

| | | | |
|---|---|-------------------------------|----------------|
| FECHA : | 12 DE ABRIL 2019 | CONTRATO No.: | 25652 |
| TIPO DE ENTREGA: | ENTREGA A PLAZO | VIGENCIA HASTA: | 26/07/2019 |
| NOMBRE OFERTA: | SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA DESARROLLAR CAMPAÑA SOBRE PRINCIPALES RESULTADOS, PROGRAMAS Y LINEAS CREDITICIAS Y MODERNIZACIÓN DEL | | |
| PRODUCTO : | SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD | | |
| UNIDAD : | SERVICIOS | ORIGEN : | Nacional |
| CANTIDAD : | 1.00 | PRECIO UNITARIO US\$: | 76,200.000000 |
| PLAZO DE ENTREGA : | SEGUN ANEXO | PLAZO DE PAGO : | 15 DIAS HABLES |
| GARANTIA FIEL CUMPLIMIENTO: | 10% | | |
| PUESTO DE BOLSA O LICENCIATARIO COMPRADOR: | BOLPROS S.A. DE C.V | | |
| AGENTE DE BOLSA COMPRADOR: | MARIANELA TEJADA RIVERA | | |
| No. CREDENCIAL: | 72 | | |
| PUESTO DE BOLSA O LICENCIATARIO VENDEDOR: | PRODUCTOS Y SERVICIOS AGROBURSATILES, S.A. | | |
| AGENTE DE BOLSA VENDEDOR: | CARLOS ALBERTO LINARES | | |
| No. CREDENCIAL: | 27 | | |
| DATOS DE LIQUIDACION MONETARIA | | | |
| VALOR NEGOCIADO : | US\$ | 76,200.00 | |
| COMISION DE LA BOLSA: | US\$ | 381.00 | US\$ 381.00 |
| IVA S/COMISION BOLSA: | US\$ | 49.53 | US\$ 49.53 |
| IVA S/VALOR NEGOCIADO : | US\$ | 9,906.00 | |
| TOTAL : | US\$ | 86,536.53 | US\$ 430.53 |
| OBSERVACIONES : | MONTO NEGOCIADO NO INCLUYE NINGÚN TRATAMIENTO FISCAL APLICABLE AL RÉGIMEN TRIBUTARIO. ESTO DEPENDERÁ DEL SUJETO Y NATURALEZA DEL BIEN NEGOCIADO. -- OFERTA DE COMPRA 43 -- | | |

FIRMA DEL AGENTE COMPRADOR

FIRMA DEL AGENTE VENDEDOR

FIRMA DEL DIRECTOR DE CORPO



**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

| | |
|---|---|
| Nombre de oferta | SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA DESARROLLAR CAMPAÑA SOBRE PRINCIPALES RESULTADOS, PROGRAMAS Y LÍNEAS CREDITICIAS Y MODERNIZACIÓN DEL FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA |
| Producto | Servicios de agencia de publicidad |
| Precio | FONDOS DEL PROGRAMA PRESUPUESTARIO 2019 DEL FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA, RELACIONADO A SERVICIOS DE PUBLICIDAD. |
| Institución | FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA. |
| Cantidad | Según detalle ANEXO 1 OBJETO DE LA COMPRA |
| Término | Bolsa de Productos de El Salvador, Sociedad Anónima de Capital Variable que en lo sucesivo se denominará la Bolsa . Unidad de Servicios Institucionales de BOLPROS, que en lo sucesivo se denominará USI . Fondo Social para la Vivienda, que en lo sucesivo se denominará FSV . |
| Condiciones de Negociación | <ol style="list-style-type: none"> 1. Podrán participar en la presente negociación las personas naturales y/o jurídicas que no se encuentren incapacitadas para ofertar y contratar, impedidas para ofertar y/o inhabilitadas para participar y contratar con la Administración Pública. 2. La negociación se realizará por la totalidad. 3. No se admitirán fraccionamientos por ítem. 4. Cumplir con lo requerido en los ANEXOS 1, 2 Y 3. |
| Especificaciones Técnicas | Según anexo 1, 2, 3, 4 y 6 . |
| Evaluación técnica | Según anexo 5 y 6 . El servicio debe de cumplir con los aspectos obligatorios (anexo 5) que se ponderará con CUMPLE/ NO CUMPLE; en caso de que no cumpliera con alguno de los ítems, la oferta no pasará a la etapa de negociación . En cuanto a los aspectos evaluables, se deberá cumplir con el porcentaje mínimo requerido del 95.00% , (anexo 5) y ningún criterio deberá quedar con ponderación de cero (0) , de ser así, la oferta no pasará a la etapa de negociación . El ofertante deberá cumplir con el total y tipo de medios, impactos y período solicitados, así como la conceptualización y producción requeridos (anexo 6). En caso de no cumplir con lo requerido, la oferta no será evaluada y no pasará a la etapa de negociación . |
| Origen | Nacional |
| Fecha, volumen, horario y lugar de entrega | La entrega de los productos o servicios se realizará en las oficinas de la Unidad de Comunicaciones y Publicidad en el Fondo Social para la Vivienda, sobre la Calle Rubén Darío, #901, San Salvador. Plazo de Entrega: El período de la contratación será a partir del cierre del contrato hasta un máximo de tres (3) meses debido a la naturaleza de la contratación, de acuerdo a la siguiente calendarización: |



3

**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

| | |
|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none">1. Reunión preparatoria con agencia y proveedor ganador el mismo día de la negociación, a las 02:00 p.m. o luego de la negociación2. Revisión, el mismo día de la reunión preparatoria, de propuesta de conceptualización y línea gráfica, artes de materiales para spot de 30 segundos y cortinas/ presencias de televisión, dos cuñas y menciones de radio, materiales para pantallas digitales, periódicos, redes sociales, motor de búsqueda, 2 plataformas digitales, web institucional y periódicos digitales.3. Presentación de propuesta de plan (presupuesto o mapa de medios) y mix de medios final dos días hábiles después de cerrada la negociación4. Producción de spot de 30 segundos, cortinas/presencias de televisión, dos cuñas y aprobación de las mismas hasta diez (10) días calendario, posterior a la fecha de negociación5. Inicio de la campaña en televisión, radio, periódicos impresos y digitales, redes sociales y motor de búsqueda, medios outdoors (vallas digitales), en un máximo de 15 días calendario, posterior a la fecha de negociación6. Para proceder al pago, cada medio/proveedor deberá presentar a la agencia respectiva la factura y una carta donde evidencie la pauta/servicio contratada/o. La agencia deberá presentar esta documentación al Administrador del Contrato para proceder al trámite de pago de los medios de comunicación en el menor tiempo posible.7. Para la fecha de entrega del informe final sobre lo contratado, debe realizarse previo acuerdo con el Administrador del Contrato, con un máximo de 15 días hábiles posterior a la finalización de la campaña en medios de comunicación. <p>NOTA: El proveedor debe proporcionar la línea gráfica y conceptualización de campaña para todos los artes solicitados, como parte del servicio, los cuales serán propiedad del FSV, materiales que podrán ser utilizados o modificados según intereses institucionales, luego de concluida la campaña.</p> <p>El FSV se reserva el derecho de aceptar modificaciones a los plazos de entrega, de acuerdo a intereses institucionales y a la normativa de BOLPROS.</p> <p>Un día hábil posterior a la negociación de esta oferta se brindará la información del administrador del contrato al proveedor que gane la negociación.</p> |
| Documentación requerida para toda entrega | La entrega deberá acompañarse de la siguiente documentación en original la cual deberá ser firmada al momento de la recepción del producto siempre y cuando se reciban a satisfacción: <ol style="list-style-type: none">a) Orden de entrega del producto emitida por BOLPROS, S.A. DE C.V.b) Nota de envío o remisión del producto emitida por el Puesto de Bolsa Vendedor o suministrante.c) Fotocopia de contrato suscrito con BOLPROS, S.A. de C.V. con anexos. |



**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

| | |
|------------------|--|
| | <p>La documentación será revisada previo a la recepción del producto, con esto se asegurará que esté correcta y completa previo a la descarga y recepción del mismo. En caso contrario, el producto no será recibido.</p> <p>A partir de cada Recepción del suministro, los Administradores de Contrato de la Institución Compradora dispondrán de un plazo máximo de 5 DÍAS HÁBILES para hacer las observaciones correspondientes y de existir defectos y/o irregularidades, deberán ser notificados al suministrante, debiendo este subsanarlos en un plazo de 5 DÍAS HÁBILES después de la respectiva notificación.</p> <p>Si el suministrante no subsanare los defectos y/o irregularidades comprobados en el plazo establecido, este se tendrá por incumplido y se le aplicará la penalización económica, según lo establecido en la presente oferta de compra.</p> <p>Si dentro del plazo estipulado para la recepción no se han comprobado defectos o irregularidades en el suministro, o que hayan sido subsanados estos por el proveedor, se procederá a la recepción en un plazo no mayor a 5 DÍAS HÁBILES, mediante el Acta de Recepción por la Institución Compradora.</p> <p>El Administrador de Contrato deberá remitir copia del Acta de Recepción Parcial y/o Total según proceda a la UACI, para el respectivo expediente.</p> |
| Garantías | <p>Los proveedores, previo a la negociación, deberán presentar las siguientes garantías:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Garantía Mantenimiento de oferta: 10.00% + IVA del valor ofertado. <p>Posterior al cierre de contrato, el proveedor que resulte ganador deberá presentar garantía de fiel cumplimiento:</p> <ol style="list-style-type: none">2. Garantía Fiel Cumplimiento de contrato: 10.00% + IVA del valor contratado. <p>Las Garantías de Mantenimiento de oferta y fiel cumplimiento del contrato se deberán de emitir a favor de la Bolsa de Productos de El Salvador, Sociedad Anónima de Capital Variable que puede abreviarse BOLPROS, S.A. de C.V. y serán devueltas una vez se cumpla con términos del contrato y conforme a la normativa de La Bolsa.</p> <p>La garantía podrá constituirse a través de Fianzas emitidas por afianzadoras, aseguradoras o Bancos autorizadas por la Superintendencia del Sistema Financiero; o cheques certificados o cheque de caja, librado contra un Banco regulado por la Ley de Bancos o de Bancos Cooperativos y Sociedades de Ahorro y Crédito, los cuales deberán ser depositados por el Puesto de Bolsa correspondiente a la cuenta a nombre de Bolsa de Productos de El Salvador, Sociedad Anónima de Capital Variable No. 1301-13795 del Banco Cuscatlán.</p> |



M

**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

| | |
|---|---|
| <p>Penalización económica y ejecución coactiva</p> | <p>PENALIZACIÓN POR ENTREGA EXTEMPORÁNEA.</p> <p>En el caso que el proveedor entregue los productos o brinde el servicio fuera del plazo establecido en el Contrato y sus Anexos, junto con la documentación requerida para la entrega, el Cliente Comprador podrá permitir la entrega fuera de los plazos establecidos en el contrato, y aplicará una penalización de CERO PUNTO QUINCE POR CIENTO (0.15%) sobre el monto de lo entregado con atraso, por cada día de extemporaneidad.</p> <p>El plazo para poder entregar con extemporaneidad aplicando la penalización antes indicada no podrá exceder a 15 días calendario, posteriores a la fecha original de entrega, según contrato.</p> <p>En todo caso, la penalización mínima a imponer relacionada con la entrega de productos será el equivalente a medio salario mínimo del sector comercio; y la penalización mínima a imponer relacionada con la prestación de servicios será el equivalente a un salario mínimo del sector comercio.</p> <p>Penalización que deberá ser calculada por la Institución compradora en conjunto con la USI de BOLPROS y cancelada por el proveedor directamente al FSV, en el área de Tesorería de la Institución en efectivo o mediante cheque certificado, según sea el caso, dentro de los cinco días calendarios siguientes de la notificación de la Bolsa, por medio de la cual se le comunicó la imposición de la penalización.</p> <p>Para iniciar la gestión de cobro con la entidad compradora debe adjuntarse el recibo de pago de la penalización si la hubiere y además deberá considerarse la fecha de corte de recepción de documentos a cobro por parte la entidad compradora para la emisión del quedan correspondiente.</p> <p>La Institución Compradora según sea el caso, podrá efectuar el cobro de la penalización, ya sea mediante el pago directo por parte del cliente vendedor o mediante el descuento bajo figura de compensación cuando efectúe el pago del producto o servicio.</p> <p>EJECUCIÓN COACTIVA POR PRODUCTOS Y SERVICIOS NO ENTREGADOS.</p> <p>En caso que los productos o servicios no sean entregados, en el plazo original o vencidos los quince días arriba indicados para entregar en forma extemporánea con penalización, la Bolsa deberá efectuar la ejecución coactiva del contrato por lo no entregado, de conformidad a los Art. 79 y siguientes del Instructivo de Operaciones y Liquidaciones de la Bolsa de Productos de El Salvador, S.A. de C.V.; dicha solicitud deberá ser dirigida al Gerente General de BOLPROS, S.A. DE C.V., y deberá contener la información relativa al número de contrato, cantidades incumplidas, monto equivalente</p> |
|---|---|



**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

| | |
|---|--|
| | <p>al incumplimiento, y toda aquella información que permita establecer, identificar y cuantificar el incumplimiento.</p> <p>Los 5 días hábiles para solicitar la ejecución coactiva por lo no cumplido, se contarán a partir de la fecha límite de entrega original acordada contractualmente o a partir del último día del plazo concedido con penalización; conforme a lo dispuesto en los Art. 79 y siguientes del Instructivo de Operaciones y Liquidaciones.</p> <p>Será obligatorio que, en caso de existir acuerdos entre las partes, dichos acuerdos sean informados a la Bolsa, antes de la realización de las nuevas ruedas de negociación en virtud de la ejecución coactiva, caso contrario, la Bolsa continuará con el proceso de ejecución hasta la liquidación de la garantía.</p> |
| <p>Documentación para tramitar cobro y Fecha de pago de anticipos y de productos o servicios</p> | <p>FACTURACIÓN DIRECTA: El trámite de pago se realizará a través de facturación directa</p> <p>DOCUMENTACIÓN DE RESPALDO. Para que el FSV haga efectivo el pago, el proveedor deberá adjuntar:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Factura Consumidor Final duplicada del suministrante a nombre de Fondo Social para la Vivienda, NIT No. 0614-070575-002-6. b) Orden de entrega emitida por BOLPROS, S.A. DE C.V, debidamente firmada y sellada por el encargado de recepción de la dependencia respectiva. c) Nota de envío o remisión del producto emitida por el proveedor, firmada y sellada por el encargado de la recepción. d) Acta de recepción del cliente comprador debidamente firmada y sellada por el Administrador de Contrato nombrado para tal efecto. e) Fotocopia de contrato y sus anexos que emite BOLPROS. f) Deberán presentar 3 fotocopias de los documentos anteriores. <p>La factura de cobro deberá incluir: No. de contrato, No. de Ítems, No. de Oferta de compra y el monto total.</p> <p>Se realizarán dos pagos parciales: 1. De hasta el 20% al recibir todos los materiales publicitarios de campaña (spot, cuñas, materiales gráficos y digitales, etc.) y 2. El porcentaje restante al recibir la totalidad de los servicios prestados por los medios de comunicación contratados, que se realizará luego de concluido el servicio y entregado el Informe Final (hasta 15 días hábiles).</p> <p>PLAZO DE PAGO: Cada pago se efectuará posterior a la recepción del suministro (medio/proveedor) en los términos establecidos, mediante cheque, en un plazo de hasta quince (15) días hábiles posteriores a la obtención del respectivo quedan.</p> <p>No se procesarán cobros si los documentos/servicios se encuentran incompletos.</p> |



4

**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

| | |
|--------------------------|--|
| | <p>El proveedor deberá garantizar que los documentos al cobro estén debidamente firmados y sellados por la Entidad Compradora, caso contrario rechazará la documentación sin ninguna responsabilidad para la USI o la Entidad Compradora.</p> |
| Otras Condiciones | <ol style="list-style-type: none">1. La oferta técnica debe cumplir con el 100.00% de las Especificaciones Técnicas/cuadro de pauta requeridos en la presente oferta de compra.2. El contrato se dará por cumplido siempre y cuando el vendedor cumpla con el 100.00% del servicio contratado (Nivel externo e interno).3. FORMULARIO PARA LA IDENTIFICACIÓN DEL PROVEEDOR Al día hábil posterior al cierre del contrato, el proveedor deberá presentar a la Bolsa el ANEXO 7.4. Tres (3) días hábiles antes de la negociación, se deberá entregar a la Bolsa de Productos de El Salvador, Sociedad Anónima de Capital Variable, una Declaración Jurada ante notario en la que manifieste que no ha constituido acuerdos colusorios con uno, varios o todos los demás ofertantes que participan en el presente proceso y que constituyan violación al lit. c) del artículo veinticinco de la ley de competencia, según el modelo de declaración jurada establecido en el mecanismo bursátil. ANEXO 85. La Unidad solicitante de los servicios contratados será la responsable de administrar el contrato y siendo además responsable de verificar la buena marcha y cumplimiento de las obligaciones contractuales, es decir, que se cumpla con todas las especificaciones técnicas y cláusulas del presente contrato, debiendo informar por escrito cualquier incumplimiento del suministrante, a la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucionales (UACI) del FSV para que se notifique a BOLPROS los incumplimientos respectivos.6. El incumplimiento a lo contratado por parte del Suministrante, deberá ser informado por el Administrador del Contrato y será sancionado conforme a lo establecido en el Reglamento e Instructivos de BOLPROS.7. El proveedor ganador deberá tomar en cuenta las siguientes condiciones: El FSV se reserva el derecho de recomendar medios de comunicación y/o proveedores, así como podrá realizar los cambios al plan y mix de medios, de acuerdo a intereses institucionales y de acuerdo a generar la mayor efectividad, según el target definido, respetando el monto total del contrato. Todos los materiales producidos para la campaña son propiedad exclusiva del FSV, por lo cual podrán ser utilizados o modificados, de acuerdo a intereses institucionales, luego de concluida la campaña. |



**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

| | |
|--|--|
| | <p>8. OBLIGACIONES DEL SUMINISTRANTE:</p> <p>Para brindar un adecuado servicio, el Suministrante deberá especificar el mecanismo para reportar fallas. (En caso de que el Suministrante no cumpliera con lo anterior, se tendrá que sujetar a las sanciones de la ley y reglamento de BOLPROS S.A. DE CV.).</p> <p>9. CONTROL DE CALIDAD DEL SERVICIO CONTRATADO.</p> <p>a) La Institución Compradora será la encargada de practicar o gestionar todas las pruebas que considere necesarias para garantizar la calidad del servicio desde su inicio hasta la fecha de finalización del servicio. Las pruebas tendrán por finalidad la continuación de operatividad del servicio y comprobar que no es defectuoso en ninguno de sus componentes.</p> <p>b) Si durante la inspección y pruebas se encontrare que el servicio es defectuoso en cualquiera de sus componentes, el Suministrante estará obligado a reparar la falla detectada en ella, paso de tiempo estipulado en la notificación de la falla. En caso que el Suministrante no repare la falla en el plazo estipulado, estará sujeto a las sanciones correspondientes de la ley y reglamento de BOLPROS S.A. DE C.V.</p> <p>10. DEPENDENCIA Y SUPERVISIÓN:</p> <p>La coordinación, supervisión, verificación y orientación para el cumplimiento de las actividades especificadas estarán a cargo del Administrador de contrato, quien convocará a reuniones periódicas para conocer los avances del servicio.</p> <p>La empresa contratada deberá presentar un informe final de las actividades e informes de inversión realizada, con cartas de los medios de comunicación de cumplimiento de pauta.</p> <p>El FSV solicita a la agencia ganadora que el pago a los medios se realice en un plazo máximo de un mes, luego de haber recibido el pago de la campaña de parte de la Institución. (Carta compromiso requerida)</p> <p>El FSV no se responsabiliza por pagos tardíos por parte de la agencia contratada hacia los medios de comunicación.</p> |
| Vigencia del Contrato | El contrato tendrá vigencia de 105 días calendarios posterior al cierre del contrato. |
| Vigencia del Servicio | El servicio tendrá de vigencia de 90 días calendarios posterior al cierre del contrato. |
| Prórrogas y adendas al contrato | Para los contratos producto de esta Orden de Negociación, se aceptarán prórrogas y adendas de acuerdo con los Arts. 82 y 86 del Instructivo de Operaciones y Liquidaciones de la Bolsa de Productos de El Salvador, S.A. de C.V. |



**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

ANEXO 1

1 OBJETO DE LA COMPRA

"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA DESARROLLAR CAMPAÑA SOBRE PRINCIPALES RESULTADOS, PROGRAMAS Y LÍNEAS CREDITICIAS Y MODERNIZACIÓN DEL FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA", con el objeto de adquirir los servicios a ejecutar de vital importancia para el comprador.

| No. Ítem | DESCRIPCION | Cantidad | Unidad |
|----------|------------------------------------|----------|--------|
| 1 | Servicios de agencia de publicidad | 1 | C/U |

REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA CONTRATAR:

Presentar **3 cartas compromiso** firmadas por el Representante Legal del suministrante en las que se comprometen a:

1. Carta Compromiso para crear línea gráfica, conceptualización y producción de materiales de televisión (spot, cortinas/presencias), radio (cuñas y menciones) y adecuaciones de materiales gráficos para periódicos (impresos y digitales), revista, medios outdoors (vallas digitales), redes sociales, motor de búsqueda, materiales de 2 plataformas digitales y web institucional, en un tiempo máximo de 10 días calendario.
2. Carta Compromiso sobre apoyo adicional al FSV en convocatorias a medios (del tema o no) para actos de lanzamiento, conferencias de prensa y gestión de espacios de entrevistas de forma gratuita (publicity), durante el período de contratación.
3. Carta compromiso de pronto pago a medios de comunicación, en donde establezcan que se comprometen a pagar a los medios contratados como máximo en 30 días calendario después de recibido el pago de parte del FSV.



ANEXO DE CONTRATO 25652, OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019

ANEXO 2

BRIEF PARA SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA DESARROLLAR CAMPAÑA SOBRE PRINCIPALES RESULTADOS, PROGRAMAS Y LÍNEAS CREDITICIAS Y MODERNIZACIÓN DEL FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA.

1- Contenido del Proyecto

Antecedentes:

En octubre de 2018, el Fondo Social para la Vivienda (FSV) cumplió **45 años de brindar casa propia a las familias salvadoreñas**, con lo cual se ha brindado un importante aporte en mejorar la calidad de vida de más de 1 millón 467 mil salvadoreños y salvadoreñas, quienes ya cuentan con un patrimonio familiar.

En toda su historia, el FSV se ha posicionado como una **entidad eminentemente social** que se interesa por facilitar la adquisición de créditos para vivienda, en condiciones muy favorables.

A lo largo de su historia, la Institución ha fortalecido su rol social, destinando el 95.0% del total del financiamiento a trabajadores con ingresos de hasta 4 salarios mínimos, lo cual se ha fortalecido en la presente administración de Gobierno.

Actualmente, la Institución se posiciona como líder en el financiamiento habitacional del país, al contar con una participación de mercado de la cartera hipotecaria del 66%, es decir, que de cada 100 créditos hipotecarios, 66 han sido otorgados por el FSV, posicionándose como la mejor opción de las familias salvadoreñas que desean comprar una casa de hasta \$150 mil.

El Fondo Social para la Vivienda es una institución sólida y en 10 años ha presentado indicadores financieros muy positivos, a esto se une la gran trayectoria y tradición que representa para las familias salvadoreñas, lo cual se refleja con indicadores clave en el mercado, colocándose como:

- a) 1ra en cartera hipotecaria
- b) 2da en utilidades
- c) 2da en porcentaje de participación del patrimonio en todo el sector

Innovación y modernización:

En los últimos diez años, el FSV ha avanzado desarrollando programas innovadores y proyectos de servicio al cliente que le han permitido posicionarse como una Institución confiable y recomendada por los clientes. Para lograr dicho avance, con el liderazgo del Presidente José Tomás Chévez se han impulsado diversas acciones que han fortalecido la innovación institucional entre las que se enumeran las siguientes:

- Es una **Institución certificada bajo la norma ISO 9001:2018**, certificando todos sus procesos (en el spot colocar los logos de certificación del FSV)
- En la presente administración se ha **innovado con Programas crediticios** para atender a diferentes sectores de la población:
 - **Casa Joven:** atiende a jóvenes de 18 a 25 años con plazos de hasta 30 años



ANEXO DE CONTRATO 25652, OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019

- **Casa Mujer:** atiende al sector femenino, específicamente a mujeres y madres solteras, jefas de hogar y viudas, con edades de 26 a 45 años y con ingresos menores a \$1,000, en condiciones sumamente favorables
 - **Vivienda Cercana:** se ha fortalecido este programa dirigido a salvadoreños/as en el exterior, **abriendo 3 Ventanillas en Estados Unidos** ubicadas en Estados en donde hay mayor número de compatriotas, en los siguientes Consulados: Los Ángeles, California, Long Island en Nueva York y Silver Spring en Maryland.
 - **Programa Vivienda Social:** que atiende a familias más vulnerables, en condiciones especiales
 - **Programa Vivienda en Altura:** incursionando en la vivienda en apartamentos, con el cual se atiende a **familias de ingresos medios** con financiamiento de hasta \$150 mil para apartamentos nuevos y usados.
- Se ha **aumentado el monto de financiamiento a \$150 mil** para atender a las familias de ingresos medios.
 - Se han fortalecido programas para trabajadores por cuenta propia (Programa Aporte y Crédito), así como el financiamiento para jubilados hasta 69 años y el crédito a empleados del sector público, privado y población en general.
 - Se ha **descentralizado el servicio:** abriendo la Sucursal Paseo y las 3 Ventanillas en EEUU
 - Se **ha innovado en los servicios tecnológicos a través de la FSV APP**, sitio web de fácil navegación y el pago electrónico a través de PAGOES, servicios que acercan hasta la palma de la mano la información para adquisición de vivienda, con acceso desde cualquier país del mundo, las 24 horas del día
 - Se han **mejorado los tiempos de respuesta** con la implementación del **expediente electrónico** para la línea de vivienda nueva y se está en la segunda etapa para la vivienda usada. Este punto debe ser debidamente resaltado en todos los materiales de campaña
 - **Mejora considerable en los puntos de pago**, llegando a más de 1,400, lo que significa un importante avance institucional en los servicios para las y los clientes.

Aporte del FSV en la reducción del déficit habitacional:

El Fondo Social tiene una gran relevancia para la vida nacional, lo que se evidencia en que solo en el presente quinquenio, se han otorgado más de **29 mil créditos por US\$519.68 millones**, a través de los diferentes Programas y Líneas crediticias, contribuyendo a que **121,825 salvadoreños/as** solucionen su necesidad habitacional, **siendo esta información la que se deberá posicionar en las diferentes piezas de campaña.**

Las diferentes mejoras en la política crediticia, los programas novedosos para atender a sectores importantes de la población y las acertadas decisiones financieras han permitido que el Fondo Social haya aportado en la reducción del déficit habitacional. Es así como se ha aportado en la reducción del 43.5% del déficit cuantitativo total, que significa la reducción de 3.0 puntos porcentuales de los 2 puntos porcentuales establecidos en el Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019 (aporte del 152.2% de la meta).

El Fondo Social ofrece diversas líneas de financiamiento: vivienda nueva, usada, compra de lote y construcción de vivienda individual, remodelación, ampliación y mejoras, traslado de deuda y vivienda recuperada, manteniendo las ventajas de financiamiento, tales como: tasas de interés más estables; gastos de escrituración más bajos; amplias coberturas y bajas primas de seguro, así como la transparencia en las condiciones y en el trámite del crédito, entre otras.



ANEXO DE CONTRATO 25652, OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019

Objetivo central de la Campaña:

Informar sobre la modernización y avances del Fondo Social para la Vivienda en los últimos años que permiten que miles de familias obtengan casa propia, a través de favorables condiciones de crédito e innovando en los servicios para facilitar la adquisición de un patrimonio familiar.

Objetivos específicos de la Campaña:

- ✓ Reforzar la imagen positiva del Fondo Social como líder en el financiamiento habitacional
- ✓ Informar sobre la mejora en los tiempos de respuesta y en los servicios para las y los clientes
- ✓ Promover las condiciones favorables y ventajas que ofrecen los diferentes Programas y Líneas de Crédito del FSV
- ✓ Evidenciar la modernización y solidez institucional del FSV
- ✓ Mostrar la constante innovación institucional
- ✓ Posicionar al FSV como la primera opción para las familias que desean comprar una vivienda
- ✓ Informar sobre los principales resultados de otorgamiento de crédito.

Creación de slogan:

La conceptualización deberá proponer un slogan que posicione la modernización e innovación constante del FSV y su aporte en mejorar la calidad de vida de las familias salvadoreñas, el cual debe de fácil recordación y pegajoso.

NOTA IMPORTANTE: Podría retomarse o mejorarse, de considerarse necesario, la frase de campaña, resultado de recomendaciones de la Consultoría de Reenfoque de la Comunicación: "Sí es posible tener casa propia con el FSV" o: "Porque con el FSV... si es posible tener casa propia".

El posicionamiento del mensaje central y alternos deberán:

Mostrar el liderazgo del FSV y posicionar los diversos proyectos implementados por la Institución que le ha permitido evolucionar e innovar en sus servicios, nuevo monto de financiamiento hasta \$150 mil y la mejora en los tiempos de respuesta.



ANEXO DE CONTRATO 25652, OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019

Target:

Toda la población salvadoreña y, sobre todo, aquellos que tengan el interés de adquirir casa propia. Cabe señalar que podrá segmentarse los mensajes, de acuerdo a la propuesta de medios a utilizar (redes sociales, radio, programas, etc., para posicionar los diferentes contenidos.

Línea gráfica:

A partir de 2018, el FSV utiliza una línea gráfica más limpia, con fondos blancos y tonos de la paleta de colores del FSV que vuelve más cálida las piezas gráficas. La paleta de colores institucionales utilizados es la siguiente:

PALETA DE COLORES



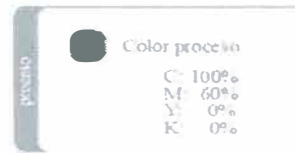
PANTONE

El color oficial es el azul y los pantones de colores deberán ser estrictamente los definidos en el Instructivo de uso de logotipo del FSV y deberán mantenerse de forma sólida y no degradada, según se expone a continuación:

Pantone Registrado



Pantone Proceso



| CMYK | |
|--------|---|
| C 100% | ■ |
| M 60% | ■ |
| Y 0% | ■ |
| K 0% | ■ |



ANEXO DE CONTRATO 25652, OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019

Sin embargo, la nueva propuesta gráfica también **deberá agregar un nuevo color** a combinar con la actual paleta de colores: Color amarillo, pantone: #FABB00

C: 0%

M: 30%

Y: 100%

K: 0%

Mandatorios:

Respetar la imagen corporativa del Fondo Social para la Vivienda, el uso adecuado del logo institucional, nombre y objetivos de la campaña. Atender lineamientos publicitarios del Gobierno Central, lo cual será facilitado por la Unidad de Comunicaciones y Publicidad.

Período y duración de la campaña:

El tiempo de vigencia de la campaña establecido por el Fondo Social para la Vivienda será **máximo de un mes**, dependiendo del tipo de medio, distribuidos de acuerdo al cuadro de plan de pauta en todos los medios contratados (número de impactos, tipo de medios, período, etc.), luego de aprobados los materiales a divulgar. **(VER ANEXO 6)**

En el caso de resultar ganador y contratarse la campaña, el ofertante deberá atender los siguientes requerimientos del FSV:

- ✓ Proporcionar el apoyo efectivo y oportuno en la implementación de las acciones publicitarias y promocionales de la campaña, cuando la institución así lo requiera, en los tiempos acordados y como un valor agregado al servicio.
- ✓ Efectuar reuniones de coordinación a requerimiento del contratante a fin de dar seguimiento y retroalimentación de las estrategias de promoción y publicidad implementadas. Estas reuniones se realizarán en las Oficinas del FSV con el Director/ejecutivo de la cuenta, ejecutivo de medios y creativo (según sea el caso), previa convocatoria por parte del Administrador del Contrato.
- ✓ Que el equipo de trabajo propuesto cumpla con los requerimientos de la institución, contando como mínimo con un (a) director (a) de cuentas, un (a) ejecutivo (a) de cuentas, un (a) ejecutivo (a) de medios, y un (a) creativo (a).
- ✓ Delegar a un representante que cuente con perfil profesional, responsable y con atención prioritaria hacia la institución, con amplia experiencia en el campo publicitario y de atención a entidades financieras; con creatividad para realizar propuestas innovadoras y excelentes relaciones públicas, que contribuyan a una óptima comunicación y seguimiento a requerimientos del Administrador del Contrato. Cualquier cambio en el personal designado a la institución, que sea solicitado por el Administrador del Contrato o propuesto por la empresa contratada, deberá ser comunicado por escrito y autorizado previamente por el Administrador del Contrato con respecto al perfil presentado en el proceso de compra, cuya evidencia de su experiencia o perfil profesional podrá ser igual o superior al presentado.



ANEXO DE CONTRATO 25652, OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019

- ✓ Cumplir con los trabajos asignados por la institución dentro del plazo acordado por las partes, para cada requerimiento que se establezca en las reuniones requeridas por el Administrador del Contrato.
- ✓ Realizar los cambios que sean necesarios a la línea gráfica y conceptualización de materiales y producción de radio y televisión, materiales outdoors (vallas digitales), periódicos impresos y digitales, revista, redes sociales y motor de búsqueda, sitio web institucional, etc., hasta lograr la aprobación y satisfacción del Administrador del contrato.
- ✓ Mantener comunicación permanente con la institución, pudiendo ésta requerir toda la información, documentación y consultas que sean necesarias.
- ✓ Tanto el proveedor como el personal asignado para prestar el servicio al FSV están obligados y comprometidos a no divulgar información de interés Institucional, que pudiera afectar al Contratante frente a la competencia.
- ✓ Una vez autorizada y desarrollada la campaña publicitaria, el proveedor deberá entregar de forma sistematizada al Administrador del Contrato, la línea gráfica y los artes gráficos y materiales de radio y televisión originales en archivos digitales (en USB) con el objetivo de que puedan ser reutilizados o modificados por la institución.
- ✓ Al cierre del contrato, la agencia deberá remitir a la Unidad de Comunicaciones y Publicidad un cuadro de control de los requerimientos ejecutados con sus costos, detallando el monto presupuestario ejecutado durante el contrato, con testigos de pauta y cartas de cumplimiento de pauta, de parte de los medios de comunicación contratados.
- ✓ El informe final deberá contener la presencia en medios con su respectivo retorno de inversión en Publicity.
- ✓ Mantener una disponibilidad de trabajo durante el período vigente de la contratación para atender los casos de emergencia, que surjan incluso en días no hábiles y en períodos vacacionales, si los hubiere, como valor agregado del servicio.

Condiciones importantes:

Queda expresamente convenido entre las partes que los **conceptos publicitarios desarrollados, así como todo el material gráfico y digital, de audio y televisión** producidos para la campaña serán **propiedad intelectual del FSV**, a fin de que sean de libre reutilización a conveniencia de las necesidades institucionales, aún luego de concluida la campaña.

ANEXO 3

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS PARA SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA DESARROLLAR CAMPAÑA SOBRE PRINCIPALES RESULTADOS, PROGRAMAS Y LÍNEAS CREDITICIAS Y MODERNIZACIÓN DEL FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA:

1. **Carta Compromiso para crear línea gráfica, conceptualización y producción de materiales** de televisión (spot, cortinas/presencias), radio (cuñas y menciones) y adecuaciones de materiales gráficos para periódicos (impresos y digitales), revista, medios outdoors (vallas digitales), redes sociales, motor de búsqueda, materiales de 2 plataformas digitales y web institucional, en un tiempo máximo de 10 días calendario.
2. **Carta Compromiso sobre apoyo adicional** al FSV en convocatorias a medios (del tema o no) para actos de lanzamiento, conferencias de prensa y gestión de espacios de entrevistas de forma gratuita (publicity), durante el período de contratación.



**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

3. **Carta**
compromiso de pronto pago a medios de comunicación, en donde establezcan que se comprometen a pagar a los medios contratados como máximo en 30 días calendario después de recibido el pago de parte del FSV.

CONDICIONES DE ENTREGA DEL SERVICIO:

- La empresa no realizará ninguna acción o efectuará cambios al plan de difusión sin la debida autorización del Administrador de contrato.
- La agencia deberá tener capacidad de respuesta inmediata en casos de emergencia para la Institución, para la contratación y colocación de materiales.
- La empresa deberá tener capacidad de dar apoyo en la conceptualización, línea gráfica de diseño y producción de los materiales gráficos, producción de radio y televisión, vallas digitales y demás materiales solicitados para el desarrollo de la campaña, en los tiempos establecidos.
- **Todo el material realizado (interno y externo), diseñado y producido será propiedad exclusiva del FSV.**

Objeto de la contratación:

"SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA DESARROLLAR CAMPAÑA SOBRE PRINCIPALES RESULTADOS, PROGRAMAS Y LÍNEAS CREDITICIAS Y MODERNIZACIÓN DEL FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA" con el objeto de adquirir servicios publicitarios para divulgar a la ciudadanía en general la modernización institucional, los avances y principales resultados obtenidos y la innovación realizada a través de la trayectoria institucional, con lo cual se ha brindado un aporte importante al país para que más familias sean propietarias de su vivienda, en condiciones favorables.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS O TÉRMINOS DE REFERENCIA:

La campaña para informar sobre la modernización y principales resultados del Fondo Social para la Vivienda se desarrollará de acuerdo a las siguientes especificaciones:

Servicios solicitados:

1. EN TELEVISIÓN:

La propuesta para el medio televisión debe cumplir con los siguientes requerimientos:

Contratación de al menos 10 canales de televisión con cobertura nacional (no locales), en televisión abierta y al menos 3 canales salvadoreños con transmisión de televisión por cable pagado (no locales), los cuales deberán incluir al menos dos cadenas televisivas matutinas y espacios de programas de entrevistas (dentro de los medios propuestos), que deberán cumplir con los siguientes requerimientos de divulgación:

- Pauta de spots, cortinas y/o presencias de marca en noticieros y/o entrevistas y espacios de opinión
- Canales nacionales de mayor raiting, que permitan realizar patrocinios de secciones, cortinas o cintillos
- La oferta deberá proponer al menos un spot en dos emisiones de noticieros de mayor raiting (matutinos, mediodía y/o estelares), así como cortinas de entradas y salidas o presencias de marca en secciones o durante la emisión de programas de entrevistas, noticieros o de opinión.



**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

- Canales con cobertura nacional y señal abierta (no locales)
- Contratación de al menos dos cadenas televisivas matutinas, de mayor rating (cobertura nacional)
- Contratación de espacios de entrevistas de mayor rating, matutinos o en horario estelar
- Con formatos: noticiosos y de entrevistas de contenido editorial
- La oferta para los canales de televisión nacional en señal abierta, deberá proponer un mínimo de **160 spots y 100 cortinas/presencias**, distribuidas en quince (15) días calendario, de acuerdo al plan de pauta.
- **IMPORTANTE:** Se deberá contratar pauta en las redes sociales en al menos la mitad de los canales contratados con el objetivo de obtener un mayor alcance en el impacto de campaña.

Para televisión, la propuesta también deberá presentar:

Contratación de Televisión por cable:

- Contratación de al menos **90 spots** en 3 canales de cable (no incluye bonificación), exceptuando deportes y canales infantiles, en horarios de mayor rating
- La empresa proveedora deberá contar con más de 250 mil suscriptores en todo el país
- Canales que transmitan programación de entretenimiento, series y/o películas y noticias.

Para los canales nacionales y de cable se deberá presentar:

- Propuesta de plan de medios para **dos semanas** con spots y cortinas/presencias en las ediciones de algunos de los siguientes programas: noticieros o entrevistas de contenido o programas de entretenimiento (propuesta de horarios de mayor rating o de acuerdo a su programación).

NOTAS:

El FSV se reserva el derecho de recomendar medios, así como podrá realizar los cambios al plan de pauta y mix de medios propuestos, de acuerdo a los intereses institucionales y de acuerdo a generar la mayor efectividad, según el target definido.

2. EN RADIO:

La propuesta para el medio radio debe cumplir con los siguientes requerimientos:

*Contratación de al menos **32 radios**, que incluya una asociación radiofónica y espacios de noticieros, programas de entrevistas, de entretenimiento o informativos (dentro de las radios propuestas, los programas específicos de entrevistas o entretenimiento se toman como una radio, por lo tanto, deben ser consideradas dentro de las 32 radios propuestas.), que deberán cumplir con los siguientes requerimientos de divulgación:*

- Radios con cobertura nacional, dentro de los primeros 20 lugares en rating
- Contratación de al menos una asociación radiofónica con cobertura nacional, con una emisión en cadena
- Contratación de al menos una asociación radiofónica comunitaria



ANEXO DE CONTRATO 25652, OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019

- Contratación de dos (2) radios religiosas (perfil católico y cristiano)
- Contratación de un máximo de seis (6) radios locales de Oriente y Occidente (al menos 3 para cada zona)
- Contratación de programas matutinos y/o vespertinos de mayor rating, de entretenimiento o informativos
- Con formatos de radios variados y de entretenimiento: musicales, noticiosos y de entrevistas, religiosas y comunitarias
- Targets: jóvenes, mujeres, adulto contemporáneo, sector de ingresos medios y radios con audiencia de salvadoreños en el exterior
- Que ofrezcan patrocinios de hora y bonificaciones en secciones o programas
- Deberá ofrecer menciones con la temática de campaña o información de acuerdo a intereses institucionales
- **IMPORTANTE:** Se deberá contratar pauta de redes sociales en al menos la mitad de las radios contratadas con el objetivo de obtener un mayor alcance en el impacto de campaña.
- La oferta deberá proponer un mínimo de **3,000 cuñas por tres semanas:** para la primera, segunda y tercera semana deberá proponer programación de 6 cuñas diarias por cada emisora; si la estrategia lo propone, las cuñas podrán programarse de forma alterna en la tercera semana. Si se proponen programas específicos (incluidos sabatinos), el máximo de cuñas a pautar será de 3 cuñas por programa.

Para radio se deberá presentar:

- Propuesta de plan de medios por un **mínimo de 3,000 cuñas**, durante **tres semanas** de divulgación en cada emisora, de acuerdo a calendarización.

NOTAS:

- ***El FSV se reserva el derecho de recomendar medios, así como podrá realizar los cambios al plan de pauta y mix de medios propuestos, de acuerdo a los intereses institucionales y de acuerdo a generar la mayor efectividad, según el target definido.***

3. EN PERIÓDICOS IMPRESOS:

La propuesta para los periódicos debe cumplir con los siguientes requerimientos de publicaciones: Contratación de **6 periódicos impresos** con circulación a nivel nacional, todos matutinos, distribuidos de acuerdo al siguiente plan de medios:

- Propuesta de una publicación en página completa, a full color, para cada periódico, proponiendo al menos 3 contraportadas
- Las publicaciones se podrán proponer en contraportadas (3), secciones de economía o negocios, sucesos, social, nacionales y/o páginas interiores

Para periódicos impresos se deberá presentar:

- Propuesta de plan de medios con una publicación de página completa en cada uno de los seis (6) periódicos.



**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

- **IMPORTANTE:** La contratación en los periódicos deberá incluir pauta del FSV en sus redes sociales con el objetivo de obtener un mayor alcance en el impacto de campaña.

NOTAS:

- Cabe señalar que las publicaciones en los periódicos impresos serán alternas, respetando la calendarización aprobada por el Administrador del Contrato.

- El FSV se reserva el derecho de recomendar medios, así como podrá realizar los cambios al plan de pauta y mix de medios propuestos, de acuerdo a los intereses institucionales y de acuerdo a generar la mayor efectividad, según el target definido.

4. MEDIOS DIGITALES:

Propuesta de periódicos digitales, que contenga como mínimo **diez (10) periódicos on line**, en los que se deberá proponer:

- Banners web rotativos en portada y en 2 secciones dentro de cada periódico electrónico
- Que los periódicos digitales ofrezcan promover los contenidos de campaña en sus redes sociales, así como pauta
- **IMPORTANTE:** La contratación en los periódicos digitales deberá incluir pauta del FSV en sus redes sociales con el objetivo de obtener un mayor alcance en el impacto de campaña.

Para medios digitales se deberá presentar:

- Propuesta de **plan de medios por un mes.**

NOTA: El FSV se reserva el derecho de recomendar medios digitales, así como podrá realizar los cambios al plan de pauta y mix de medios propuestos, de acuerdo a los intereses institucionales y de acuerdo a generar la mayor efectividad, según el target definido.

5. MATERIALES OUTDOORS: VALLAS DIGITALES: Se deberá ofertar como parte de la propuesta la contratación de **al menos 3 vallas electrónicas** para un (1) mes en la zona del Paseo General Escalón o zonas aledañas de mayor tráfico, de acuerdo a la estrategia de campaña.

Para los materiales BTL'S se deberá proponer:

- Contratación para un (1) mes de al menos 3 vallas electrónicas
- Mapa de ubicación de las vallas y reporte de tráfico para garantizar la efectividad
- **Propuesta de plan de medios de pauta en vallas electrónicas por un (1) mes.**



ANEXO DE CONTRATO 25652, OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019

NOTA: El FSV se reserva el derecho de recomendar las ubicaciones de las vallas electrónicas, así como también podrá realizar los cambios al plan de pauta y mix de medios propuestos, de acuerdo a los intereses institucionales y de acuerdo a generar la mayor efectividad, según el target definido.

6. ESTRATEGIA DIGITAL: se deberá proponer una estrategia digital que contenga la pauta y presencia como mínimo en **dos redes sociales** con mayor interacción, estrategia de posicionamiento a través de **un motor de búsqueda**, así como la **innovación en la pauta de al menos dos plataformas digitales** (música, vídeo, inbound marketing, etc.), de acuerdo a target definido, para promover la campaña de modernización institucional, programas y líneas de crédito y principales resultados del Fondo Social para la Vivienda.

La estrategia digital deberá brindar servicio de community manager y pautar al menos un 60% del total de la inversión realizada en la estrategia digital (el 60% que el 60% del presupuesto digital será para pauta y el resto para costo del servicio).

Para redes sociales y motor de búsqueda se deberá presentar:

- Creación de artes digitales (vídeos cortos, piezas gráficas, gif, infografías, etc.)
- Propuesta de pauta durante **un mes de divulgación** por cada red social
- Propuesta de pauta en motor de búsqueda durante **un mes**
- Propuesta de pauta de un mes para cada una de las dos plataformas digitales propuestas.

NOTA: El FSV se reserva el derecho de recomendar las redes sociales, motor de búsqueda y/o plataformas digitales, así como también podrá realizar los cambios al plan de pauta y mix de medios propuestos, de acuerdo a los intereses institucionales y de acuerdo a generar la mayor efectividad, según el target definido.

Para el desarrollo de la campaña, el ofertante deberá garantizar el cumplimiento de los siguientes requerimientos:

- Duración de pauta según programación asignada y aprobada por el FSV
- Reporte de pauta, al finalizar el período de servicio con testigos e informe final
- Gestionar la cobertura periodística de los medios contratados a eventos Institucionales
- Adecuación de artes gráficos solicitados, como parte del servicio
- El FSV deberá aprobar antes los artes del material a difundir en los diferentes medios
- El FSV se reserva el derecho de realizar las modificaciones, tales como: fechas de pautas, cambio de material y/o medidas, suspensión de campañas, período de campaña, en atención a las necesidades institucionales
- El FSV pagará las publicaciones realizadas, no necesariamente la cantidad de pauta definida en el contrato
- Se podrá solicitar cambio de material, de acuerdo a necesidades institucionales.

7. CONCEPTUALIZACIÓN Y LÍNEA GRÁFICA:

Se requiere la creación de conceptualización de campaña y línea gráfica para informar y posicionar la modernización institucional, así como los avances y principales resultados con lo que se ha aportado a que miles de familias puedan adquirir un patrimonio familiar, a través de diferentes programas y líneas de crédito y nuevos servicios.



ANEXO DE CONTRATO 25652, OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019

La conceptualización incluye la propuesta de un slogan de campaña, proponiendo un insight que defina e identifique a la Institución, con tono cálido y que refleje el impacto positivo que el FSV ha aportado al país y a las familias que ahora ya cuentan con casa propia.

El Ofertante deberá tener capacidad de suministrar los diseños y producción de materiales, tales como: banners digitales y sitio web, materiales de redes sociales, motor de búsqueda, plataformas digitales, mailings, vallas electrónicas, diseño de anuncios para periódicos impresos y digitales, cuñas, spot y revista.

La conceptualización de campaña, así como los artes de diseño y diagramación que realice la Agencia se recibirán como parte del servicio, por lo tanto, no deberá representar ningún costo. Todos los materiales desarrollados para la campaña serán propiedad del FSV, para el uso o modificación posterior que la Institución considere.

8. PRODUCCIÓN:

Materiales requeridos para la producción:

- Un spot de 30 segundos exactos para televisión
NOTA IMPORTANTE: El proveedor del spot deberá cumplir con las siguientes especificaciones: Experiencia en grabación en formato de spot en 4K o HD, con calidad comprobada en óptica cinematográfica; especializada en documentales, entre otros, y con experiencia en producciones institucionales y spots comerciales.

El spot debe entregarse en formato editable para posteriores modificaciones, según necesidades institucionales, así como entregarse en diferentes formatos para su divulgación en televisión, redes sociales, etc.

- Texto y producción de **dos cuñas de radio de 30 segundos** y menciones para radio
- **Diseño de:** materiales para mailing, vallas electrónicas, artes para prensa escrita (de 1 página completa), banners web (se refiere a un banner del sitio web institucional; además de los banners que deberán crearse para los diferentes medios contratados) incluido 1 institucional).
- Diseño de arte de back para Fondo Móvil (3 mts de base por 1.75 mts. de alto) **(No requiere impresión)**
- *Diseño para revista (no requiere pauta)*
- *Diseño de materiales digitales: redes sociales, motor de búsqueda y plataformas digitales.*

NOTAS:

- Los materiales/ diseños deberán ser entregados en editable para su uso o modificación posterior, de acuerdo a necesidades institucionales
- **Todos los materiales serán propiedad del FSV y deberán ser entregados para su uso posterior, de acuerdo a necesidades institucionales.**

IMPORTANTE: Los materiales requeridos deben estar listos preferentemente para la segunda quincena de abril o primera semana de mayo 2019.

NOTA VÁLIDA PARA TODOS LOS MATERIALES PRODUCIDOS PARA LA PRESENTE CAMPAÑA:



**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

Todos los materiales de campaña serán propiedad exclusiva del FSV y deberán ser entregados para su uso posterior, de acuerdo a necesidades institucionales.

Responsable(s) de Administración del contrato u orden de compra

Jefe de la Unidad de Comunicaciones y Publicidad

ANEXO 4

FORMATO DE CARTA INDICANDO LOS AÑOS DE EXPERIENCIA DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD

San Salvador, ___ de ___ de 2019.

Señores

FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA

Presente.

Estimados Señores:

Con respecto al proceso N° MB-XX/2019 "**SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA DESARROLLAR CAMPAÑA SOBRE PRINCIPALES RESULTADOS, PROGRAMAS Y LÍNEAS CREDITICIAS Y MODERNIZACIÓN DEL FONDO SOCIAL PARA LA VIVIENDA**", hago de su conocimiento que la agencia que represento cuenta con un total de _____ años de experiencia brindando los servicios como el requerido.

NOMBRE Y FIRMA DE LA PERSONA NATURAL O SOCIEDAD

SELLO



M

**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

ANEXO 5

CUADRO DE CUMPLIMIENTO DE REQUERIMIENTOS PARA LA CAMPAÑA OFERTADA

| ASPECTOS OBLIGATORIOS | | | |
|--|--|------------------|------------------|
| ITEM | OFERTA TÉCNICA | CUMPLE | NO CUMPLE |
| A. Años de experiencia de la Agencia de Publicidad, de acuerdo a anexo 4 | | | |
| 1 | Presenta carta con un mínimo de experiencia de 5 años, en el desarrollo de campañas publicitarias y en la colocación y contratación de medios, para el servicio como el requerido. | | |
| 2 | Presenta currículum del personal con un mínimo de experiencia de 5 años, para los cargos de: Un (a) Director (a) de medios, Un (a) ejecutivo (a) de medios, un (a) ejecutivo (a) de cuentas y un (a) creativo (a). | | |
| B. Organización de la empresa (organigrama) | | | |
| ASPECTOS EVALUABLES: | | | |
| ITEM | OFERTA TÉCNICA | Sub-total | Total |
| A. Presentación de un listado de al menos 6 campañas publicitarias de clientes diferentes, realizadas entre los años 2014 a la fecha. Con montos de inversión superiores a los \$75,000.00. Para hacer válido este ítem, el ofertante deberá cumplir con el listado y deberá presentar las cartas de evaluación del servicio solicitadas (10.00%) (por lo tanto, debe ser un cliente por campaña arriba de \$75,000.00, no se acepta la sumatoria de un mismo cliente.) | | | |
| 1 | Presenta listado de campañas (2.00%) | | |
| 2 | Presenta al menos dos (2) cartas de evaluación del servicio de parte de sus clientes, en donde haya obtenido una evaluación de excelente | | |
| | 2.1. Presenta al menos dos (2) cartas de evaluación del servicio de parte de sus clientes, en donde haya obtenido una evaluación de excelente (3.00%) | | |
| | 2.2. Presenta más de dos (2) cartas de evaluación del servicio de parte de sus clientes, en donde haya obtenido una evaluación de excelente (8.00%) | | |
| B. Creación de conceptualización y línea gráfica para materiales de prensa, periódicos digitales, | | | |



**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

| | | | |
|---|---|--|--|
| | revista, web institucional, redes sociales, motor de búsqueda y 2 plataformas digitales; así como producción de cortinas/presencias de televisión, dos cuñas de radio, pantallas electrónicas, congruente con lo requerido en anexo 2 y 3 (50.00%) | | |
| 1 | Presenta conceptualización y línea gráfica, con elementos novedosos (20.00%) | | |
| 2 | Adecuación y adaptación evidente de los objetivos de campaña a la línea gráfica y a los contenidos de las piezas de campaña (10%) | | |
| 3 | Propuesta de nuevo slogan de campaña, que retome la principales resultados, programas y líneas de crédito y modernización institucional, que sea de fácil recordación (5.00%) | | |
| 4 | Propuesta de spot/cortinas/presencias y dos cuñas (se acepta que no sean producidas, sino en imagen con la referencia del contenido) (5.00%) se pueden presentar a nivel de guiones y storyboard. | | |
| | Adaptación y diseño de la totalidad de los artes para periódicos impresos y digitales, revista, redes sociales, motor de búsqueda, 2 plataformas digitales, banner Fondo Móvil, banners web (incluido uno para sitio web institucional) y diseño de revista (10.00%) | | |
| C. Propuesta de plan de medios de Comunicación y mix de medios, acorde a los requerimientos establecidos en el anexo 3 de especificaciones técnicas (30.00%) | | | |
| 1 | Presentación de plan de medios o pauta en televisión, radio (de las primeras 20 radios de mayor rating), periódicos impresos y digitales, redes sociales, motor de búsqueda, al menos 2 plataformas digitales y vallas electrónicas, en medios de mayor rating para la mejor efectividad y penetración del mensaje (20.00%) | | |
| 2 | Presentación de mix de medios con la cantidad requerida (número de medios, mínimo de impactos y tiempos de duración) (10.00%) | | |
| D. Estrategia divulgativa, acorde a los objetivos de la campaña (10.00%) | | | |
| 1 | Presenta las 3 cartas compromisos sobre capacidad de respuesta para producir materiales de televisión, radio y materiales gráficos en un tiempo máximo de 10 días calendario, apoyo adicional al FSV en convocatorias a medios para actos de lanzamiento, conferencias de prensa y | | |



3

**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

| | | | |
|----------------------|---|--|--|
| | gestión de espacios de entrevistas de forma gratuita (publicity) y carta compromiso de pronto pago a los medios de comunicación. (10.00%) | | |
| Puntaje total | | | |

NOTAS:

- El servicio debe de cumplir con los aspectos obligatorios (anexo 5) que se ponderará con CUMPLE/ NO CUMPLE; en caso de que no cumpliera con algunos de los ítems de conformidad al anexo 5 de aspectos obligatorios, **la oferta no pasará a etapa de negociación.**
- En cuanto a los aspectos evaluables, se deberá cumplir con el porcentaje mínimo requerido del 95.00%, (anexo 5) y ningún ítem o sub ítem deberá quedar con ponderación de cero (0), de ser así, **la oferta no pasará a etapa de negociación.**



ANEXO DE CONTRATO 25652, OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019

ANEXO 6

Cuadro resumen Plan de Pauta: La campaña sobre sobre principales resultados, programas y líneas crediticias y modernización del Fondo Social para la Vivienda se desarrollará de acuerdo al siguiente plan de pauta:

| No. | MEDIO | TIPO DE IMPACTO | TOTAL DE MEDIOS | TOTAL DE IMPACTOS | PERÍODO |
|-----|-----------------------------------|---|---|---|--|
| 1 | TELEVISIÓN/ CABLE PAGADO | Spot/ Cortinas/ Plecas/ Presencias | Al menos 10 canales de TV nacional (noticieros y programas de entrevistas y entretenimiento) y al menos 3 canales de cable (no locales) | - TV nacional/ señal abierta: 160 spots y 100 cortinas/presencias y pauta en sus redes sociales de al menos la mitad de canales contratados - Canales de cable: 90 spots | Quince (15) días calendario |
| 2 | RADIO | cuña | 32 radios | 3,000 cuñas y pauta en redes sociales de al menos la mitad de radios contratadas | Tres (3) semanas |
| 3 | PRENSA | Publicaciones en una medida de página completa/ Full Color | 6 periódicos impresos de una página completa | 6 páginas completas (3 de ellas contraportadas) y pauta en sus redes sociales | 1 anuncio en 6 periódicos |
| 4 | MEDIOS DIGITALES | banners rotativos en portadas y secciones | Al menos 10 periódicos digitales | 10 periódicos digitales y pauta en sus redes sociales | Un mes en cada uno de los 10 periódicos |
| 5 | ESTRATEGIA DIGITAL | Estrategia digital para redes sociales, motor de búsqueda y plataformas digitales con Impresiones, historias patrocinadas y nuevos fans | 2 redes sociales 1 motor de búsqueda Al menos 2 Plataformas digitales de pauta (música, vídeos, inbound marketing, etc.) | 2 redes sociales, un motor de búsqueda y al menos dos plataformas digitales | Un mes en cada red social, motor de búsqueda y plataformas digitales |
| 6 | Vallas electrónicas | 3 vallas electrónicas en zonas de alto tráfico | Circuito de 3 vallas electrónicas | 3 vallas electrónicas | Contratación por 1 mes |
| 7 | CONCEPTUALIZACIÓN Y LÍNEA GRÁFICA | Desarrollo de materiales de campaña | Diferentes materiales informativos y publicitarios de acuerdo a lo requerido | Diseño de materiales requeridos | Inicio de campaña o cuando sea requerido |



ANEXO DE CONTRATO 25652, OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019

| | | | | | |
|---|------------|---|---|--|---|
| 8 | PRODUCCIÓN | Producción/diseño/ diagramación de materiales de campaña | Diferentes materiales informativos y publicitarios de acuerdo a lo requerido | Producción/ diseño de materiales requeridos | En etapa de producción o si se requieren cambios a materiales |
|---|------------|---|---|--|---|

NOTAS:

- El ofertante deberá cumplir con el total de medios, impactos y período solicitados (anexo 6). **En caso de no cumplir con lo requerido, la oferta no pasará a etapa de negociació**

ANEXO 7

DATOS DEL PROVEEDOR

Contrato No. _____

Nombre del Contrato _____

1. NOMBRE DE LA EMPRESA SEGÚN NIT

2. NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA

3. DIRECCION DE LA EMPRESA

4. NOMBRE DE CONTACTO O REPRESENTANTE ANTE FSV

5. TELEFONOS Y FAX:

TEL. _____

FAX. _____ CEL. _____

6. DIRECCION DE CORREO ELECTRONICO:

7. NUMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA (NIT):

8. NUMERO DE REGISTRO DE CONTRIBUYENTE (NCR) IVA:

9. BIEN, OBRA O SERVICIO QUE OFRECE SU EMPRESA:



**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

10. TIPO DE EMPRESA SEGÚN MINISTERIO DE HACIENDA:

PEQUEÑA _____ MEDIANA _____ GRANDE _____

11. COMENTARIOS ADICIONALES

ANEXO 8

MODELO DE DECLARACION JURADA EN ACTA NOTARIAL

En la ciudad de _____, a las _____ horas con _____ minutos, del día _____ de _____ del año dos mil _____. Ante mí, _____, Notario, del domicilio de la ciudad de _____, comparece el señor _____, de _____ años de edad, _____, del domicilio de la ciudad de _____, a quien (no) conozco, pero identifico por medio de su Documento Único de Identidad número _____, y Número de Identificación Tributaria (NIT) _____, quien actúa en nombre y representación de la Sociedad _____, del domicilio de _____, titular de su Número de Identificación Tributaria _____, en su calidad de _____, y **ME DICE: I)** Que para los efectos de la OFERTA DE COMPRA N° ____ denominada "_____", promovida por el _____, en la Bolsa de Productos de El Salvador, Sociedad Anónima de Capital Variable, y en nombre de su representada (en caso de ser sociedad) **BAJO JURAMENTO DECLARA QUE: a)** Que su representada actualmente no ha realizado ni realizará acuerdos, pactos, convenios, contratos o actos entre competidores y no competidores, cuyo objeto sea limitar o restringir la competencia o impedir el acceso al mercado a cualquier otro agente económico con el fin afectar económicamente a los participantes; **b)** Que su representada no ha efectuado ni efectuará acuerdos para fijar precios u otras condiciones de compra o venta bajo cualquier forma; **c)** Que su representada no ha realizado acuerdos, pactos o convenios, para la fijación o limitación de cantidades de producción; **d)** Que su representada no ha efectuado ni efectuará acuerdos, pactos, convenios o contratos para la fijación o limitación de precios en el mercado bursátil y las subastas que en éste se realizan; **e)** Que su representada no ha efectuado ni efectuará acuerdos, pactos, convenios o contratos para la división del mercado, ya sea por territorio, por volumen de ventas o compras, por tipo de productos vendidos, por clientes o vendedores, o por cualquier otro medio; **f)** Que su representada no ha realizado ni realizará ningún tipo de comunicación, ni ha proporcionado ni proporcionará información a ningún competidor ya sea de forma directa o indirecta, privada o pública, con respecto a cualquier aspecto relativo a la presente oferta de compra, que pudiera afectar su desarrollo, incluyendo, sin carácter limitativo, los siguientes aspectos de las Subastas en BOLPROS, S.A. de C.V.: **uno)** la participación en las Subastas en BOLPROS, S.A. DE C.V., **dos)** Las cantidades que serán ofertadas, y **tres)** Los precios esperados de la Subastas o el modo de estimación de dicho precio, o cuatro) Las estrategias de oferta en las Subastas en BOLPROS, S.A. DE C.V.; y **g)** Que su representada no tiene juicios pendientes, embargos, conflictos de interés entre socios o cualquier otra contingencia que pueda afectar la venta y continuidad en la entrega de los productos y/o servicios contratados. **II)** Que en nombre de su representada asume la responsabilidad de las acciones legales que conlleva la falsedad de las situaciones y hechos que declara en este acto. Yo, el suscrito Notario **DOY FE:** Que la personería con la que actúa el compareciente es legítima y suficiente, por haber tenido a la vista la siguiente documentación: (se debe relacionar Escritura de Constitución, Escrituras de Modificaciones de los pactos sociales, si la hubiere, Credencial del Representante Legal y autorización de la junta Directiva, en su caso aplique); explicando además al



**ANEXO DE CONTRATO 25652,
OFERTA DE COMPRA N°43 FECHA 12/04/2019**

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 Bursátil, señala como domicilio especial el de la ciudad de San Salvador a cuyos tribunales se somete expresamente. Así se expresó el compareciente a quien expliqué los efectos legales de esta Acta Notarial que consta de _____ 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.- (Firma del Representante o Apoderado de la Sociedad)**

CUADRO DE PRECIOS SIN IVA Y CON IVA

| CONTRATO | ITEM | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD DE MEDIDA | PRECIO UNITARIO SIN IVA | MONTO TOTAL SIN IVA | PRECIO UNITARIO CON IVA | MONTO TOTAL CON IVA |
|----------|------|------------------------------------|----------|------------------|-------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|
| 25652 | 1 | SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD | 1 | SERVICIOS | 76,200.00 | \$ 76,200.00 | \$86,106.00 | \$ 86,106.00 |



Marianela Tejada Rivera
Agente de Bolsa Credencial No. 72
BOLPROS, S.A. de C.V. (USI)
Representante del Estado



Carlos Alberto Linares
Agente de Bolsa Credencial No. 27
Productos y Servicios Agrobursátiles S.A.
Puesto de Bolsa Vendedor



Berta Alicia Urías de Reyes
Director de Correo
BOLPROS, S.A. de C.V.

