



MINISTERIO
DE SALUD

SOLICITUD DE COTIZACIÓN SDC

Nº RECOVID-13-RFQ-NC

Denominación:

“CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA, PARA EL COMBATE DE LA PANDEMIA CONTRA EL COVID-19”

Proyecto: RESPUESTA DE EL SALVADOR ANTE EL COVID-19

Comprador: MINISTERIO DE SALUD

País: EL SALVADOR

Emitido en: 23 de diciembre 2021

INVITACIÓN

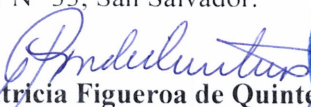
SOLICITUD DE COTIZACIÓN
N°RECOVID-13-RFQ-NC

Denominación:

“CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA, PARA EL COMBATE DE LA PANDEMIA CONTRA EL COVID-19”

San Salvador, 23 de diciembre de 2021

1. El Gobierno de la República de El Salvador ha suscrito el Contrato de préstamo No.9100-SV con Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF), y se propone utilizar parte de los fondos de este préstamo para efectuar los pagos bajo el proceso de Solicitud de Cotización N° RECOVID-13-RFQ-NC Denominación “CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA, PARA EL COMBATE DE LA PANDEMIA CONTRA EL COVID-19”.
2. El MINSAL a través del Área de Adquisiciones de la ACP/UGPPI, invita a los proveedores elegibles a presentar ofertas selladas para la “CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA, PARA EL COMBATE DE LA PANDEMIA CONTRA EL COVID-19”.
3. Los proveedores elegibles que estén interesados podrán realizar consultas al Ministerio de Salud, al correo electrónico acp_ugp@salud.gob.sv, teléfono 2591-8292.
4. Las personas jurídicas o naturales interesadas en participar en el referido proceso, podrán obtener sin costo alguno un juego completo del Documento de Solicitud de Cotización en el sitio electrónico de compras públicas habilitado para ello (<http://www.comprasal.gob.sv> o www.salud.gob.sv), haciendo de esta manera un llamado a la presentación de ofertas a todas las empresas proveedoras que consideren que reúnen los requisitos para participar.
5. Todas las ofertas deberán estar acompañadas de una Declaración de Mantenimiento de Oferta, según el Anexo No 4. Esta consiste en una nota firmada y sellada por el Ofertante.
6. Las ofertas deberán hacerse llegar a la dirección indicada abajo a más tardar a las 3:30 p.m. del día **14 de enero de 2022**. No se recibirán ofertas fuera del plazo señalado.
7. El valor referencia total de: **QUINIENTOS MIL 00/100 Dólares de los Estados Unidos de América (\$500,000.00)**
8. Dirección: Unidad de Gestión de Programas y Proyectos de Inversión, nivel tres, edificio del Instituto Nacional de Salud, Urbanización Lomas de Altamira, Boulevard Altamira y Avenida República de Ecuador N° 33, San Salvador.


Dra. Patricia Figueroa de Quinteros
Jefe Unidad de Gestión de Programas y Proyectos de Inversión
Ad-honorem.



1. INVITACIÓN

El Ministerio de Salud invita a todo interesado a presentar ofertas para la adquisición de N° RECOVID-13-RFQ-NC Denominación “CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA, PARA EL COMBATE DE LA PANDEMIA CONTRA EL COVID-19”.

El número, identificación y nombres de los lotes que comprenden esta Solicitud de Cotización son:

No.	CÓDIGO DEL PRODUCTO	DESCRIPCIÓN COMPLETA	U/M	CANTIDAD
1	81213010	Contratación de servicios de Agencia de publicidad para la producción y difusión de campañas.	C/U	1

2. ASPECTOS GENERALES

Fuente de Recursos

El Gobierno de la República de El Salvador ha suscrito el Contrato de préstamo No.9100-SV, con Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF), y se propone utilizar parte de los fondos de este préstamo para efectuar los pagos para efectuar los pagos bajo el proceso de Solicitud de Cotización N° RECOVID-13-RFQ-NC Denominación “CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA, PARA EL COMBATE DE LA PANDEMIA CONTRA EL COVID-19”. Podrán participar en la SDC todos los ofertantes que reúnan los requisitos de elegibilidad que se estipulan en las Regulaciones de Adquisiciones para prestatarios BM, julio 2016, revisadas en noviembre 2017 y agosto 2018.

Marco Legal y Administrativo

El Proyecto está regido por: i) el Convenio de Donación y ii) Regulaciones de Adquisiciones para prestatarios BM, julio 2016, revisadas en noviembre 2017 y agosto de 2018 iii) El Manual de Operaciones aprobado por el Banco Mundial.

Este proceso se registrará bajo los aspectos contemplados en el documento de licitación y cuando exista vacío normativo o deba resolverse sobre aspectos no reglamentados en estas bases, se aplicarán supletoriamente las normas que de acuerdo a derecho correspondan a la jurisdicción del contratante, y a la personería de este, siempre que no se oponga a lo establecido en párrafo anterior.

3. FRAUDE Y CORRUPCIÓN.

3.1. Propósito

3.1.1 Las Directrices Contra el Fraude y la Corrupción del Banco y este anexo se aplicarán a las adquisiciones en el marco de las operaciones de Financiamiento para Proyectos de Inversión del Banco.

3.2. Requisitos

3.2.1 El Banco exige que los Prestatarios (incluidos los beneficiarios del financiamiento del Banco), licitantes (postulantes / proponentes), consultores, contratistas y proveedores, todo subcontratista, subconsultor, prestadores de servicios o proveedores, todo agente (haya sido declarado o no), y todo miembro de su personal, observen las más elevadas normas éticas durante el proceso de adquisición, la selección y la ejecución de contratos financiados por el Banco, y se abstengan de prácticas fraudulentas y corruptas.

3.2.2 Con ese fin, el Banco:

- a. Define de la siguiente manera, a los efectos de esta disposición, las expresiones que se indican a continuación:
- i. Por “práctica corrupta” se entiende el ofrecimiento, entrega, aceptación o solicitud directa o indirecta de cualquier cosa de valor con el fin de influir indebidamente en el accionar de otra parte.
 - ii. Por “práctica fraudulenta” se entiende cualquier acto u omisión, incluida la tergiversación de información, con el que se engañe o se intente engañar en forma deliberada o imprudente a una parte con el fin de obtener un beneficio financiero o de otra índole, o para evadir una obligación.
 - iii. Por “práctica colusoria” se entiende todo arreglo entre dos o más partes realizado con la intención de alcanzar un propósito ilícito, como el de influir de forma indebida en el accionar de otra parte.
 - iv. Por “práctica coercitiva” se entiende el perjuicio o daño o la amenaza de causar perjuicio o daño directa o indirectamente a cualquiera de las partes o a sus bienes para influir de forma indebida en su accionar.
 - v. Por “práctica de obstrucción” se entiende:
 - (a) la destrucción, falsificación, alteración u ocultamiento deliberado de pruebas materiales referidas a una investigación o el acto de dar falsos testimonios a los investigadores para impedir materialmente que el Banco investigue denuncias de prácticas corruptas, fraudulentas, coercitivas o colusorias, o la amenaza, persecución o intimidación de otra parte para evitar que revele lo que conoce sobre asuntos relacionados con una investigación o lleve a cabo la investigación, o
 - (b) los actos destinados a impedir materialmente que el Banco ejerza sus derechos de inspección y auditoría establecidos en el párrafo 3.2.2 e, que figura a continuación.
- b. Rechazará toda propuesta de adjudicación si determina que la empresa o persona recomendada para la adjudicación, los miembros de su personal, sus agentes, subconsultores, subcontratistas, prestadores de servicios, proveedores o empleados han participado, directa o indirectamente, en prácticas corruptas, fraudulentas, colusorias, coercitivas u obstructivas para competir por el contrato en cuestión.
- c. Además de utilizar los recursos legales establecidos en el convenio legal pertinente, podrá adoptar otras medidas adecuadas, entre ellas declarar que las adquisiciones están viciadas, si determina en cualquier momento que los representantes del prestatario o de un receptor de una parte de los fondos del préstamo participaron en prácticas corruptas, fraudulentas, colusorias, coercitivas u obstructivas durante el proceso de adquisición, o la selección o ejecución del contrato en cuestión, y que el prestatario no tomó medidas oportunas y adecuadas, satisfactorias para el Banco, para abordar dichas prácticas cuando estas ocurrieron, como informar en tiempo y forma a este último al tomar conocimiento de los hechos.
- d. Podrá sancionar, conforme a lo establecido en sus directrices de lucha contra la corrupción y a sus políticas y procedimientos de sanciones vigentes, a cualquier empresa o persona en forma indefinida o durante un período determinado, lo que incluye declarar a dicha empresa o persona inelegibles públicamente para: (i) obtener la adjudicación o recibir cualquier beneficio, ya sea financiero o de otra índole, de un contrato financiado por el Banco ; (ii) ser nominada como subcontratista, consultor, fabricante o proveedor, o prestador de servicios de una firma que de lo contrario sería elegible a la cual se le haya adjudicado un contrato financiado por el Banco, y (iii) recibir los fondos de un préstamo del Banco o participar más activamente en la preparación o la ejecución de cualquier proyecto financiado por el Banco.
- e. Exigirá que en los documentos de solicitud de ofertas/propuestas y en los contratos financiados con préstamos del Banco se incluya una cláusula en la que se exija que los licitantes (postulantes /proponentes), consultores, contratistas y proveedores, así como sus respectivos subcontratistas, subconsultores, prestadores de servicios, proveedores, agentes y personal, permitan al Banco inspeccionar todas las cuentas, registros y otros documentos referidos a la presentación de ofertas y la ejecución de contratos, y someterlos a la auditoría de profesionales nombrados por este.

4. INSTRUCCIONES A LOS OFERTANTES

Características del procedimiento

El método a utilizar para la adquisición de los servicios será el de Solicitud de Cotización. Bajo esta modalidad, el Contratante invitará de forma abierta mediante publicación en el sitio electrónico de compras públicas habilitado para ello en [http:// www.comprasal.gob.sv](http://www.comprasal.gob.sv) y www.salud.gob.sv debiendo completar la información general del ofertante que se solicita en el sitio web de COMPRASAL, haciendo de esta manera un llamado a la presentación de ofertas a todas las empresas proveedoras que consideren que reúnen los requisitos para suministrar los servicios, adicionalmente se podrá invitar de forma directa a proveedores.

Los ofertantes podrán realizar consultas por escrito sobre el documento de SDC, hasta el **7 de enero de 2022**. El Contratante responderá por escrito (correo electrónico o en físico) a todos los interesados en participar y sin revelar la fuente de la consulta dentro del plazo de dos (2) días antes de la fecha límite para recibir ofertas. Estas respuestas serán publicadas en el sitio electrónico de compras públicas habilitado para ello en [http:// www.comprasal.gob.sv](http://www.comprasal.gob.sv) y pagina web www.salud.gob.sv.

El Contratante podrá, en cualquier momento antes de que venza el plazo de presentación de ofertas, enmendar el Documento de SDC mediante la publicación de enmiendas, utilizando el mismo proceso que se usa para responder a las consultas. Las que serán publicadas en los sitios electrónicos señalados en el párrafo anterior.

No pueden participar de esta SDC, ni siquiera como subcontratistas, las firmas o personas que hayan sido inhabilitadas por el Banco de acuerdo con las Normas para la Prevención y Lucha contra el Fraude y la Corrupción en proyectos financiados por préstamos del BIRF y donaciones de la (AIF). La lista de firmas inhabilitadas de participar en proyectos del Banco Mundial está disponible en el portal <http://www.worldbank.org/debarr>.

Requisitos para los participantes

Las Ofertas presentadas serán consideradas siempre que cumplan con los requisitos de calificación especificados en este pliego de SDC.

Oferta y contratación

El ofertante presentará su oferta en Dólares de los Estados Unidos de América. El precio total de la oferta deberá incluir el Impuesto a la Transferencia de Bienes y Servicios (IVA)

No se permitirán ofertas alternativas, y se deberá ofertar por lote completo. En caso de presentar ofertas alternativas, la oferta no será considerada.

Forma de Presentación de las ofertas

La Forma de presentación de las ofertas, se efectuará en original debidamente firmada y sellada por el Representante Legal, una (1) copia física y una (1) digital (CD) en formato Word y/o Excel, en un sobre único cerrado, en el lugar, día y hora, especificados en la carta de invitación, con la siguiente leyenda en su exterior:

SOLICITUD DE COTIZACION N°: _____

Nombre del Contratante: _____

Adquisición de: _____

Lugar de presentación de oferta: _____

Nombre y dirección del ofertante: _____

Fecha y hora: _____

En caso de discrepancia entre la oferta original física, la copia física o la digital, prevalecerá la oferta original física.

Las ofertas deberán ser recibidas por el Contratante en la dirección indicada en la Invitación, y tendrán una validez de sesenta (60) días calendario a partir de la fecha de su presentación y los documentos que las integran deberán presentarse firmados y rubricados por el ofertante, sin borrones, manchones o enmendaduras.

Declaración de Mantenimiento de Oferta

Todas las ofertas deberán estar acompañadas de una Declaración de Mantenimiento de Oferta”, La Declaración consiste en una nota firmada y sellada por el ofertante, de acuerdo al modelo presentado en el Anexo No. 4. En caso de incumplimiento de la Declaración de Mantenimiento de Oferta el contratante podrá declarar al ofertante no elegible para la adjudicación de un contrato u Orden de Compra por un periodo de doce meses.

5. DOCUMENTOS QUE INTEGRAN LA OFERTA

La oferta deberá incluir los siguientes documentos debidamente firmados por el representante legal o quien este delegue:

Información de la empresa

Copia del DUI Y NIT del representante legal y/o apoderado, según sea el caso.

Copia del NIT de la empresa.

Copia del IVA de la empresa

Copia de la credencial de elección del representante legal o copia del testimonio de escritura del poder debidamente inscrito en el CNR.

Información Persona Natural

En caso de tratarse de una persona natural deberá adjuntar copia de Documento Único de Identidad- DUI y NIT.

Formularios

- Anexo 1: BRIEF CREATIVO. firmado por el Representante Legal o quien cuente con los poderes y facultades suficientes para ello
- Anexo 2: detalle de campañas, firmado por el Representante Legal o quien cuente con los poderes y facultades suficientes para ello.
- Anexo 3: Formulario de Oferta Técnica y Económica, firmado por el Representante Legal o quien cuente con los poderes y facultades suficientes para ello.
- Formulario de la Oferta (Anexo 4), firmado por el Representante Legal o quien cuente con los poderes y facultades suficientes para ello.
- Lista de cantidades y precios (Anexo 5), firmado por el Representante Legal o quien cuente con los poderes y facultades suficientes para ello.
- Especificaciones técnicas Ofertadas, en formulario de Cumplimiento de Especificaciones técnicas (Anexo 6), firmado por el Representante Legal o quien cuente con los poderes y facultades suficientes para ello.
- Declaración de Mantenimiento de Oferta (Anexo 7) firmado por el Representante Legal o quien cuente con los poderes y facultades suficientes para ello.
- Declaración jurada (Anexo 8) firmado por el Representante Legal o quien cuente con los poderes y facultades suficientes para ello.

El Ofertante llenará el formulario de oferta incluido (Anexo 1), con su Lista De Cantidades y Precios (Anexo 2) Utilizando únicamente dos decimales.

Apertura de las ofertas

No se recibirán ofertas presentadas con posterioridad a la fecha y hora límites indicadas en la invitación.

La recepción de ofertas será realizada por los delegados para evaluar las ofertas. No habrá apertura pública. La apertura será realizada por los delegados para evaluar las ofertas.

6. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS

La evaluación de las ofertas se hará por Lote completo, no se aceptará oferta parcial de cantidades, podrá ofertar un lote, varios o todos los lotes.

Las ofertas serán analizadas por los delegados para evaluar las ofertas, siendo su máxima responsabilidad la de emitir el Informe de Evaluación y Recomendación para el referido proceso de contratación.

Los delegados para evaluar las ofertas, examinarán las ofertas para determinar si están completas, si contienen errores de cálculo, si los documentos han sido debidamente firmados, rubricados y sellados, y si, en general, las ofertas han sido presentadas conforme el documento de SDC.

Aclaración de las ofertas:

Para facilitar el examen, la evaluación y la comparación de las Ofertas, el COMPRADOR tendrá la facultad de solicitar a cualquier Oferente que aclare su Oferta, incluyendo el desglose de los precios unitarios. La solicitud de aclaración y la respuesta correspondiente deberán efectuarse por escrito, pero no se solicitará, ofrecerá ni permitirá ninguna modificación de los precios o a la sustancia de la Oferta, salvo las que sean necesarias para confirmar la corrección de errores aritméticos que el COMPRADOR haya descubierto durante la evaluación de las Ofertas.

Siempre y cuando una oferta se ajuste sustancialmente a los Documentos de SDC, el Comprador corregirá errores aritméticos de la siguiente manera:

- (a) si hay una discrepancia entre un precio unitario y el precio total obtenido al multiplicar ese precio unitario por las cantidades correspondientes, prevalecerá el precio unitario y el precio total será corregido a menos que el Comprador considere que hay un error obvio en la colocación del punto decimal, caso en el cual el total cotizado prevalecerá y el precio unitario se corregirá;
- (b) si hay un error en un total que corresponde a la suma o resta de subtotales, los subtotales prevalecerán y se corregirá el total; y
- (c) si hay una discrepancia entre palabras y cifras, prevalecerá el monto expresado en palabras a menos que la cantidad expresada en palabras corresponda a un error aritmético, en cuyo caso prevalecerán las cantidades en cifras de conformidad con los párrafos (a) y (b) mencionados.

Los delegados para evaluar las ofertas, rechazarán toda oferta que no se ajuste a los requisitos solicitados en los documentos de SDC y el ofertante no podrá con posterioridad convertirla en una oferta que se ajuste a los documentos de SDC.

En la evaluación los delegados para evaluar las ofertas, tendrán en cuenta además del precio ofrecido, el cumplimiento de las especificaciones técnicas y todo lo requerido en los documentos de SDC.

En caso de empate

En caso de empate se recomendará la adjudicación al ofertante de los empatados, que haya sido el primero en entregar la oferta, lo cual se podrá verificar en el cuadro de recepción de ofertas.

Confidencialidad

Las ofertas presentadas, así como la información relativa al examen, evaluación, aclaración y comparación de las ofertas para su adjudicación, no podrán ser reveladas a los ofertantes ni a ninguna otra persona que no participe oficialmente en dicho proceso, hasta que se haya anunciado el nombre

del Adjudicado. Todo intento de un ofertante de influir en la tramitación de las ofertas o en la decisión sobre la adjudicación por parte del Contratante puede dar lugar al rechazo de la oferta.

7. ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO

El Contratante adjudicará el contrato al ofertante cuya Oferta se ajuste a las condiciones y requisitos de estos Documentos y resulte ser la de precio evaluado más bajo y la adjudicación será total a un solo oferente.

El Contratante tiene el derecho de aceptar o rechazar cualquier oferta, así como de anular la adquisición y rechazar todas las ofertas antes de la adjudicación, sin incurrir por ello en responsabilidad alguna hacia el/los ofertantes/s afectado/s por esta acción, no teniendo obligación de comunicar los motivos del rechazo o anulación.

Notificación al Adjudicado y Firma del contrato

Antes de la expiración de la validez de la Oferta, el CONTRATANTE le notificará por escrito la decisión de adjudicación del contrato al Oferente cuya oferta haya sido aceptada. En caso de resultar adjudicados se deberá presentar debidamente certificada por notario y para el caso de las sociedades extranjeras dicha documentación deberá ser presentada debidamente apostillada o de conformidad al trámite consular establecido en el artículo 333 del Código de Procesal Civil y Mercantil de El Salvador.

En caso de oferentes nacionales:

- a. Testimonio de Escritura Pública de Constitución de la Sociedad debidamente inscrita en el Registro de Comercio, aun en caso de que existiere modificación en la misma.
- b. Testimonio de la Escritura Pública de Modificación, Transformación o Fusión de la Sociedad inscrita en el Registro de Comercio (si las hubiere).
- c. Matrícula de Empresa vigente, en caso de no estar vigente, constancia extendida por el Registro de Comercio de que la emisión de la Matrícula se encuentra en trámite de renovación, o primera vez según sea el caso.
- d. Credencial de Representante Legal u otro documento que lo acredite como tal, debidamente inscrita en el Registro de Comercio.
- e. Testimonio de la Escritura Pública del Poder otorgado por el Representante Legal, inscrita en el Registro de Comercio, en caso de comparecer por medio de apoderado.
- f. Documento Único de Identidad (DUI), Pasaporte o carné de residente del representante legal de la sociedad, y/o apoderado en su caso, documentos que deben estar vigentes.
- g. Tarjeta de Identificación Tributaria (NIT) del Representante Legal, y/o del apoderado en su caso.
- h. Tarjeta de Identificación Tributaria (NIT) de la sociedad.
- i. Tarjeta de Registro de Contribuyente del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios IVA.

Para personas naturales:

- a. Testimonio de la Escritura Pública del Poder otorgado por el Licitante, en caso de comparecer por medio de apoderado.
- b. Documento Único de Identidad (DUI), Pasaporte o carné de residente del Licitante, y/o apoderado en su caso, documentos que deben estar vigentes.

- c. Tarjeta de Identificación Tributaria (NIT) del Licitante, y/o del apoderado en su caso, emitido en El Salvador.
- d. Matrícula de Empresa vigente, en caso de no estar vigente, constancia extendida por el Registro de Comercio de que la emisión de la Matrícula se encuentra en trámite de renovación, o primera vez según sea el caso.
- e. Tarjeta del IVA del Licitante

Persona jurídica extranjera domiciliada en el salvador:

- a. Documentación completa de establecimiento de sucursal en El Salvador, inscrita en el Registro de Comercio.
- b. Testimonio de Escritura Pública de Poder inscrita en el Registro de Comercio.
- c. Tarjeta de NIT e IVA del ofertante.
- d. DUI, Pasaporte, o carné de residente vigentes a la fecha de recepción y apertura de oferta del apoderado de la sociedad oferente.

En caso de oferentes extranjeros:

- a. Testimonio de Escritura Pública de Constitución de la Sociedad, debidamente inscrita en el Registro correspondiente al país del licitante.
- b. Testimonio de Escritura Pública de Modificación, Transformación o Fusión de la Sociedad debidamente inscrita en el Registro correspondiente al país del licitante. (en caso que las hubiere).
- c. Credencial de Representante Legal u otro documento que acredite como tal, y Testimonio de la Escritura Pública del Poder otorgado por el representante legal, en caso de comparecer por medio de Apoderado.
- d. Documento de Identidad: pasaporte o carné de residente del representante legal de la sociedad, o del apoderado en su caso, estos deberán estar vigentes.

En el caso que la oferta sea presentada por **Consorcio o Asociación (APCA)**, cada miembro deberá presentar:

- a. Si se trata de una Asociación en participación o Consorcio, ya constituido legalmente, deberá presentar copia del documento donde conste dicha Asociación en participación o Consorcio
- b. En el caso que la Asociación en participación o Consorcio se constituya sólo para el suministro en mención, bastará para efectos de evaluación, que lo manifieste por escrito de acuerdo con el formulario de Asociación en participación o Consorcio; y que cada uno presente lo requerido para las personas jurídicas: Personas Jurídicas; estando obligados en caso de adjudicación, a presentar la escritura de constitución de Asociación en participación o Consorcio, debiendo designar a una persona para gestionar y recibir instrucciones en nombre de las sociedades asociadas en todo lo relacionado con la ejecución del Contrato, incluyendo el trámite de pagos.
- c. En caso de que el adjudicado sea una asociación, deberá presentar un Contrato de consorcio con firmas legalizadas de los asociados

Solvencias a presentar por el ofertante ganador que deberán estar vigentes a la fecha de contratación:

1. Solvencia vigente de la Dirección General de Impuestos Internos, (DGII),
2. Solvencia vigente de Régimen de Salud del ISSS.

3. Solvencias vigentes de pago de cotizaciones previsionales (IPSFA, ISSS, AFP'S).
4. Solvencia de Impuestos Municipales original vigente de la Alcaldía Municipal del domicilio del adjudicado.

Los licitantes nacionales, aunque no tengan registro de afiliados en todas las AFP'S, UPISSS e IPSFA, siempre tendrán que presentar las constancias, ya que dichas instituciones tienen sus respectivos formatos para estos casos.

En caso de ser solvencias emitidas en línea, están serán verificadas, por la ACP-UGP, del MINSAL, a fin de constatar la autenticidad de las mismas.

En el caso que el adjudicado sea un ASOCIO (APCA), deberán presentar las solvencias antes descritas ambas Sociedades.

8. DERECHO DEL COMPRADOR A ACEPTAR CUALQUIER OFERTA Y A RECHAZAR TODAS O CUALQUIERA DE LAS OFERTAS

El COMPRADOR se reserva el derecho a aceptar o rechazar cualquier Oferta, de anular el proceso y de rechazar todas las Ofertas en cualquier momento antes de la adjudicación del Contrato, sin que por ello adquiera responsabilidad alguna ante los Oferentes o la obligación de informar a los mismos acerca de las razones para tomar tal decisión.

9. DECLARATORIA DESIERTA.

Se podrá declarar desierta esta invitación, si:

- a) No se hubiera recibido ninguna oferta
- b) Si luego de la evaluación, ninguna oferta ha cumplido los requerimientos establecidos existiendo desviaciones e incumplimientos significativos.
- c) Cuando no se llegue a suscribir un contrato con ninguno de los proponentes que pudieron haber resultado recomendados para la adjudicación.

10. CONDICIONES DEL CONTRATO

10.1 Plazo y lugar de entrega

El plazo de ejecución de los servicios 12 meses, contados a partir de la distribución del contrato.

Lugar de entrega: Calle Arce #827, San Salvador.

Forma de Pago.

Para el pago de los servicios el Proveedor presentará a la Tesorería del MINSAL de la Unidad Financiera Institucional, factura de consumidor final en duplicado cliente a nombre de: Contrato de Préstamo BIRF 9100-SV, adjuntando acta de recepción a satisfacción por parte de la Unidad solicitante o a la que esta delegue y copia del contrato. En la factura correspondiente, en el apartado de la descripción de los servicios, deberá hacer referencia al número y concepto del contrato suscrito con el Ministerio de Salud, cifrado presupuestario.

Categoría de Inversión 1, Componente 1, Subcomponente 1.2 preparación y formación de capacidades y comunicación, PROYECTO 7,500 detalle del pago menos las retenciones correspondientes según ley y líquido a pagar, deberá ser por el número de servicios entregados.

El pago se hará mediante abono a cuenta según la declaración jurada firmada por el proveedor adjunta al contrato.

Los pagos en virtud del contrato serán efectuados en un periodo no mayor a 30 días posterior a la fecha determinada para cada pago.

Si el contratante no efectuará cualquiera de los pagos al proveedor una vez vencido los 30 días establecidos en el contrato, contará con 30 días adicionales para resolver dicho impase, de lo contrario si en el plazo adicional no resolviere tal situación el contratante pagará al proveedor un interés de 0.016% del monto del pago atrasado por día de atraso.

Impuestos: El precio deberá incluir todos los tributos, impuesto y/o cargos, comisiones, etc. y cualquier gravamen que pueda recaer sobre el servicio a proveer o la actividad del PROVEEDOR, incluido el IVA; En consecuencia, el PROVEEDOR será el único responsable de los mismos.

Respecto a la facturación generada, la agencia deberá tramitar las respectivas órdenes de publicidad y órdenes de trabajo en esta Secretaría de Estado; por lo tanto, en la Dirección de Comunicación con la facturación para canalizar el proceso de cancelación a la mayor brevedad.

La facturación deberá remitirse 5 días hábiles después de concretarse el servicio, con el objeto de no generar retrasos en el trámite de cancelación a los medios.

La cancelación se procederá de acuerdo a la presentación de la facturación con la debida documentación completa; y se efectuaran pagos mensuales.

La agencia deberá presentar mensualmente, a la Dirección de Comunicación Social e Institucional el MINSAL, un estado de cuenta que detalle los montos de inversión en medios, según planificación.

Penalidades

Para el caso de incumplimiento del plazo establecido, se aplicará al proveedor una multa de cero puntos cinco por ciento (0.5%) por cada semana de atraso en la entrega del servicio, hasta un máximo del diez por ciento (10%) del monto del contrato y deberá de ser retenido de los pagos al Proveedor. Si hay una justificación debidamente soportada y aceptable para El Contratante, se excluirá la multa.

9. RESCISIÓN DEL CONTRATO

9.1 Rescisión por causa del Proveedor

El Contratante tendrá derecho a rescindir el contrato, mediante comunicación enviada al proveedor por cualquiera de las siguientes razones:

- a. Actúe con dolo, culpa grave o reiterada negligencia en el cumplimiento de sus obligaciones.
- b. A juicio del Contratante haya empleado prácticas corruptas, fraudulentas, colusivas, coercitivas u obstructivas al competir por o en la ejecución del contrato conforme lo dispuesto en el numeral 2.3 del presente documento.
- c. La mora DEL PROVEEDOR en el cumplimiento del plazo de entrega del servicio o de cualquier otra obligación del contrato, no obstante encontrarse dentro del plazo de imposición de multa

- d. EL PROVEEDOR entregue el servicio en inferior calidad a lo ofertado o no cumpla con las condiciones pactadas en el contrato.
- e. Por mutuo acuerdo entre ambas partes.

10. RECEPCIÓN DE LOS SERVICIOS

Una vez recibido los bienes a satisfacción por parte de la Unidad Solicitante **Dirección de Comunicación Social e Institucional** o quien este delegue, se firmará por ambas partes el Acta de Recepción de los mismos, los servicios se requerirán según programación.

11. GARANTIA DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO

Se requerirá una Garantía de Cumplimiento. El monto de la Garantía de Cumplimiento: Será por el diez (10%) por ciento del monto total contratado, con una vigencia de 150 días calendario contados a partir de la fecha de distribución del contrato por las partes. Dicha garantía se emitirá utilizando el formato establecido en la Anexo 6 “Garantías de Cumplimiento” Formularios del Contrato, por una entidad autorizada por la Superintendencia del Sistema Financiero. Para el caso de Garantías emitidas por entidades en el extranjero estas deberán tener un corresponsal con domicilio legal en El Salvador y autorizada por la Superintendencia del Sistema Financiero.

La Garantía deberá presentarse dentro de un máximo desde quince (15) días calendario, siguientes a la distribución del contrato, en el Área de Adquisiciones y Contrataciones del Programa del Ministerio de Salud, ubicada en Lomas de Altamira, Boulevard Altamira y Avenida República de Ecuador, número 33, San Salvador, para su autorización.

Respecto a la facturación generada, la agencia deberá tramitar las respectivas órdenes de publicidad y órdenes de trabajo en esta Secretaría de Estado; por lo tanto, en la Dirección de Comunicación con la facturación para canalizar el proceso de cancelación a la mayor brevedad.

La facturación deberá remitirse 5 días hábiles después de concretarse el servicio, con el objeto de no generar retrasos en el trámite de cancelación a los medios.

La cancelación se procederá de acuerdo a la presentación de la facturación con la debida documentación completa; y se efectuaran pagos mensuales.

La agencia deberá presentar mensualmente, a la Dirección de Comunicación Social e Institucional el MINSAL, un estado de cuenta que detalle los montos de inversión en medios, según planificación.

11. RECEPCIÓN DE LOS SERVICIOS

Una vez recibido los servicios a satisfacción por parte de la Unidad Solicitante o quien este delegue, se firmará por ambas partes el Acta de Recepción de los mismos.

12. MODIFICATIVAS

La solicitud de modificación por parte del Contratista deberá ser dirigida por escrito a la persona encargada de la Administración de la Orden de Compra, dicha solicitud debe efectuarse 15 días antes expirar el plazo de entrega contratada, presentando por escrito las pruebas que motiven su petición; en caso de proceder el Administrador de la Orden de Compra deberá remitir su solicitud a la Coordinadora del área de Adquisiciones y Contrataciones de la Unidad de Gestión de Programas y Proyectos de Inversión, en adelante ACP-UGP,

ubicada en el Nivel tres, Edificio del Instituto Nacional de Salud, Urbanización Lomas de Altamira, Boulevard Altamira y Avenida República de Ecuador N° 33, San Salvador, Teléfono: 2591-8293, Email: acp_ugp@salud.gob.sv; dicha solicitud deberá presentarse 10 días antes expirar el plazo de la entrega contratada.

13. ESPECIFICACIONES TECNICAS

PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE
AGENCIA DE PUBLICIDAD AÑO 2022

**“CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD
PARA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE
COMUNICACIÓN EDUCATIVA, PARA EL COMBATE DE LA
PANDEMIA CONTRA EL COVID-19**

SAN SALVADOR, DICIEMBRE 2021

ASUNTO:

Contratación de una Agencia de Publicidad por un periodo de 12 meses durante el año 2022, que permita difundir la comunicación relacionada a las Campañas de Comunicación para informar sobre las medidas de prevención, combate a la pandemia, y reforzar el plan de vacunación contra el COVID-19. Sumando el apoyo a campañas de prevención, por periodos epidemiológicos, contra el dengue, la diarrea y las IRAS-Infecciones Respiratorias Agudas.

Objetivo

Contratar los servicios de una Agencia de Publicidad para la producción y difusión de la Campaña de Comunicación para informar a la población salvadoreña sobre las medidas de prevención, combate a la pandemia y; reforzar el plan de vacunación contra el COVID-19. Sumando el apoyo a campañas de prevención, por periodos epidemiológicos contra el dengue, la diarrea y las infecciones respiratorias agudas-IRAS

I. Descripción

El Ministerio de Salud, MINSAL como instancia estatal rectora en salud, garantiza a la población la cobertura de servicios de salud, mejorando el acceso a los mismos, la calidad y la calidez en la atención, basados en los principios de UNIVERSALIDAD, SOLIDARIDAD, EQUIDAD, SUBSIDIARIDAD E INSTITUCIONALIDAD.

Considerando como eje primordial el modelo de atención a la persona en su entorno familiar y comunitario; éste deberá dar prioridad a la promoción de la salud, prevención de enfermedades sin descuidar el aspecto curativo y de rehabilitación de la población usuaria y no usuaria.

Toda esta labor requiere de un constante trabajo de información, educación, difusión y promoción de mensajes que ayuden a recordar sobre las medidas de prevención y no bajar la guardia para el combate de la Pandemia y el apoyo al Plan de Vacunación contra la COVID-19.

De igual importancia mantener campañas educativas de prevención de las enfermedades infectocontagiosas por virus, bacterias, vectores y otros. Dado que la propagación de COVID-19 se está dando al mismo tiempo que otros brotes como dengue, influenza, chikungunya, entre otros. Se debe dar cumplimiento al mandato de Ley del Decreto No. 794 “Día Nacional de combate contra el dengue”, que obliga a las instituciones públicas, particularmente al MINSAL a realizar acciones de combate al zancudo, el 26 de agosto de cada año. Actualmente se suman las llamadas arbovirosis que comprenden además del dengue, el virus del chikungunya y del zika.

Asimismo el MINSAL difunde mensajes educativos para prevenir y controlar varias enfermedades, razón importante para mantener una estrategia de comunicación y de promoción permanente de los servicios de salud, mediante diversos medios de difusión digitales y tradicionales, como la radio, la televisión, la prensa escrita, así como el uso de otros medios alternativos y sobre todo el uso de las nuevas tecnologías para conectarse con los públicos que usan redes sociales y se informan con los medios digitales.

Durante el 2022, se propone comunicar los siguientes contenidos informativos y educativos:

- 1) Campañas comunicacionales de gobierno relacionados a las medidas de prevención y reforzar el plan de vacunación contra el COVID-19, implementado por el Gobierno de El Salvador.
- 2) Promoción de medidas higiénicas para prevenir enfermedades transmisibles por virus, bacterias y vectores, como las EDAS—enfermedades diarreicas agudas-; las IRAS-enfermedades

respiratorias agudas-; las ARBOVIROSIS –enfermedades transmitidas por el zancudo Aedes Aegypti: Dengue, Chickunkunya y Zika, con énfasis en la destrucción de criaderos de zancudos y medidas de autoprotección. Reforzar las medidas de prevención del uso obligatorio de la mascarilla, el lavado de manos, el distanciamiento social, uso de alcohol gel, apoyo al esquema de vacunación nacional de grupos vulnerables (niñez, embarazadas, tercera edad y personas con enfermedades crónicas); así como aquellos temas que sean necesarias para evitar epidemias y controlar brotes de enfermedades, entre otras.

- 3) Apoyo comunicacional, en la probabilidad de ser afectados por los desastres naturales, por ejemplo, un terremoto a gran escala, inundaciones, erupciones de volcanes e incendios que afecten a la población en general o de un determinado grupo, en cualquier zona del país, que deba asistirse con personal médico y aplicación de vacunas del esquema nacional y contra el Covid-19.

II. Requisitos a cumplir en el envío de ofertas:

La agencia de publicidad deberá presentar debidamente detallado lo solicitado a continuación:

- A) Presentar una propuesta de campaña según brief de anexo 1.
- B) Plan de promoción de la campaña comunicativa con los siguientes requerimientos:
 1. Introducción de la campaña
 2. Justificación de la necesidad comunicativa
 3. Propuesta de fase plataforma de la campaña
 4. Desarrollo de campaña por necesidades comunicativas con los siguientes elementos:
 - a) Objetivos generales
 - b) Audiencia meta
 - c) Cobertura de población
 5. Programación de actividades a presentar en la campaña. Dicha programación deberá ser presentada en un gráfico de Gantt.
 6. Criterios de la agencia para elaborar propuesta de un Plan de Medios Racional, considerando que durante el desarrollo de las Campañas Publicitarias pueden surgir variaciones en la duración de los spots de Televisión y cuñas de Radio, de acuerdo a cada necesidad de comunicación y; dependerá del mensaje que se requiera comunicar y trasladar a la población. Con detalle de los siguientes elementos:
 - a) Período de campaña
 - b) Detalle de medios a contratar (distribuir por cobertura y géneros)
 - c) Horario de transmisión de los mensajes (franjas horarias)
 - d) Total, de inserciones diarias
 - e) Costo de inserción (cuña, spot)
 - f) Costo total
 - g) Target de cada medio seleccionado
 - h) Universo de alcance
 - i) Costo por mil
 7. Presentación de presupuesto de inversión publicitaria para el año 2022; distribuido por difusión de medios.
 8. Organización y capacidad instalada, dentro de este apartado se deberá presentar:

- Misión y Visión, Objetivo y credenciales de la empresa
 - Organización de la empresa (organigrama, y funcionamiento)
 - Descripción de capacidad instalada (Detallar los recursos físicos disponibles)
9. Presentación de grupo de servicio (recursos humanos) a disposición de la cuenta, referencias de clientes actuales, y oferta de servicio al cliente. Por tratarse de una entidad pública de servicio permanente, laborando aún en fines de semana y días festivos, se requiere la asignación de personal de turno para cubrir necesidades de emergencia que se presenten.
- 9.1) Currículo de personal a disposición de la cuenta.
 - 9.2) Especificación de servicios que ofrecen en atención al cliente
 - 9.3) Presentar detalle de experiencia en el manejo de cuentas similares de tipo institucional y gubernamental tanto de Ministerios como de Instituciones Autónomas, que ha manejado el personal durante los últimos cinco años. Así mismo detallar las instituciones de gobierno que manejan en la actualidad, con la documentación comprobatoria que han prestado servicios (cartas de referencia de instituciones donde han brindado el servicio)

IV. Requisitos y Compromisos que la agencia contratada deberá cumplir en el transcurso de la campaña

La agencia asesora al Ministerio de Salud, por medio de la Dirección de Comunicación Social e Institucional, en materia comunicacional y publicitaria. La agencia realiza el diseño, producción, elección, contratación de medios y pauta de las campañas publicitarias que sean necesarias, para cubrir las necesidades de comunicación del Ministerio de Salud. Según los siguientes requerimientos.

- 1) Enviar con anticipación a la Dirección de Comunicación Social e Institucional del Ministerio de Salud, la estrategia de campaña institucional, que incluya:

1.1) Racional de Inversión Publicitaria (Medios)

Detalle de Medios a utilizar: El Plan de Medios comprende: televisión, radio, prensa, redes sociales, vía pública, artículos promocionales y diferentes medios alternativos que permitan lograr los objetivos trazados de la campaña. El Plan de Medios deberá incluir al menos lo siguientes datos:

Televisión: nombre del medio, cobertura geográfica, rating, duración del spot, horario de transmisión, costo unitario del spot, costo total, total de spots por día y mes, GRP'S

Radio: nombre de las Radios, cobertura geográfica, rating, costo unitario por cuña, duración de la cuña, cantidad de cuñas a pautar por día y mes, detalle de horarios de pauta, target, GRP'S; cantidad de bonificaciones por contratación.

Prensa: nombre del medio, circulación (ejemplares y coberturas geográfica, medida del anuncio publicado, posición, costo por pulgada, costo unitario, costo, especificar color o blanco y negro, total de anuncios por día y mes.

Redes Sociales y medios digitales: nombre del medio, cobertura geográfica, costo total y target.

Medios alternativos: la agencia debe recomendar a la Dirección de Comunicación Social e Institucional, acerca de las novedades en medios alternativos y las innovaciones en comunicación, que ofrecen.

- 2) Efectividad del Plan de Medios. La agencia debe optimizar el presupuesto de medios, asegurando negociaciones en los términos y condiciones favorables para el Ministerio de Salud, en alcance, frecuencia, grupo objetivo, cantidad, precio, bonificaciones, tiempo de respuesta; y además debe obtener valores agregados con los medios para potenciar la compra.
- 3) Realizar un monitoreo efectivo de la promoción a nivel de todos los medios contratados, sin ningún costo adicional. Envío de un informe del mismo a la Dirección de Comunicación Social e Institucional al finalizar cada jornada de difusión.
- 4) Cada Campaña de Publicidad debe cotizarse, para incluir en el presupuesto total de la ejecución, el costo de producción y de inversión en medios.
- 5) La agencia de publicidad deberá designar a uno o varios representantes ante el Ministerio de Salud, quien(es) deberá(n) tener amplia experiencia en las diferentes temáticas del área de la salud y el manejo de campañas publicitarias; excelentes relaciones humanas y creatividad a fin de mantener óptima comunicación entre la agencia publicitaria y el Dirección de Comunicación Social e Institucional del Ministerio de Salud. El personal técnico que se requiere disponible las 24 horas es: Encargado de Cuenta (Ejecutivo), Director Creativo, Diseñador Gráfico, y Encargado de Medios.
- 6) La agencia indicará números telefónicos (fijos y celulares), correo electrónico y nombre del Encargado de la Cuenta (Ejecutivo) de dar seguimiento a los requerimientos reportados, quién debe tener amplia experiencia en el campo del manejo de campañas publicitarias, relaciones humanas y creatividad con el objetivo de mantener óptima comunicación entre la agencia y la Dirección de Comunicación Social e Institucional.
- 7) Planificación de un calendario de reuniones periódicas entre la empresa y la Dirección de Comunicación Social e Institucional del Ministerio de Salud; o de acuerdo a las necesidades que amerite la ejecución del plan de publicidad.
- 8) Para la impresión de material gráfico o producción de un comercial de televisión o cuña de radio, la agencia debe asesorar y presentar ofertas de 3 diferentes proveedores y recomendar la óptima, para que la Dirección de Comunicación Social e Institucional pueda elegir, la que mejor se adapte a la necesidad de producción y económica.
- 9) La agencia no realizará ninguna acción o efectuará cambios al plan de difusión sin la debida autorización de la Dirección de Comunicación Social e Institucional del Ministerio de Salud. Los planes de medios deberán ser sometidos a una evaluación previa a la campaña, con el objeto de actualizar la difusión según los intereses de ese momento del Ministerio de Salud y otros factores que condicionen en el ambiente.
- 10) Los planes de medios quedan a sugerencia de la Dirección de Comunicación Social e Institucional, pero flexibles para cualquier cambio que sea necesario realizar tanto en medios como frecuencia, a fin de difundir el mensaje de manera óptima y obtener un mayor alcance del grupo objetivo.
- 11) La agencia deberá apoyar al Ministerio de Salud en otras actividades que se consideren convenientes para incrementar la promoción de las actividades dentro de las necesidades comunicativas del Ministerio de Salud, como: organización de conferencias de prensa, convocatorias a medios, gestión de espacios en los medios de comunicación para entrevistas, apoyo a organización de actividades de promoción en conjunto con la empresa privada y otros sectores de participación social.

- 12) La agencia cuenta con capacidad instalada que incluya equipo, software y tecnología disponible al propósito del servicio solicitado, detallando el tipo de herramientas con las que cuenta.
- 13) La agencia debe brindar servicio de atención 7/24, y disponibilidad del personal técnico para pautar publicaciones de emergencia en prensa, televisión, radio, redes sociales y medios alternativos.
- 14) La agencia deberá tener capacidad de respuesta inmediata en casos de emergencia para la institución, para la elaboración de artes, toma de fotografías y video para elaboración de materiales, así como levantamiento de textos para publicaciones o cualquier material que el Ministerio de Salud requiera.
- 15) La agencia brindará apoyo en el diseño de materiales gráficos de artículos promocionales que, aunque no forme parte de una programación, se considere pertinente para el Ministerio, dentro de la plataforma comunicativa, como son: hojas volantes, tarjetas, diplomas, banners, afiches, artículos promocionales por ejemplo: pines, tazas, vasos, camisetas, camisas tipo polo, gorras, chumpas, capas, sombrillas, bolígrafos, folders, cuadernos, squeeze, pulseras, bolsas, entre otros similares.
- 16) Dos semanas después de finalizar la transmisión de la campaña específica, la agencia publicitaria deberá presentar un informe sobre la evaluación de la campaña en el cual se contemple lo siguiente:
 - 16.1) Logro de objetivos
 - 16.2) Metas cubiertas
 - 16.3) Medios contratados
 - 16.4) Número de mensajes transmitidos por medio
 - 16.5) Proceso realizado
- 17) La programación de las jornadas de difusión, las temáticas y el tipo de medios a contratar podrían modificarse en el transcurso de la campaña, según las necesidades de esta Secretaría de Estado; siempre dentro del monto de inversión estipulado, bajo revisión y aprobación del Plan de Medios presentado.
- 18) La agencia entrega a la Dirección de Comunicación Social e Institucional, todos los materiales sin que esto represente un costo para el Ministerio de Salud:
 - a. Archivos digitales de cada uno de los materiales de prensa escrita utilizados en las campañas y anuncios desplegados, en el formato que lo requiera la Dirección de Comunicación Social e Institucional, y debe hacerse inmediatamente después que el material ha sido autorizado y utilizado para publicar en los medios.
 - b. Impresión de material gráfico (original)
 - c. Versión original de spots de televisión y cuña de radio
- 19) En el caso de solicitar varias campañas la Dirección de Comunicación Social e Institucional debe entregar a la agencia el respectivo brief publicitario, por escrito o en reunión de trabajo. Cada campaña deberá basarse en la información y datos proporcionados, los cuales son reflejados en el brief publicitario.
- 20) Cualquier propuesta presentada al Ministerio de Salud a través de la Dirección de Comunicación Social e Institucional, no representará ningún costo para el Ministerio de Salud, y en la medida de las necesidades el Ministerio de Salud, podrá variar e inclusive cambiar las estrategias inicialmente planteadas.

- 21) **Imprevistos:** la duración, monto o medios utilizados en la Campaña de Comunicación podrán variar, modificarse a criterio de la Dirección de Comunicación Social e Institucional basado en: austeridad, cambio de estrategia, objetivos de la campaña u otros.
- 22) Todo material gráfico, audio, video, digital, producido por la agencia para las campañas publicitarias, será propiedad del Ministerio de Salud.
- 23) **Respecto a la facturación generada,** la agencia deberá tramitar las respectivas órdenes de publicidad y órdenes de trabajo en esta Secretaría de Estado; por lo tanto en la Dirección de Comunicación Social e Institucional deberán presentar la debida documentación con la facturación para canalizar el proceso de cancelación a la mayor brevedad.
- 24) La facturación deberá remitirse 5 días hábiles después de concretarse el servicio, con el objeto de no generar retrasos en el trámite de cancelación a los medios.
- 25) La cancelación se procesará de acuerdo a la presentación de la facturación con la debida documentación completa; y se efectuarán pagos mensuales.
- 26) La Agencia deberá presentar mensualmente, a la Dirección de Comunicación Social e Institucional del MINSAL, un estado de cuenta que detalle los montos de inversión en medios, según planificación mensual.

A. Metodología para la evaluación de los Aspectos Técnicos

El personal técnico (2 personas) de la Dirección de Comunicación Social e Institucional de Comunicaciones serán parte del equipo evaluador de las ofertas, en virtud del conocimiento técnico que tienen en el tema de publicidad y servicios publicitarios.

ASPECTOS A EVALUAR	CUMPLE	
	SI	NO
FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA		
Presenta carta del representante legal, autenticada por notario, indicando que tiene la capacidad instalada, para prestar el servicio solicitado en la presente licitación.		
Presenta constancia emitida por la Asociación de Medios Publicitarios Salvadoreños (ASPM).		
Presenta constancia emitida por la Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad (ASAP).		
Cinco (5) referencias emitidas por empresas, instituciones u organismos a los que haya suministrado servicios iguales o similares a los de la presente contratación (campañas o cuentas publicitarias. Dichas campañas, deben ser igual o mayor de US\$500,000 de inversión) durante el período del año 2016 al año 2020. Serán referencias satisfactorias, las calificadas de Muy Bueno a Excelente. Solo se evaluarán ofertas técnicas que presenten grado de satisfacción de Muy Bueno o Excelente (Si las referencias son calificadas de bueno o regular las ofertas técnicas presentadas obtendrán cero puntos.		
Personal Clave asignado a trabajar con el Ministerio de Salud: Director de Cuentas, Director Creativo, Director de Medios y Director Digital. Cada profesional propuesto debe cumplir el perfil siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia: Cinco (5) Años (continua o alterna) como mínimo en el puesto propuesto. • Nivel académico: Graduado universitario de: diseño gráfico, comunicaciones, edición, marketing o carrera a fin. 		

<ul style="list-style-type: none"> Referencias laborales: Tres (3) referencias laborales que den constancia del desempeño laboral (Excelente o Muy Bueno) <p>Nota: Cada profesional propuesto debe cumplir con el perfil requerido, para lo cual, deberá presentar hoja de vida con los atestados correspondientes.</p>		
--	--	--

ASPECTOS A EVALUAR	CUMPLE	
	SI	NO
EVALUACIÓN DE CAMPAÑA		
Presenta racional creativo de una campaña demo basada en Brief proporcionado por el Ministerio de Salud.		
Presenta y justifica la idea creativa, sus elementos gráficos, colores, formas u otros elementos creativos.		
Presenta propuesta creativa vinculada a lo solicitado en el Brief proporcionado por el Ministerio de Salud Pública, cumpliendo con los siguientes criterios: a) Diseño publicitario: cada uno de los elementos gráficos que se toman en cuenta, tanto imágenes como formas, colores, tipografía u otros elementos, han sido elegidos con una motivación determinada. b) Originalidad: es una propuesta única, no copia de otras estrategias realizadas por Ministerio de Salud o cualquier otra institución a escala nacional e internacional. c) Innovación: aporta elementos innovadores para crear vínculos con las audiencias. d) Claridad: el mensaje en la propuesta creativa es fácil de identificar, comprensible y directo.		
Presenta los materiales de la campaña (spot, guiones para cuña de radio, piezas gráficas y otros que hayan sido contemplados en la propuesta del ofertante) diseñados con base a un mensaje central, de acuerdo al racional creativo y por ende al Brief de la campaña.		
Presenta una estrategia para medios digitales argumentando el tipo de contenido a utilizar, herramientas, recursos y canales.		

ASPECTOS A EVALUAR	CUMPLE	
	SI	NO
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN		
El ofertante deberá proponer un plan de medios basado en el BRIEF de la campaña DEMO solicitado (ver páginas 12-13) que contenga los siguientes medios: Televisión, Radio, Prensa Escrita, Vía Pública, Medios Digitales u otros medios de difusiones masivas o alternativas, que proponga la agencia. Se deben considerar los medios, franjas y programas de más alto rating, mayor alcance e impacto. El Plan de Medios contiene el detalle de los medios a contratar distribuidos por perfil y cobertura; horario de transmisión de los mensajes especificando franjas y/o espacios; total de impactos (cuñas, spot, etc.); costo unitario por cuña, spot, etc.; rating de franjas o espacios incluidos en el Plan. (10 puntos). Dentro del plan de medios se evaluará la capacidad de negociación del ofertante, brindando la mejor oferta posible al Ministerio de Salud (paquetes, costos especiales, bonificaciones y valores agregados)		
El Plan de medios presenta una idea creativa y de alto impacto, combinando de la mejor forma alcance - frecuencia; coberturas nacionales – departamentales, etc.; ayudando con ello el cumplimiento de los objetivos de comunicación.		
Presenta plan de medios digitales (periódicos digitales y redes sociales) Para este caso se deberá presentar medio, formatos, fecha de pauta, KPI o indicadores por formato, total de inversión y distribución de la pauta		

Presenta valores agregados y/o bonificaciones que se obtendrían por la pauta.		
TOTAL		

El Ministerio de Salud-MINSAL, se reserva el derecho de verificar en cualquier momento la veracidad de la información proporcionada por el ofertante.

Durante la Evaluación de Ofertas, si se considera necesario realizar aclaraciones sobre aspectos que no modifiquen la oferta presentada, la ACP-UGPPI a requerimiento de la Comisión Evaluadora de Ofertas solicitará las aclaraciones necesarias a los ofertantes, las cuales serán en el plazo perentorio que el Ministerio de Salud señale. En el caso de no presentar lo solicitado en el plazo establecido no será evaluado con respecto al criterio de evaluación correspondiente.

El incumplimiento de cualquiera de estos términos podría ser motivo para dar por cancelado el contrato.

ANEXO 1

BRIEF CREATIVO

ANTECEDENTES

Las vacunas activan las defensas naturales del organismo para que aprendan a resistir a infecciones específicas, y fortalecen el sistema inmunitario. Tras la administración de una o más dosis de una vacuna contra una enfermedad concreta, quedamos protegidos contra ella, normalmente durante años, décadas o incluso para toda la vida. Por eso las vacunas son tan eficaces: en lugar de tratar una enfermedad cuando ésta aparece, evita enfermarse. El Ministerio de Salud, bajo la dirección del Ejecutivo cuenta con un Sistema de Salud en desarrollo que lo está posicionando a nivel mundial y se ha mantenido garantizando el acceso universal a la salud a toda la población, y se ha convertido de referente en el mundo por buen manejo de la pandemia y uno de los 50 países con la mejor estrategia de vacunación contra el Covid-19, que se suma al esquema nacional de vacunación incluyendo a niños a partir de los 6 años.

OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN

OBJETIVO GENERAL

- Concientizar a la población en general de la importancia de completar el esquema de vacunación para evitar el riesgo de contraer enfermedades graves, discapacitantes y mortales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Informar a las personas en general y adultos mayores sobre la importancia de las vacunas, para reducir el riesgo de contraer enfermedades que en su mayoría son prevenibles.
- Sensibilizar a los padres de familia de lactantes y niños pequeños sobre la vacunación temprana y cumplir el esquema de vacunación para proteger, y prevenir enfermedades potencialmente mortales.

PÚBLICO OBJETIVO

- Hombres y Mujeres jóvenes y adultos padres de familia con niños recién nacidos y menores de 9 años.
- Mujeres Embarazadas y en Periodo de Lactancia
- Jóvenes, Adultos Mayores y Personas de todas las edades que necesiten vacunarse para minimizar el riesgo de enfermarse de gravedad, y ayudar a reducir la propagación de enfermedades.

CUÁL ES LA IDEA ÚNICA MÁS ATRACTIVA/ COMPLETA/ LLAMATIVA DE DONDE LA CREATIVIDAD PUEDA PARTIR (UPS: UNIQUE SELLING PROPOSITION):

Las vacunas protegen durante toda la vida y en diferentes edades, desde el nacimiento hasta la edad infantil, durante la adolescencia y la edad adulta. Con la vacunación se previenen enfermedades, se protege de ellas y es la garantía de salvaguardar la vida para disfrutar de una manera digna, agradable y valiosa.

TONO Y ESTILO DE LA COMUNICACIÓN

Llamado a la acción y sentimientos de amor de padres, personas responsables para cuidar de sus hijos y brindar protección a los suyos y el resto de la población procurando la prevención de enfermedades.

ELEMENTOS EMOCIONALES

Las vacunas son una forma ingeniosa, que no hace daño, y pone en marcha las defensas naturales del organismo, y de esta manera se reduce el riesgo de contraer enfermedades y garantiza una mejor calidad de vida. Las vacunas previenen enfermedades y salvan la vida de las personas que queremos. Los padres es la forma de demostrar amor por sus hijos; y en los jóvenes y adultos la manera de cuidarse a sí mismo y cuidar a todos para tener una vida plena y libre de enfermedades que pueden prevenirse.

ELEMENTOS RACIONALES

Retrasar el momento de la vacunación es correr el riesgo de enfermedades graves. Si se espera a hacerlo se expone a una enfermedad discapacitante o hasta mortal. Los patógenos - virus o bacterias- que las causan continúan circulando en todo el mundo; las enfermedades infecciosas atraviesan fronteras y con facilidad infectan a las personas que no están protegidas. Según cálculos de la Organización Mundial de la Salud-OMS, las vacunas salvan la vida entre dos y tres millones de personas cada año.

ELEMENTOS MANDATORIOS

Logo del Ministerio de Salud.

MATERIALES REQUERIDOS

Impresos /Audiovisuales /Digital /Vía Pública

ANEXO 2 DETALLE DE CAMPAÑAS

Fecha: SOLICITUD DE OFERTA No. RECOVID-3-RFQ-NC Proveedor No. _____ Nombre o Razón Social de la Empresa _____

Nombre de la campaña	Objetivos de la Campaña	MEDIOS UTILIZADOS				DURACIÓN DE LA CAMPAÑA
		TV	RADIO	PRENSA	OTROS	

Observaciones: _____

Nombre, firma y sello del ofertante

Nombre: _____

Firma: _____

Sello

ANEXO 3
FORMULARIO DE OFERTA TÉCNICA ECONÓMICA

Fecha: _____			
No. : _____			
Licitación Abierta N°: _____			
Proveedor: _____			
Nombre o Razón Social de la Empresa: _____			
Nombre de las Campañas	Inversión en producción de cada medio	Inversión en difusión por cada medio utilizado	Duración de las campañas. Según Anexo 1 Términos de Referencia
	Televisión Radio Prensa Vía pública, vallas, banners, mupis, impresión de lonas para sitios propios Medios Electrónicos Total de Campañas	Televisión Radio Prensa Vía pública, vallas, banners, mupis, impresión de lonas para sitios propios Medios Electrónicos Total de Campañas	
Total Ofertado			

Nombre, Firma y Sello del Ofertante: _____

ANEXO N°4: FORMULARIO DE LA OFERTA

(Lugar y fecha)
Señores

Dirección: _____

Solicitud de Cotización N°: RECOVID-13-RFQ-NC

Adquisición de: "CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA, PARA EL COMBATE DE LA PANDEMIA CONTRA EL COVID-19"

Nombre y dirección del Ofertante:

_____ (Nombre del Ofertante) _____ abajo firmante, con domicilio _____ de la ciudad de _____ del departamento de _____, República _____, quién se presenta en su carácter de titular y/o representante legal del Ofertante _____. Después de estudiar cuidadosamente los documentos adjuntos y no quedando duda alguna, propongo: proveer los Bienes y/o Servicios solicitados según los plazos previstos de acuerdo al siguiente detalle:

Para el Lote 1 el precio total de nuestra oferta, a continuación, es: _____ [indicar el precio total de la oferta del lote en palabras y en cifras, indicando las cifras respectivas en diferentes monedas];

El precio total de nuestra oferta es de: _____ [indicar el precio total de la oferta en palabras y en cifras, indicando las cifras respectivas en diferentes monedas]; todos los precios Incluyen IVA.

La validez de nuestra oferta es de _____ días contados a partir del día establecido para la presentación de la oferta.

Firma y sello del Ofertante

Teléfono de contacto

Dirección:

E-mail:

ANEXO N°5: LISTA DE CANTIDADES Y PRECIOS

Solicitud de Cotización N°: RECOVID-13-RFQ-NC

Adquisición de: "CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA, PARA EL COMBATE DE LA PANDEMIA CONTRA EL COVID-19".

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO (INCLUYE IVA)	TOTAL (INCLUYE IVA)
1	CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA, PARA EL COMBATE DE LA PANDEMIA CONTRA EL COVID-19	1	C/U		
TOTAL					

País de Origen de los servicios:

Plazo de entrega:

Firma del Ofertante

Sello del Proveedor

ANEXO N°6: CUMPLIMIENTO DE ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

ASPECTOS A EVALUAR	CUMPLE	
FUNCIONAMIENTO Y CAPACIDAD INSTALADA	SI	NO
Presenta carta del representante legal, autenticada por notario, indicando que tiene la capacidad instalada, para prestar el servicio solicitado en la presente licitación.		
Presenta constancia emitida por la Asociación de Medios Publicitarios Salvadoreños (ASPM).		
Presenta constancia emitida por la Asociación Salvadoreña de Agencias de Publicidad (ASAP).		
Cinco (5) referencias emitidas por empresas, instituciones u organismos a los que haya suministrado servicios iguales o similares a los de la presente contratación (campañas o cuentas publicitarias. Dichas campañas, deben ser igual o mayor de US\$500,000 de inversión) durante el período del año 2016 al año 2020. Serán referencias satisfactorias, las calificadas de Muy Bueno a Excelente. Solo se evaluarán ofertas técnicas que presenten grado de satisfacción de Muy Bueno o Excelente (Si las referencias son calificadas de bueno o regular las ofertas técnicas presentadas obtendrán cero puntos.		
<p>Personal Clave asignado a trabajar con el Ministerio de Salud: Director de Cuentas, Director Creativo, Director de Medios y Director Digital.</p> <p>Cada profesional propuesto debe cumplir el perfil siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia: Cinco (5) Años (continua o alterna) como mínimo en el puesto propuesto. • Nivel académico: Graduado universitario de: diseño gráfico, comunicaciones, edición, marketing o carrera a fin. • Referencias laborales: Tres (3) referencias laborales que den constancia del desempeño laboral (Excelente o Muy Bueno) <p>Nota: Cada profesional propuesto debe cumplir con el perfil requerido, para lo cual, deberá presentar hoja de vida con los atestados correspondientes.</p>		

ASPECTOS A EVALUAR	CUMPLE	
EVALUACIÓN DE CAMPAÑA	SI	NO
Presenta racional creativo de una campaña demo basada en Brief proporcionado por el Ministerio de Salud.		
Presenta y justifica la idea creativa, sus elementos gráficos, colores, formas u otros elementos creativos.		
<p>Presenta propuesta creativa vinculada a lo solicitado en el Brief proporcionado por el Ministerio de Salud Pública, cumpliendo con los siguientes criterios:</p> <p>a) Diseño publicitario: cada uno de los elementos gráficos que se toman en cuenta, tanto imágenes como formas, colores, tipografía u otros elementos, han sido elegidos con una motivación determinada.</p> <p>b) Originalidad: es una propuesta única, no copia de otras estrategias realizadas por Ministerio de Salud o cualquier otra institución a escala nacional e internacional.</p> <p>c) Innovación: aporta elementos innovadores para crear vínculos con las audiencias.</p>		

d) Claridad: el mensaje en la propuesta creativa es fácil de identificar, comprensible y directo.		
Presenta los materiales de la campaña (spot, guiones para cuña de radio, piezas gráficas y otros que hayan sido contemplados en la propuesta del ofertante) diseñados con base a un mensaje central, de acuerdo al racional creativo y por ende al Brief de la campaña.		
Presenta una estrategia para medios digitales argumentando el tipo de contenido a utilizar, herramientas, recursos y canales.		

ASPECTOS A EVALUAR	CUMPLE	
	SI	NO
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN		
El ofertante deberá proponer un plan de medios basado en el BRIEF de la campaña DEMO solicitado (ver páginas 12-13) que contenga los siguientes medios: Televisión, Radio, Prensa Escrita, Vía Pública, Medios Digitales u otros medios de difusiones masivas o alternativas, que proponga la agencia. Se deben considerar los medios, franjas y programas de más alto rating, mayor alcance e impacto. El Plan de Medios contiene el detalle de los medios a contratar distribuidos por perfil y cobertura; horario de transmisión de los mensajes especificando franjas y/o espacios; total de impactos (cuñas, spot, etc.); costo unitario por cuña, spot, etc.; rating de franjas o espacios incluidos en el Plan. (10 puntos). Dentro del plan de medios se evaluará la capacidad de negociación del ofertante, brindando la mejor oferta posible al Ministerio de Salud (paquetes, costos especiales, bonificaciones y valores agregados)		
El Plan de medios presenta una idea creativa y de alto impacto, combinando de la mejor forma alcance - frecuencia; coberturas nacionales – departamentales, etc.; ayudando con ello el cumplimiento de los objetivos de comunicación.		
Presenta plan de medios digitales (periódicos digitales y redes sociales) Para este caso se deberá presentar medio, formatos, fecha de pauta, KPI o indicadores por formato, total de inversión y distribución de la pauta		
Presenta valores agregados y/o bonificaciones que se obtendrían por la pauta.		
TOTAL		

Firma del Ofertante
Sello del Proveedor

ANEXO N° 7: DECLARACIÓN DE MANTENIMIENTO DE LA OFERTA

Fecha: [indicar la fecha (día, mes y año) de presentación de la oferta]

SDC No. RECOVID-13-RFQ-NC denominada: "CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA, PARA EL COMBATE DE LA PANDEMIA CONTRA EL COVID-19".

Nosotros, los suscritos, declaramos que:

Entendemos que, de acuerdo con sus condiciones, las ofertas deberán estar respaldadas por una Declaración de Mantenimiento de la Oferta.

Aceptamos que automáticamente seremos declarados inelegibles para participar en cualquier SDC de contrato con el Comprador por un período de doce meses contados a partir de la fecha de presentación de ofertas, si violamos nuestra(s) obligación(es) bajo las condiciones de la oferta si:

- (a) retiráramos nuestra oferta durante el período de vigencia de la oferta especificado por nosotros en el Formulario de Oferta; o
- (b) si después de haber sido notificados de la aceptación de nuestra oferta durante el período de validez de la misma, (i) no ejecutamos o rehusamos ejecutar el formulario del Convenio de Contrato, si es requerido; o (ii) no suministramos o rehusamos suministrar la Garantía de Cumplimiento. (iii) no cumplimos con el suministro pactado o su modificativa.

Entendemos que esta Declaración de Mantenimiento de la Oferta expirara si no somos seleccionados, y cuando ocurra el primero de los siguientes hechos: (i) si recibimos una copia de su comunicación con el nombre del Ofertante seleccionado; o (ii) han transcurrido veintiocho días después de la expiración de nuestra oferta.

Firmada: [firma de la persona cuyo nombre y capacidad se indican].

En capacidad de [indicar la capacidad jurídica de la persona que firma la Declaración de Mantenimiento de la Oferta]

Nombre: [nombre completo de la persona que firma la Declaración de Mantenimiento de la Oferta]
Debidamente autorizado para firmar la oferta por y en nombre de: [nombre completo del Licitante]

Fechada el _____ día de _____ de 20_____ [indicar la fecha de la firma]

Sello Oficial de la Corporación (si corresponde)

ANEXO N° 8: DECLARACIÓN JURADA

Señores
Unidad de Gestión de Programas y Proyectos de Inversión
Presente

Atendiendo la invitación recibida para participar en el proceso de Solicitud de Cotización N° RECOVID-13-RFQ-NC Denominación “CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA, PARA EL COMBATE DE LA PANDEMIA CONTRA EL COVID-19”, para ser entregados en _____, detallados en los documentos adjuntos a esta carta.

Al presentar la propuesta como _____ (persona natural, persona jurídica o asociación, según aplique), declaro bajo juramento, que:

Me comprometo a entregar y proveer los servicios con sujeción a los requisitos que se estipulan en las Especificaciones Técnicas y por los precios detallados en mi Oferta.

Manifestamos con carácter de declaración jurada que: i) no tenemos conflicto de intereses, ii) nuestra empresa, sus afiliados o subsidiarias, incluyendo todos los subcontratistas o proveedores para ejecutar cualquier parte de la orden de Compra, no han sido declarados inelegibles por el Banco, bajo las leyes del país del COMPRADOR o normativas oficiales, y iii) no tenemos ninguna sanción del Banco o de alguna otra Institución Financiera Internacional (IFI).

Garantizo la veracidad y exactitud de la información y las declaraciones incluidas en los documentos de la oferta, formularios y otros anexos.

Me comprometo a no incurrir o denunciar cualquier acto relacionado con prácticas prohibidas que fuere de mi conocimiento durante el desarrollo del proceso.

Atentamente,

Nombre y firma del Representante Legal, Nombre de la Empresa
o persona natural
(Lugar y fecha)

ANEXO 9: Garantía de Cumplimiento de Contrato

A. Modelo de Garantía Bancaria

[El banco, a solicitud del Licitante seleccionado, deberá completar este formulario de acuerdo con las instrucciones indicadas].

[Membrete del Garante o código de identificación SWIFT]

Beneficiario: *[indique el nombre y la dirección del Comprador]*

Fecha: *[indique la fecha de la emisión]*

GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO N.º: *[indique el número de referencia de la Garantía]*

Garante: *[indique el nombre y la dirección del lugar de emisión, salvo que figure en el membrete]*

Se nos ha informado que *[indique el nombre del Proveedor; si se trata de una Asociación en Participación, Consorcio o Asociación, será el nombre de esta]* (en adelante, el “Solicitante”) ha celebrado el Contrato n.º *[indique el número de referencia del Contrato]*, de fecha *[indique fecha]*, con el Beneficiario para el suministro de *[indique nombre del Contrato y breve descripción de los Bienes para el sector de la salud y los Servicios Conexos]* (en adelante, el “Contrato”).

Además, entendemos que, de acuerdo con las condiciones del Contrato, se requiere una Garantía de Cumplimiento.

A pedido del Solicitante, nosotros, en calidad de Garantes, por medio de la presente nos obligamos irrevocablemente a pagar al Beneficiario una suma (o sumas) que no exceda/n un monto total de *[indique la(s) suma(s) en cifras y en letras]*¹. Dicha(s) suma(s) se pagará(n) en los mismos tipos y proporciones de las monedas en las que se deba pagar el Precio del Contrato, al recibir la correspondiente solicitud del Beneficiario, respaldada por una declaración, ya sea en la misma demanda o en un documento aparte firmado que la acompañe o haga referencia a ella, en la que se indique que el Solicitante incumplió sus obligaciones en virtud del Contrato, sin que el Beneficiario tenga que probar o aducir causa o razón alguna de su solicitud o de la suma especificada en ella.

¹ *El Garante deberá especificar una suma que represente el porcentaje del monto aceptado del Contrato que se detalla en la Carta de Aceptación y que esté denominada ya sea en la/s moneda/s del Contrato o en una moneda de libre convertibilidad aceptable para el Beneficiario.*

Esta Garantía tendrá una vigencia de días contados a partir de la distribución del contrato, la cual vencerá a más tardar el de de ... ², y cualquier solicitud de pago que se presente en virtud de ella deberá recibirse en las oficinas indicadas más arriba en esta fecha o antes.

Esta garantía está sujeta a las Reglas Uniformes de la CCI sobre Garantías a Primer Requerimiento (URDG), revisión de 2010, publicación n.º 758 de la CCI; queda excluida de la presente la declaración de respaldo del inciso (a) del artículo 15 de dichas Reglas.

[Firma/s]

Nota: Todo el texto en cursiva (con inclusión de las notas al pie de página) se incluye para ayudar a preparar este formulario y deberá suprimirse del documento final.

² *Consigne una fecha 28 días posterior a la fecha prevista para el cumplimiento, como se describe en la cláusula 18.4 de las CGC. El Comprador deberá advertir que, en caso de prórroga del plazo para cumplimiento del Contrato, el Comprador tendrá que solicitar al Garante una prórroga de esta Garantía. Dicha solicitud deberá hacerse por escrito y presentarse antes de la fecha de vencimiento establecida en la Garantía. Al preparar esta Garantía, el Comprador podría considerar agregar el siguiente texto en el formulario, al final del penúltimo párrafo: "El Garante acepta prorrogar por única vez esta Garantía, por un período no superior a [seis meses] [un año], en respuesta al pedido de prórroga cursado por escrito por el Beneficiario y presentado al Garante antes del vencimiento de la Garantía".*

B. Modelo de Fianza

[El Garante/ Oferente seleccionado que presenta esta fianza deberá completar este formulario de acuerdo con las instrucciones indicadas en corchetes, si el Contratante solicita este tipo de garantía]

Por esta Fianza *[indicar el nombre del Principal]* como Obligado Principal (en adelante denominado “el Proveedor”) y *[indicar el nombre del Fiador]* como Fiador (en adelante denominado “el Fiador”), se obligan firme, conjunta y solidariamente a sí mismos, así como a sus herederos, ejecutores, administradores, sucesores y cesionarios, ante *[indicar el nombre del Comprador]* como Obligante (denominado en lo sucesivo “el Comprador”) por el monto de *[indicar el monto en letras y números]*, cuyo pago deberá hacerse correcta y efectivamente en los tipos y proporciones de monedas en que sea pagadero el Precio del Contrato.

POR CUANTO el Proveedor ha celebrado un Contrato escrito con el Comprador el día_ de _____ de 20 _____, por *[nombre del contrato y breve descripción de los Bienes y Servicios Conexos]*, de conformidad con los documentos, planos, especificaciones y enmiendas respectivas, los cuales, en la medida aquí contemplada, forman parte de la presente fianza a modo de referencia y se denominan en lo sucesivo el Contrato. Esta Garantía tendrá una vigencia de días contados a partir de la distribución del contrato, la cual vencerá a más tardar el de de ...

POR CONSIGUIENTE, la condición de esta obligación es tal que, si el Proveedor cumple oportuna y debidamente el Contrato mencionado (incluidas cualesquiera enmiendas al mismo), esta obligación carecerá de validez y efecto; de lo contrario, se mantendrá con plena validez y vigencia. Si el Proveedor incumple alguna disposición del Contrato, y el Comprador así lo declara y cumple sus propias obligaciones en virtud del Contrato, el Fiador podrá remediar el incumplimiento sin demora o deberá sin demora:

- (1) finalizar el Contrato de conformidad con los términos y condiciones establecidos; u
- (2) obtener una o más Ofertas de oferentes calificados, para presentarlas al Comprador con vistas a la terminación del Contrato de conformidad con los términos y condiciones del mismo, y una vez que el Comprador y el Fiador decidan respecto del Oferente con la oferta evaluada como la más baja que se ajuste a las condiciones, hacer un Contrato entre dicho Oferente y el Comprador y facilitar, conforme avance el trabajo (aun cuando exista una situación de incumplimiento o una serie de incumplimientos en virtud del Contrato o Contratos de terminación concertados con arreglo a este párrafo), fondos suficientes para sufragar el costo de terminación menos el saldo del Precio del Contrato; pero sin exceder, incluidos otros gastos e indemnizaciones que puedan ser responsabilidad del Fiador en virtud de esta Fianza, el monto que se señala en el primer párrafo de la presente Fianza. El término “Saldo del Precio del Contrato,” conforme se usa en este párrafo, significará el importe total que deberá pagar el Comprador al Proveedor en virtud del Contrato, menos el monto que haya pagado debidamente el Comprador al Proveedor; o

- (3) pagar al Comprador el monto exigido por éste para finalizar el Contrato de conformidad con los términos y condiciones establecidos en el mismo, por un total máximo que no supere el de esta Fianza.

El Fiador no será responsable por un monto mayor que el de la penalización especificada en esta Fianza.

Cualquier demanda al amparo de esta Fianza deberá entablarse antes de transcurrido un año desde la fecha de emisión del Certificado de Recepción.

Esta Fianza no crea ningún derecho de acción o de uso para otras personas o firmas que no sean el Comprador definido en el presente documento o sus herederos, ejecutores, administradores, sucesores y cesionarios.

En testimonio de lo cual, el Proveedor ha firmado y sellado la presente Fianza y el Fiador ha estampado en ella su sello debidamente certificado con la firma de su representante legal, en el día de la fecha, ____ de _____ de 20 _____.

FIRMADO EL _____ en nombre de _____
Por _____ en carácter de _____

En presencia de _____

FIRMADO EL _____ en nombre de _____

Por _____ en carácter de _____

En presencia de _____

ANEXO 10: Modelo de Contrato

Nosotros, _____, mayor de edad, _____, de este domicilio, portadora de mi Documento Único de Identidad Número _____, con Número de Identificación Tributaria _____; actuando en nombre y representación del Ministerio de Salud, con Número de Identificación Tributaria cero seiscientos catorce – cero diez mil ciento veintidós – cero cero tres – dos, personería que compruebo con la siguiente documentación:

_____, y que para los efectos de este Contrato me denominaré **MINISTERIO DE SALUD**, o simplemente **EL MINSAL**, o **EL “CONTRATANTE”**, con domicilio legal en Calle Arce No. 827, San Salvador; y _____, mayor de edad, _____, del domicilio de _____, portador de mi Documento Único de Identidad Número _____, y Número de Identificación Tributaria _____, actuando como _____, con Tarjeta de Identificación Tributaria Número _____, y que en lo sucesivo me denominaré **“EL PROVEEDOR”**, calidad que es acreditada mediante: ____.

En consecuencia, el compareciente se encuentra facultado para suscribir actos como el presente; que en lo sucesivo del presente instrumento se denominará **“EL PROVEEDOR”**; por lo que en el carácter con que comparecemos convenimos en celebrar el presente Contrato de acuerdo a las siguientes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMERA: BASE LEGAL. El presente Contrato se suscribe en base a la Donación _____, y suscrita por la Titular del MINSAL y los representantes del _____.

CLÁUSULA SEGUNDA: OBJETO. EL PROVEEDOR se obliga a _____, de acuerdo a la forma, especificaciones y cantidades acordadas para la presente contratación, de la siguiente forma:

Es claramente entendido, que los precios unitarios establecidos en la oferta del PROVEEDOR son inalterables y se mantienen firmes hasta el cumplimiento de las obligaciones contractuales.

CLAUSULA TERCERA: DOCUMENTOS CONTRACTUALES. Forman parte integrante de este Contrato, con plena fuerza obligatoria para las partes, los documentos siguientes: a) El Documento de _____ No. _____, y las enmiendas y aclaraciones si hubieren; b) La Oferta del Proveedor; c) La Resolución de Adjudicación No. _____ de fecha _____; d) Las Resoluciones Modificativas si las hubiere; e) La Garantía. En caso

de alguna discrepancia o inconsistencia entre los documentos contractuales y el Contrato, prevalecerá el Contrato.

CLÁUSULA CUARTA: PLAZO. EL PROVEEDOR se obliga a _____ por el plazo de _____ contados a partir de la distribución del contrato.

CLÁUSULA QUINTA: PRECIO DEL CONTRATO. El monto total para el pago de los ____ objeto del citado contrato, es por la cantidad de _____ (US\$ _____) monto que incluye el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios (IVA).

CLÁUSULA SEXTA: LUGAR Y FORMA DE ENTREGA. EL PROVEEDOR se obliga a entregar _____. **ADMINISTRACIÓN DE CONTRATO:** La administración y Seguimiento del Contrato, será de conformidad a lo establecido _____, la cual corresponde a la Unidad Solicitante o a la persona que esta delegue, _____

CLÁUSULA SÉPTIMA: FORMA DE PAGO. _____.

CLÁUSULA OCTAVA: PAGO. El pago del ____ bajo el presente Contrato será cargado al Cifrado Presupuestario siguiente: _____, Categoría de Inversión No. _____.

CLÁUSULA NOVENA: GARANTÍAS. _____ (Cuando Aplique)

CLÁUSULA DÉCIMA: FRAUDE Y CORRUPCIÓN. 1.1 El Banco exige que los prestatarios (incluidos los beneficiarios del financiamiento del Banco), licitantes/proponentes/postulantes, consultores, contratistas y proveedores, subcontratistas, subconsultores, prestadores de servicios o proveedores y agentes (hayan sido declarados o no), así como los miembros de su personal, observen los más altos niveles éticos durante el proceso de adquisición, selección y ejecución correspondiente a contratos financiados por el Banco y se abstengan de cometer actos de fraude o corrupción. 1.2 Con ese fin, el Banco:

a. Define de la siguiente manera, a los efectos de esta disposición, las expresiones que se indican a continuación: i. por “práctica corrupta” se entiende el ofrecimiento, entrega, aceptación o solicitud directa o indirecta de cualquier cosa de valor con el fin de influir indebidamente en el accionar de otra parte; ii. por “práctica fraudulenta” se entiende cualquier acto u omisión, incluida la tergiversación de información, con el que se engañe o se intente engañar en forma deliberada o imprudente a una parte con el fin de obtener un beneficio financiero o de otra índole, o para evadir una obligación; iii. por “práctica colusoria” se entiende todo arreglo entre dos o más partes realizado con la intención de alcanzar un propósito indebido, como el de influir de forma indebida en el accionar de otra

parte; iv. por “práctica coercitiva” se entiende el perjuicio o daño o la amenaza de causar perjuicio o daño directa o indirectamente a cualquiera de las partes o a sus bienes para influir de forma indebida en su accionar; v. por “práctica obstructiva” se entiende: a) la destrucción, falsificación, alteración u ocultamiento deliberado de pruebas materiales referidas a una investigación o el acto de dar falsos testimonios a los investigadores para impedir materialmente que el Banco investigue denuncias de prácticas corruptas, fraudulentas, coercitivas o colusorias, o la amenaza, persecución o intimidación de otra parte para evitar que revele lo que conoce sobre asuntos relacionados con una investigación o lleve a cabo la investigación, o b) los actos destinados a impedir materialmente que el Banco ejerza sus derechos de inspección y auditoría establecidos en el párrafo 2.2 e), que figura a continuación. b. Rechazará toda propuesta de adjudicación si determina que la empresa o persona recomendada para dicha adjudicación o alguno de los miembros de su personal, de sus agentes, subconsultores, subcontratistas, prestadores de servicios, proveedores o empleados, ha participado, directa o indirectamente, en prácticas corruptas, fraudulentas, colusorias, coercitivas u obstructivas para competir por el contrato en cuestión.

c. Además de utilizar los recursos legales establecidos en el convenio legal pertinente, podrá adoptar otras medidas adecuadas, entre ellas declarar que las adquisiciones no se han realizado conforme a los procedimientos convenidos, si determina en cualquier momento que los representantes del Prestatario o de un receptor de una parte de los fondos del préstamo participaron en prácticas corruptas, fraudulentas, colusorias, coercitivas u obstructivas durante el proceso de adquisición, selección o ejecución del contrato en cuestión, y que el Prestatario no tomó medidas oportunas y adecuadas, satisfactorias para el Banco, para abordar dichas prácticas cuando estas ocurrieron, como informar oportunamente a este último al tomar conocimiento de los hechos.

d. En cumplimiento de las Normas contra la Corrupción del Banco, y de conformidad con sus políticas y procedimientos sobre sanciones vigentes, podrá sancionar a una empresa o persona, en forma indefinida o durante un período determinado, lo que incluye declarar públicamente a dicha firma o persona inelegibles para: i) obtener la adjudicación o recibir cualquier beneficio, ya sea financiero o de otra índole, de un contrato financiado por el Banco ; ii) ser nominada como subcontratista, consultor, fabricante o proveedor, o prestador de servicios de una firma elegible a la cual se le haya adjudicado un contrato financiado por el Banco; y iii) recibir los fondos de un préstamo del Banco o participar en la preparación o la ejecución de cualquier proyecto financiado por el Banco.

e. Requiere que en los documentos de licitación/solicitud de propuestas y en los contratos financiados por préstamos del Banco se incluya una cláusula que exija que i) los licitantes/proponentes/postulantes, consultores, contratistas y proveedores, y sus respectivos subcontratistas, subconsultores, prestadores de servicios, proveedores, agentes y miembros del personal, permitan que el Banco inspeccione todas sus cuentas, registros y otros documentos relacionados con el proceso de adquisición, selección y/o la ejecución de contratos, y los someta a la auditoría de profesionales designados por este.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMERA: RETRASO EN LA ENTREGA. El Ministerio de Salud por medio de la autoridad competente, podrá conceder prórroga para la entrega de lo pactado, mediante Resolución Razonada firmada por el titular, únicamente si el retraso del PROVEEDOR se debiera a causas no imputables al mismo, debidamente comprobado, para lo cual tendrá derecho a solicitar y a que se le conceda una prórroga equivalente al tiempo perdido y el mero retraso no dará derecho al PROVEEDOR a reclamar una compensación económica adicional. La solicitud deberá ser dirigida por escrito a la persona encargada de la Administración del Contrato, el mismo día de conocido el hecho que causa el retraso, dicha solicitud debe efectuarse QUINCE (15) días hábiles, antes de expirar el plazo de entrega contratada, presentando por escrito las pruebas que motiven su petición.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: MULTAS E INTERESES POR ATRASO.

a) Para el caso de incumplimiento del plazo de entrega establecido, se aplicará al PROVEEDOR una multa de 0.5% del monto del Contrato por cada semana de atraso en la entrega de los _____, hasta un máximo del 10% del monto del Contrato.

b) Si el Comprador no efectuará cualquiera de los pagos al PROVEEDOR en el periodo de pago establecido, el Comprador pagará al PROVEEDOR un interés de 0.016% del monto del pago atrasado por día de atraso.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCERA: SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS. Cualquier disputa, controversia o reclamo generado por o en relación con este Contrato por incumplimiento, rescisión o anulación del mismo, deberán ser sometida en los tribunales comunes del país del Comprador

CLÁUSULA DÉCIMA CUARTA: TERMINACIÓN DEL CONTRATO. EL CONTRATANTE tendrá derecho a rescindir el Contrato, mediante comunicación enviada al PROVEEDOR por cualquiera de las siguientes razones:

- a. Actúe con dolo, culpa grave o reiterada negligencia en el cumplimiento de sus obligaciones.

- b. A juicio del CONTRATANTE haya empleado prácticas corruptas, fraudulentas, colusivas, coercitivas u obstructivas de acuerdo a lo establecido en el presente contrato.
- c. La mora DEL PROVEEDOR en el cumplimiento del plazo de entrega del suministro o de cualquier otra obligación contractual, no obstante encontrarse dentro del plazo de imposición de multa.
- c. EL PROVEEDOR entregue el suministro en inferior calidad a lo ofertado o no cumpla con las condiciones pactadas en este Contrato.
- d. Por mutuo acuerdo entre ambas partes.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA: MODIFICACIONES. Si en la ejecución del presente Contrato hubiere necesidad de introducir modificaciones al mismo, que no afecten el objeto del Contrato, éstas se llevarán a cabo mediante Resolución Ministerial firmada por La Titular del MINSAL; y las que afecten el objeto del Contrato como incremento y disminución del mismo, únicamente podrán llevarse a cabo a través de Resolución Modificativa de Contrato, firmada por ambas partes.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA: VIGENCIA. La vigencia de este Contrato será a partir de la distribución del mismo y finalizará treinta (30) días adicionales, después de que la Unidad Solicitante o la persona encargada de la Administración del Contrato, hayan firmado el Acta de Recepción de haber recibido los _____ a entera satisfacción del MINSAL.

CLAUSULA DÉCIMA SÉPTIMA: NOTIFICACIONES. Las notificaciones entre las partes deberán hacerse por escrito y tendrán efecto a partir de la fecha de su recepción en las direcciones que a continuación se indican: El MINSAL en: Urbanización Lomas de Altamira, Boulevard Altamira y Avenida República de Ecuador, No. 33, San Salvador, y El PROVEEDOR en: _____. Teléfono _____, correo electrónico _____. En fe de lo cual firmamos el presente contrato en la ciudad de San Salvador, a los _____ días del mes de _____ de dos mil _____.

MINISTRA DE SALUD

PROVEEDOR

Apéndice No. 1: Fraude y Corrupción

1.1 El Banco exige que los prestatarios (incluidos los beneficiarios del financiamiento del Banco), licitantes/proponentes/postulantes, consultores, contratistas y proveedores, subcontratistas, subconsultores, prestadores de servicios o proveedores y agentes (hayan sido declarados o no), así como los miembros de su personal, observen los más altos niveles éticos durante el proceso de adquisición, selección y ejecución correspondiente a

contratos financiados por el Banco y se abstengan de cometer actos de fraude o corrupción.

1.2 Con ese fin, el Banco:

- a. Define de la siguiente manera, a los efectos de esta disposición, las expresiones que se indican a continuación:
 - i. por “práctica corrupta” se entiende el ofrecimiento, entrega, aceptación o solicitud directa o indirecta de cualquier cosa de valor con el fin de influir indebidamente en el accionar de otra parte;
 - ii. por “práctica fraudulenta” se entiende cualquier acto u omisión, incluida la tergiversación de información, con el que se engañe o se intente engañar en forma deliberada o imprudente a una parte con el fin de obtener un beneficio financiero o de otra índole, o para evadir una obligación;
 - iii. por “práctica colusoria” se entiende todo arreglo entre dos o más partes realizado con la intención de alcanzar un propósito indebido, como el de influir de forma indebida en el accionar de otra parte;
 - iv. por “práctica coercitiva” se entiende el perjuicio o daño o la amenaza de causar perjuicio o daño directa o indirectamente a cualquiera de las partes o a sus bienes para influir de forma indebida en su accionar;
 - v. por “práctica obstructiva” se entiende:
 - a) la destrucción, falsificación, alteración u ocultamiento deliberado de pruebas materiales referidas a una investigación o el acto de dar falsos testimonios a los investigadores para impedir materialmente que el Banco investigue denuncias de prácticas corruptas, fraudulentas, coercitivas o colusorias, o la amenaza, persecución o intimidación de otra parte para evitar que revele lo que conoce sobre asuntos relacionados con una investigación o lleve a cabo la investigación, o
 - b) los actos destinados a impedir materialmente que el Banco ejerza sus derechos de inspección y auditoría establecidos en el párrafo 2.2 e), que figura a continuación.
- b. Rechazará toda propuesta de adjudicación si determina que la empresa o persona recomendada para dicha adjudicación o alguno de los miembros de su personal, de sus agentes, subconsultores, subcontratistas, prestadores de servicios, proveedores o empleados, ha participado, directa o indirectamente, en prácticas corruptas, fraudulentas, colusorias, coercitivas u obstructivas para competir por el contrato en cuestión.
- c. Además de utilizar los recursos legales establecidos en el convenio legal pertinente, podrá adoptar otras medidas adecuadas, entre ellas declarar que las adquisiciones no se han realizado conforme a los procedimientos convenidos, si determina en cualquier momento que los representantes del Prestatario o de un receptor de una parte de los fondos del préstamo participaron en prácticas corruptas, fraudulentas, colusorias, coercitivas u obstructivas durante el proceso de adquisición, selección o ejecución del contrato en cuestión, y que el Prestatario no tomó medidas oportunas y adecuadas, satisfactorias para el Banco, para abordar dichas prácticas cuando estas ocurrieron, como informar oportunamente a este último al tomar conocimiento de los hechos.
- d. En cumplimiento de las Normas contra la Corrupción del Banco, y de conformidad con sus políticas y procedimientos sobre sanciones vigentes, podrá sancionar a una empresa o persona, en forma indefinida o durante un período determinado, lo que incluye declarar públicamente a dicha firma o persona inelegibles para: i) obtener la

adjudicación o recibir cualquier beneficio, ya sea financiero o de otra índole, de un contrato financiado por el Banco³; ii) ser nominada⁴ como subcontratista, consultor, fabricante o proveedor, o prestador de servicios de una firma elegible a la cual se le haya adjudicado un contrato financiado por el Banco; y iii) recibir los fondos de un préstamo del Banco o participar en la preparación o la ejecución de cualquier proyecto financiado por el Banco.

- e. Requiere que en los documentos de licitación/solicitud de propuestas y en los contratos financiados por préstamos del Banco se incluya una cláusula que exija que i) los licitantes/proponentes/postulantes, consultores, contratistas y proveedores, y sus respectivos subcontratistas, subconsultores, prestadores de servicios, proveedores, agentes y miembros del personal, permitan que el Banco inspeccione⁵ todas sus cuentas, registros y otros documentos relacionados con el proceso de adquisición, selección y/o la ejecución de contratos, y los someta a la auditoría de profesionales designados por este.

³ A fin de disipar toda duda al respecto, la inelegibilidad de una parte sancionada en relación con la adjudicación de un Contrato incluirá, sin que la enumeración sea exhaustiva: i) presentar una solicitud de precalificación, expresar interés en una consultoría, y participar en una licitación, ya sea directamente o en calidad de subcontratista nominado, consultor nominado, fabricante o proveedor nominado, o prestador de servicios nominado, con respecto a dicho Contrato, y ii) firmar una enmienda mediante la cual se introduzca una modificación sustancial en cualquier Contrato existente.

⁴ Un subcontratista nominado, consultor nominado, fabricante o proveedor nominado, o prestador de servicios nominado (se utilizan diferentes nombres según el Documento de Licitación del que se trate) es uno que: i) ha sido incluido por el Licitante en su solicitud de precalificación u Oferta por aportar experiencia y conocimientos técnicos específicos y esenciales que permiten al Licitante cumplir con los requisitos de calificación para la Oferta particular; o ii) ha sido designado por el Prestatario.

⁵ Las inspecciones que se llevan a cabo en este contexto suelen ser de carácter investigativo (es decir, forense). Consisten en actividades de constatación realizadas por el Banco o por personas nombradas por este para abordar asuntos específicos relativos a las investigaciones/auditorías, como determinar la veracidad de una denuncia de fraude y corrupción a través de los mecanismos adecuados. Dicha actividad incluye, entre otras cosas, acceder a la información y los registros financieros de una empresa o persona, examinarlos y hacer las copias que corresponda; acceder a cualquier otro tipo de documentos, datos e información (ya sea en formato impreso o electrónico) que se considere pertinente para la investigación/auditoría, examinarlos y hacer las copias que corresponda; entrevistar al personal y otras personas; realizar inspecciones físicas y visitas al Emplazamiento, y someter la información a la verificación de un tercero.

