	(\$ 98)	(\$ 2,472)
DISMINUCION EN TRANSITORIOS ACTIVOS	\$ 69,456	\$ 1,942
DISMINUCIÓN / AUMENTO EN MEDIOS POR PAGAR	(\$ 146,148)	\$ 15,289
DISMINUCIÓN / AUMENTO EN ACREEDORES VARIOS	(\$ 10,983)	\$ 217,159
AUMENTO/DISMINUCIÓN EN OTROS PASIVOS	\$ 6,049	(\$ 9,831)
<b>EFFECTIVO NETO PROVISTO POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</b>	<b>\$ 131,531</b>	<b>\$ 119,543</b>
<b><u>FLUJOS DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE INVERSIÓN:</u></b>		
AUMENTO EN MOBILIARIO Y EQUIPO	(\$ 3,669)	(\$ 107,225)
AUMENTO EN OTROS ACTIVOS INVERSIONES	(\$ 20,571)	(\$ 3,612)
<b>EFFECTIVO NETO UTILIZADO EN ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>	<b>(\$ 24,242)</b>	<b>(\$ 110,837)</b>
<b><u>FLUJOS DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO:</u></b>		
DISMINUCIÓN / AUMENTO EN PRESTAMOS BANCARIOS	(\$ 22,000)	\$ 48,666
<b>EFFECTIVO NETO (UTILIZADO EN) PROVISTO POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>(\$ 22,000)</b>	<b>\$ 48,666</b>
DISMINUCIÓN DE EFECTIVO DURANTE EL EJERCICIO	\$ 85,289	\$ 57,372
EFFECTIVO AL INICIO DEL EJERCICIO	\$ 142,627	\$ 85,255
<b>EFFECTIVO AL FINAL DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 227,916</b>	<b>\$ 142,627</b>

Las Notas que se acompañan forman parte integrante de los Estados Financieros.

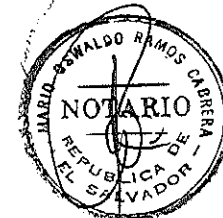


**LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.**

**ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO**

**DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003 Y 2002**

**( En Dólares Estadounidenses - Nota 1 )**

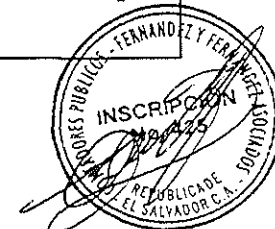


Concepto	Capital Social	Reserva Legal	Superávit Ganado Distribuible	Utilidades por Aplicar	Patrimonio
SALDO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2001	\$ 150,000	\$ 21,466	\$ 75,871	\$ 7,601	\$ 254,938
TRASLADO DE UTILIDAD 2001			\$ 7,601	(\$ 7,601)	\$ 0
RESERVA LEGAL 2002		\$ 4,551			\$ 4,551
UTILIDAD DEL EJERCICIO 2002				\$ 45,684	\$ 45,684
SALDO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2002	\$ 150,000	\$ 26,017	\$ 83,472	\$ 45,684	\$ 305,173
TRASLADO DE UTILIDAD 2002			\$ 45,684	(\$ 45,684)	\$ 0
RESERVA LEGAL 2003		\$ 3,989			\$ 3,989
UTILIDAD EJERCICIO 2003				\$ 41,855	\$ 41,855
SALDO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003	\$ 150,000	\$ 30,006	\$ 129,156	\$ 41,855	\$ 351,017

	2003	2002
Capital Contable	\$ 351,017	\$ 305,173
Número de Acciones	3,750	3,750
Valor Nominal por Acción	\$ 40	\$ 40
Valor Contable por Acción	\$ 93.60453	\$ 81.379466

**Nota:** Según Acta de Junta General Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas de fecha 29 de mayo de 2001, se modificó el pacto social, para aumentar el capital social mínimo y cambiar el valor nominal por acción de \$11.428571 a \$40.00.

Las Notas que se acompañan forman parte integrante de los Estados Financieros.





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

POLITICAS CONTABLES Y NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2003 Y 2002

**Nota 1      Políticas Contables Significativas.**

a) Inversiones

Las inversiones permanentes son registradas al costo de adquisición al momento de su compra y su rendimiento se registra como productos al momento de recibirlo.

b) Bienes Muebles e Instalaciones y Depreciación.

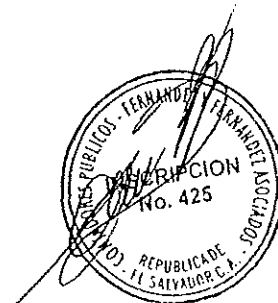
Los bienes muebles e instalaciones se registran al costo de adquisición, y las reparaciones y mantenimiento que no mejoran el activo ni alargan la vida útil de los mismos, se cargan a gastos del ejercicio. La depreciación se calcula por el método de línea recta aplicando las tasas aceptadas por la Ley de Impuesto sobre la Renta.

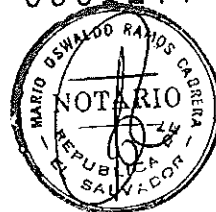
c) Prestaciones Laborales

De acuerdo con la legislación laboral de El Salvador, los empleados despedidos sin causa justificada deben recibir una indemnización equivalente al salario básico de 30 días por cada año de servicio, para estos efectos ningún salario podrá ser superior al salario promedio de lo devengado en los últimos 12 meses, siempre y cuando estos salarios hayan sido sujetos de retención.

d) Unidad Monetaria y Tipo de Cambio.

Los libros de la compañía se llevan en Dólares de los Estados Unidos de América, según la entrada en vigencia de la Ley de Integración Monetaria.





**Nota 2 Cuentas por Cobrar.**

El saldo de esta cuenta al 31 de diciembre de 2003 y 2002, estaba constituido así:

Concepto	2002	2001
Clientes	\$ 1,249,564	\$ 1,506,102
Anticipos a Empleados	\$ 67,630	\$ 3,909
Cuentas por Cobrar Accionistas	\$ 36,208	\$ -
Cuentas por Cobrar Afiliadas	\$ 187,531	\$ 126,870
Cuentas por Cobrar Corresponsales	\$ 9,014	\$ 8,469
Cuentas por Cobrar Diversos	\$ 56,652	\$ 78,914
Estimación Cuentas Incobrables	\$ -	(\$ 4,114)
<b>Total</b>	<b>\$ 1,606,599</b>	<b>\$ 1,720,150</b>

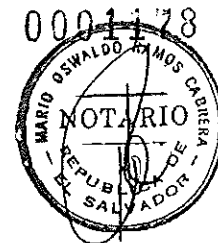
**Nota 3 Activo Fijo.**

El saldo de esta cuenta al 31 de diciembre de 2003 y 2002, se integraba de la manera siguiente:

Concepto	2003	2002
Terrenos	\$ 36,051	\$ 36,051
Mobiliario y Equipo	\$ 363,896	\$ 360,469
Vehiculos	\$ 151,241	\$ 151,241
Instalaciones	\$ 43,183	\$ 42,941
Subtotal	\$ 558,320	\$ 554,651
Depreciación Acumulada	(\$ 446,074)	(\$ 392,216)
Mobiliario y Equipo Neto	\$ 112,246	\$ 162,435
Subtotal Bienes Inmuebles y Muebles	\$ 148,297	\$ 198,486
Inversiones	\$ 77,393	\$ 56,822
<b>Total</b>	<b>\$ 225,690</b>	<b>\$ 255,308</b>

Durante 2003 y 2002, la depreciación acumulada reflejó un aumento por las cantidades de \$ 53,859.00 y \$ 48,762.00, respectivamente.





**Nota 4 Inversiones.**

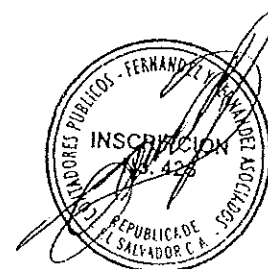
El saldo de inversiones al 31 de diciembre de 2003 y 2002 estaba constituido así:

Concepto	2003	2002
<u>Bienes y Servicios, S.A.</u> Por 185 acciones de \$1.142858 c/u.	\$ 211	\$ 211
<u>Corporación UBC, S.A. de C.V.</u> Por 2,197 acciones de \$ 11.43 c/u	\$ 25,109	\$ 16,746
<u>Corporación UBC Internacional, S.A.</u>	\$ 2,116	\$ 2,116
<u>Banagricola, S.A.</u> Por canje de 3,862 acciones a la par de \$ 11.43 c/u Por 689 acciones de \$ 11.43 c/u (20%)	\$ 49,954	\$ -
<u>Banco Agrícola Comercial, S.A.</u> Cert.# 7373 por 500 acciones \$11.428576 c/u \$ 5,714 Cert.# 16088 por 500 acciones \$11.428576 c/u 5,714 Cap. 2000 por 109 acciones \$11.428576 c/u 1,246 Cert. por 1716 acciones de \$11.428576 c/u 19,611	\$ -	\$ 37,749
Variacion en Inversiones	\$ 3	\$ -
<b>Total</b>	<b>\$ 77,393</b>	<b>\$ 56,822</b>

**Nota 5 Transitorios.**

Esta cuenta al 31 de diciembre de 2003 y 2002 se integraba de la manera siguiente:

Concepto	2003	2002
Dirección General de Tesorería	\$ 456	\$ 456
Aplicaciones Transitorias	\$ 10,520	\$ 79,976
<b>Total</b>	<b>\$ 10,976</b>	<b>\$ 80,432</b>





**Nota 6 Prestamos Bancarios.**

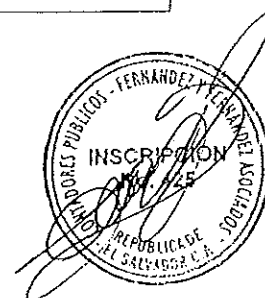
Este rubro refleja los préstamos bancarios al 31 de Diciembre de 2003 y 2002, de acuerdo al detalle siguiente:

Concepto	2003	2002
<u>Banco Agrícola Comercial, S.A.</u>		
Línea de Crédito Rotativo	\$ 125,715	\$ 125,714
Préstamo Referencia B.A.C. #809-228555-7	\$ 4,247	\$ -
Intereses	\$ 118	\$ 447
<u>Banco Salvadoreño, S.A.</u>		
Línea de Crédito	\$ 11,120	\$ 5,067
Intereses	\$ 74	\$ -
<u>Banco de America Central (Financiera Credomatic, S.A.)</u>		
Intereses	\$ 292	\$ -
<u>Banco Cuscatlán, S.A.</u>		
Sobregiro Bancario	\$ -	\$ 74,508
<b>Total</b>	<b>\$ 197,112</b>	<b>\$ 276,617</b>

**Nota 7 Medios por Pagar.**

En este rubro se reflejan las obligaciones a favor de los diferentes medios publicitarios que la Empresa ha contratado, al 31 de Diciembre de 2003 y 2002 presenta los saldos siguientes:

Concepto	2003	2002
Cuentas por Pagar Medios	\$ 891,441	\$ 1,037,589





## Nota 8 Capital Social.

En este rubro se refleja la composición del haber accionario de la sociedad; el cual al 31 de Diciembre de 2003 y 2002, estaba integrado según detalle:

Concepto	2003	2002
Capital Social Mínimo	\$ 17,200	\$ 17,200
Capital Social Variable	\$ 132,800	\$ 132,800
<b>Total</b>	<b>\$ 150,000</b>	<b>\$ 150,000</b>

La participación de los señores Accionistas en el Capital Social al 31 de diciembre de 2003 y 2002, es la siguiente:

Accionista	2003			2002		
	Cantidad Acciones	Valor Acciones	Porcentaje	Cantidad Acciones	Valor Acciones	Porcentaje
Anle, S.A. de C.V.	3,300	\$ 132,000	88 %	3,300	\$ 132,000	88 %
Antonio Lemus Simun	225	\$ 9,000	6 %	225	\$ 9,000	6 %
José Antonio Lemus Zelaya	75	\$ 3,000	2 %	75	\$ 3,000	2 %
Ricardo Ernesto Lemus Zelaya	75	\$ 3,000	2 %	75	\$ 3,000	2 %
Carlem, S.A. de C.V.	75	\$ 3,000	2 %	75	\$ 3,000	2 %
	3,750	\$ 150,000	100 %	3,750	\$ 150,000	100 %

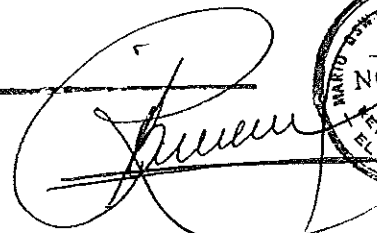
## Nota 9. Principales diferencias significativas entre las Normas Internacionales de Contabilidad, que entraran en vigencia el 1° de enero de 2006, y las normas de contabilidad financiera aplicadas por LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.

- La provisión para obligaciones laborales que la Empresa presenta en sus estados financieros; no están de acuerdo a lo que la Norma Internacional de Contabilidad No.19 requiere; al respecto esta Norma Internacional de Contabilidad exige que todos los valores registrados en los estados financieros, no deben diferir significativamente del importe que podría determinarse si se hicieran efectivos los beneficios a la fecha del balance.



- b) Los activos fijos de la Sociedad se presentan a su valor contable; al respecto la Norma Internacional de Contabilidad No.36 requiere que la empresa aplique un método que garantice que el valor de sus activos no supere el importe que puede recuperar. Un activo puede estar contabilizado por encima de su importe recuperable, se debe tomar en cuenta su pérdida de valor a través del uso y además tomar en cuenta el deterioro. Requieren el reconocimiento de estos, cuando las bases de valuación fiscal de los activos y los pasivos difieren de los valores registrados en la contabilidad.
- c) La Sociedad no registra impuestos diferidos, al respecto la Norma Internacional de Contabilidad No.12 requiere el reconocimiento de estos cuando las bases de evaluación fiscal de los activos y pasivos difieran de los valores registrados en la contabilidad.

El suscrito Notario CERTIFICA la fidelidad y conformidad de  
 presente foto-copia con el Original que tuvo a la vista, y para  
 los efectos del Artículo 39 de la Ley del Ejercicio Notarial de la  
 Jurisdicción Voluntaria y de Otras Diligencias, extiende, sello y  
 firmo la presente, en la Ciudad de San Salvador, a los 4  
veinte días del mes de septiembre  
de mil noventa y dos

  
 NOTARIO  
 REPUBLICA DE EL SALVADOR

