

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y ACTIVIDADES COMUNICACIONALES No. 020-2019

"SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS QUE PERMITAN MANTENER EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL, ASÍ COMO LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P."

(RI-SCSOF-CFNGYE-001-2019)

Comparecen a la celebración del presente contrato, por una parte la **CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P.**, representada por la Ing. Grace Ivonne Rodríguez Barcos, en su calidad de Gerente Administrativa, quien actúa debidamente autorizada por la delegación otorgada por el Gerente General de la Institución, contenida en Resolución No. **CFN-B.P.-GG-2019-0041-R** de fecha 22 de abril de 2019, a quien en adelante se le denominará la **CONTRATANTE** o la **CFN**; y,

Por otra parte la compañía **PARADAIS S.A.**, representada por el Señor Kleber José Cevallos Zambrano, en su calidad de Representante Legal, según nombramiento inscrito en el Registro Mercantil de Guayaquil que acompaña como habilitante, a quien en adelante se lo denominará la **CONTRATISTA**. Las partes se obligan en virtud del presente contrato, al tenor de las siguientes cláusulas:

Cláusula Primera.- INTERPRETACIÓN DEL CONTRATO

1.1. Los términos del contrato se interpretarán en su sentido literal, a fin de revelar claramente la intención de los contratantes. En todo caso su interpretación sigue las siguientes normas:

- a. Cuando los términos están definidos en la normativa del Sistema Nacional de Contratación Pública, Reglamento Interno de Contrataciones por Giro Específico de Negocio de la Corporación Financiera Nacional B.P. o en este contrato, se atenderá su tenor literal.
- b. Si no están definidos se estará a lo dispuesto en el contrato en su sentido natural y obvio, de conformidad con el objeto contractual y la intención de los contratantes. De existir contradicciones entre el contrato y los documentos del mismo, prevalecerán las normas del contrato.
- c. El contexto servirá para ilustrar el sentido de cada una de sus partes, de manera que haya entre todas ellas la debida correspondencia y armonía.
- d. En su falta o insuficiencia se aplicarán las normas contenidas en el Título XIII del Libro IV de la Codificación del Código Civil, "De la Interpretación de los Contratos".

1.2. Definiciones: En el presente contrato, los siguientes términos serán interpretados de la manera que se indica a continuación:

- a. "Adjudicatario", es el oferente a quien la entidad contratante le adjudica el contrato.
- b. "Contratista", es el oferente adjudicatario.
- c. "Contratante" "Entidad Contratante", es la entidad pública que ha tramitado el procedimiento del cual surge o se deriva el presente contrato.
- d. "LOSNCP", Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.
- e. "RGLOSNCP", Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

- f. "RICGNCFNBP", Reglamento Interno de Contrataciones por Giro Específico de Negocio de la Corporación Financiera Nacional B.P.
- g. "Ofertante", es la persona natural o jurídica, asociación o consorcio que presenta una "oferta", en atención al procedimiento de contratación.
- h. "Oferta", es la propuesta para contratar, cañida al pliego, presentada por el oferente a través de la cual se obliga, en caso de ser adjudicada, a suscribir el contrato y a la provisión de bienes o prestación de servicios.
- i. "SERCOP", Servicio Nacional de Contratación Pública.

Clausula Segunda.- ANTECEDENTES

2.1. De conformidad con lo establecido en el artículo 8 del Reglamento Interno de Contratación por Giro Específico de Negocio de la CFN B.P., en concordancia con los artículos 22 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública -LOSNPC-, y 25 y 26 de su Reglamento General -RGLOSNPC-, el Plan Anual de Contrataciones de la CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P., contempla el proceso de contratación para el **"SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS QUE PERMITAN MANTENER EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL, ASÍ COMO LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P."**

2.2. Previo a informes y estudios respectivos, la delegada de la máxima autoridad de la CONTRATANTE, mediante sumilla inserta en el memorando Nro. CFN-BP.-SCOP-2019-0366-M de fecha 24 de julio de 2019, autorizó el inicio del proceso de Selección de Oferta para el **SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS QUE PERMITAN MANTENER EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL, ASÍ COMO LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P.**, de conformidad con lo previsto en la Sección II "Del procedimiento de Selección de Ofertas para las contrataciones de productos, servicios y actividades comunicacionales", del Reglamento Interno de Contrataciones por Giro Específico de Negocio de la Corporación Financiera Nacional B.P.

2.3. Cabe indicar que mediante documento 2019-GPCR2-00260, de fecha 24 de julio de 2019, la Gerencia de Presupuesto y Control, certificó que con cargo a la siguiente partida presupuestaria No. 45031502 denominada **"PUBLICIDAD"** existen los fondos suficientes para la contratación del **SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS QUE PERMITAN MANTENER EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL, ASÍ COMO LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P.**

2.4. De acuerdo a lo establecido en el numeral 2 del Art 102 del Reglamento Interno de Contrataciones por Giro Específico de Negocio de la Corporación Financiera Nacional B.P., la Ing. Grace Rodríguez Barcos, en su calidad de delegada de la máxima autoridad de la Contratante, mediante resolución Nro. **CFN-B.P.-GEAD-2019-00090-R** de fecha 25 de julio de 2019, resolvió aprobar el pliego precontractual y disponer el inicio del proceso de Selección e Oferta Nro. **RI-SCSOF-CFNGYE-001-2019**, para la contratación del **SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS QUE PERMITAN MANTENER EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL, ASÍ COMO LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P.**

2.5. Con fecha 25 de julio del 2019, se publicó en la página web de la CFN B.P. (<https://www.cfn.fin.ec/cfn.-contrata/>), la respectiva invitación, así como los pliegos del proceso **Procedimiento de Selección de Ofertas para las Contrataciones de Productos, Servicios y Actividades Comunicacionales**, en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 16 del Reglamento Interno de Contrataciones por Giro Específico de Negocio de la CFN B.P.

2.6. Luego del procedimiento correspondiente, la delegada de la máxima autoridad de la CONTRATANTE, mediante Resolución Nro. **CFN-B.P.-GEAD-2019-0109-R**, de fecha 19 de agosto de 2019, adjudicó el contrato para la **"ADQUISICIÓN, INSTALACIÓN Y PUESTA EN FUNCIONAMIENTO DE LOS EQUIPOS DE CLIMATIZACIÓN PARA EL SALÓN MULTIFUNCIONAL Y AUDITORIO DEL EDIFICIO MATRIZ DE LA CFN B.P."** a PARADAIS S.A., con RUC 0992657677001, por el valor de \$1,714,800.00 (Un millón setecientos catorce mil ochocientos 00/100 Dólares Americanos) más IVA. De conformidad con lo estipulado en Art. 24 y 102 numeral 7 del Reglamento Interno de Contrataciones por Giro Específico de Negocio de la Corporación Financiera Nacional B.P.,

Cláusula Tercera.- DOCUMENTOS DEL CONTRATO

Forman parte integrante del contrato los siguientes documentos:

- a) El pliego (Condiciones Particulares del Pliego CPP y Condiciones Generales del Pliego CGP del Proceso de Invitación y Selección), publicados en la página web de la CFN B.P. (<https://www.cfn.fin.ec/cfn.-contrata/>), incluyendo las especificaciones técnicas del servicio contratado.
- b) La certificación de Fondos 2019-GPCR2-00269, de fecha 24 de julio de 2019 emitida por el Mgs. Francisco López M, Gerente de Presupuesto y Control, que acredita la existencia de la partida presupuestaria y disponibilidad de recursos, para el cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato
- c) La oferta presentada por la CONTRATISTA, con todos los documentos que la conforman.
- d) La Resolución de Adjudicación Nro. **CFN-B.P.-GEAD-2019-0109-R**, de fecha 19 de agosto de 2019.
- e) Nombramiento, copias de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación del representa legal.

Cláusula Cuarta.- OBJETO DEL CONTRATO

4.1. La CONTRATISTA se obliga para con la CONTRATANTE a la ejecución del contrato para el **"SERVICIO DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS QUE PERMITAN MANTENER EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL, ASÍ COMO LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL B.P."** a entera satisfacción de la contratante, según las características y especificaciones técnicas o términos de referencia constantes en los pliegos y en la oferta, que se agregan y forman parte integrante de este contrato.

4.1.2. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

Objetivo General

Continuar informando a los grupos objetivos, que la CFN B.P. cuenta con recursos para otorgar créditos para el desarrollo de los sectores productivos mediante productos acorde a las necesidades de estos sectores.

Objetivos Específicos

- Evidenciar la gestión de CFN B.P. en el desarrollo económico y social del país.
- Dar a conocer productos y servicios de la CFN B.P.
- Contribuir en la reactivación económicamente de los sectores productivos, y de servicio del país.

4.2. ALCANCE:

Las campañas publicitarias a difundirse permitirán demostrar al público en general, que la CFN B.P. es una entidad ágil, que se encuentra en continua mejora e innovación de los productos y servicios que ofrece a los ciudadanos, así como también, que cuenta con los recursos necesarios para otorgar créditos y así reactivar productivamente a los sectores que dinamizan la economía del país con productos, servicios y con los mejores beneficios para sus clientes.

4.3. METODOLOGÍA DE TRABAJO

La agencia de publicidad para la ejecución del presente contrato, deberá considerar la siguiente Metodología:

Concepto técnico y metodológico:

El concepto técnico y metodológico del servicio deberá contemplar lo siguiente:

1. CRONOGRAMA DE TRABAJO:

La agencia de publicidad dentro del plazo máximo de 5 días contados a partir de la suscripción del contrato, deberá presentar al Administrador del Contrato, el respectivo cronograma de actividades en función de las necesidades de la CFN B.P., el cual deberá ser aprobado también por la Gerencia de Mercadeo y Comunicación, con la finalidad de definir fechas de entrega y orden cronológico de los productos esperados.

Cabe indicar que por necesidades institucionales dicho cronograma de trabajo podrá ser modificado previo acuerdo de las tres partes.

2. CAMPAÑAS PUBLICITARIAS:

La agencia de publicidad deberá desarrollar a solicitud de la CFN B.P. las siguientes campañas publicitarias:

- Campañas publicitarias de productos o servicios o campañas institucionales en medios tradicionales:

Estas campañas servirán para posicionar los beneficios de los productos y servicios que ofrece la institución y para mantener el posicionamiento de la marca CFN B.P. Serán 4 campañas en total.

- Campañas publicitarias de productos o servicios o campañas institucionales en redes sociales:

Estas campañas servirán para posicionar los beneficios de los productos y servicios que ofrece la institución y para mantener el posicionamiento de la marca CFN B.P. en redes sociales. Serán 17 campañas en total.

3. CONCEPTO CREATIVO DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS:

Durante la ejecución del contrato, y conforme al brief proporcionado por el Administrador del contrato, la agencia de publicidad deberá trabajar en conceptos creativos según el tipo de campaña publicitaria, que permitan llegar directamente al grupo objetivo, considerando lo siguiente:

- o El concepto creativo de campañas;
- o El tipo de comunicación;
- o El eje de campañas.

4 PIEZAS DE LAS CAMPAÑAS:

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad para la elaboración de piezas de las campañas publicitarias, deberá tomar en cuenta lo que se indica a continuación:

- a) En el diseño, creación y producción de las piezas publicitarias, la agencia de publicidad deberá considerar la utilización de un vocabulario entendible y de fácil asimilación, especialmente para sectores económicos medio, medio alto y alto.
- b) El diseño y todas las piezas correspondientes a cada una de las campañas, deberán ser aprobadas por el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación y por el administrador de contrato, previo a la publicación de las mismas.
- c) El pauta y publicación en medios radiales, televisivos, vía pública, impresos, redes sociales, medios digitales y webs de alto tráfico deberá hacerse en medios de mayor sintonía o influencia, especialmente de sectores económicos medio, medio alto y alto en las distintas ciudades del país.
- d) La agencia de publicidad deberá considerar la creatividad original sobre el diseño de las piezas, no se aceptarán ideas plagiadas. En cuanto a la propiedad de las piezas, y tal como se lo indica en los presentes términos de referencia, se contempla el derecho de la CFN sobre su propiedad.
- e) El uso de imagen, fotografía de los modelos y líneas gráficas, serán de propiedad de la CFN B.P. y podrán ser usadas en futuras piezas publicitarias, conforme al acuerdo de propiedad intelectual suscrito por el contratista.

5 PRODUCCIÓN DE PIEZAS:

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad deberá trabajar en la producción de campañas publicitarias para dar a conocer la imagen institucional, productos y servicios que ofrece la CFN B.P.

Asimismo, y previo al inicio de la etapa de producción de piezas, y con el objetivo de poder analizar los costos manejados en cada instancia de la misma, la agencia de publicidad deberá presentar a la CFN B.P. cuadros comparativos de las proformas de las piezas a producir donde se evaluarán parámetros; de calidad, costos y tiempos de entrega (mínimo 3 propuestas de cada uno). Esto aplicará, únicamente para producción de cuñas de radio y producción de spot de televisión, esto debidamente aprobado por el Administrador de contrato y el Gerente de Mercadeo y Comunicación.

Según el tipo de campaña publicitaria, la producción podría tener uno o varios de los siguientes ítems:

5.1 SPOTS PUBLICITARIOS.-

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad, deberá producir spots con duración que podrá ser desde 30" hasta 120" con reedición de comerciales para TV, con guión/storyboard, los cuales deberán ser aprobados por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación, de acuerdo al brief previamente enviado por la CFN B.P.

Durante la vigencia del contrato se requerirán hasta 4 spots publicitarios.

5.2 CUÑAS DE RADIO.-

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad deberá elaborar cuñas de radio con duración que podrá ser desde 30" hasta 90", las cuales deberán ser previamente aprobadas por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación, de acuerdo al brief entregado por la CFN.

Durante la vigencia del contrato se requerirán hasta 10 cuñas de radio.

5.3 PRODUCCIÓN DE GRÁFICAS, MODELADOS O FOTOGRAFICAS.-

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad deberá realizar la respectiva producción gráfica, de modelado o fotográfica, dependiendo del tipo de campaña. La agencia de publicidad deberá entregar todas las producciones a la CFN B.P., quien será la dueña de los derechos de las mismas y podrá usar cada una de ellas las veces que estime necesario.

Asimismo, durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 5 producciones fotográficas modeladas o gráficas, divididas en:

- Dos producciones pequeñas de gráfica 3D: La producción debe contener gráfica 3D para garantizar la calidad de lectura en la información.
- Dos producciones medianas de modelado: La producción debe contener modelado arquitectónico de personas, locaciones o información.
- Una producción fotográfica grande: La producción fotográfica será realizada en escenografías o locaciones reales con personas.

5.4 PERIÓDICOS.-

Durante la ejecución del contrato, y por cada campaña a pautar en periódicos, la agencia de publicidad deberá elaborar los artes que se publicarán, los cuales podrán ser hasta 3 diseños por cada campaña, y deberán ser aprobados por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación de acuerdo al brief facilitado.

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 50 diseños.

5.5 REVISTAS.-

Durante la ejecución del contrato, y por cada campaña a pautar en revistas, la agencia de publicidad deberá elaborar los artes que se publicarán, los cuales podrán ser hasta 3 diseños por cada campaña, y deberán ser aprobados por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación de acuerdo al brief facilitado.

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 20 diseños.

5.6 VALLAS.-

Se deberán elaborar los artes, los cuales podrán ser de hasta 5 diseños para pautar en vallas según la ubicación en vías públicas a nivel nacional que sugiera la agencia de publicidad. Tanto los artes, como las adaptaciones y la ubicación de cada una, deberán ser aprobadas por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación, para su posterior instalación.

La agencia de publicidad será la encargada de imprimir, instalar y tramitar los permisos necesarios y asumir los costos para la respectiva difusión.

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 5 diseños de vallas.

5.7 PAUTA EN BUSES.-

Durante la ejecución del contrato, y por cada campaña a pautar en buses, según la línea o cooperativa de transporte que sugiera la agencia de publicidad, ésta deberá elaborar los artes que se publicarán, los cuales podrán ser de hasta 2 diseños por campaña. Tanto los artes como las adaptaciones y la ubicación de cada uno, deberán ser aprobadas por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación, para su posterior instalación.

Cabe indicar que los buses deben ser líneas de transporte o cooperativas que operen a nivel urbano, cantonal o interprovincial.

La agencia de publicidad será la encargada de imprimir, instalar y tramitar los permisos necesarios y asumir los costos para la respectiva difusión.

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 8 diseños.

5.8 VIDEOS PARA REDES SOCIALES.-

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad deberá producir videos que incluyan: realización, sobreimposiciones, animaciones que contienen construcción, armado, texturizado, render y sonorización. Cada video podrá requerir edición de tiempo y/o formato para cada una de las redes sociales para su posterior pauta. La propuesta audiovisual de redes debe servir para migrar y usar en medios televisivos en caso que sea necesario. La duración del video podrá ser desde 30" hasta 120".

Durante la vigencia del contrato se podrán requerir hasta 10 videos para redes sociales.

5.9 REDES SOCIALES, MEDIOS DIGITALES Y/O WEBSITES DE ALTO TRÁFICO.-

Durante la ejecución del contrato, la agencia de publicidad deberá producir para redes sociales, uno o varios de los siguientes tipos de piezas:

- Imagen corporativa como headers, avatars, entre otros, que durante la vigencia del contrato podrán ser hasta de 10 unidades.
- Gifs que durante la vigencia del contrato podrán ser hasta 50 unidades.
- Infografías en 2D que durante la vigencia del contrato podrán ser hasta 10 unidades.
- Diseños para medios digitales o webs de alto tránsito conforme a las medidas de cada medio, que durante la vigencia del contrato podrán ser hasta 25 unidades.
- Gráfica de contenidos (Diseños de posts digitales) que durante la vigencia del contrato podrán ser hasta 70 unidades.

6 PLAN DE MEDIOS

Durante la ejecución del contrato, y según el tipo de campaña publicitaria, la agencia de publicidad deberá presentar una propuesta para llegar al grupo objetivo, mediante un Plan de medios, que según el tipo de plan (radial, televisivo, impresos, vallas, buses o digital), deberá considerar como mínimo lo siguiente:

- a. Detalle de horarios y programas donde se pautarán spots de televisión de las campañas con sus debidos

- valores.
- b. Detalle de horarios y programas donde se pautarán las cuñas radiales de las campañas con sus debidos valores.
 - c. Detalle de periódicos de acuerdo al grupo objetivo con su debido tiraje, cobertura y valores.
 - d. Detalle de revistas de acuerdo al grupo objetivo con su debido tiraje, cobertura y valores.
 - e. Detalle de ubicación y valores de vallas a nivel nacional.
 - f. Detalle de redes sociales, webs de alto tráfico y/o medios digitales en los que se pautarán las campañas, con sus debidos valores.
 - g. Detalle de publicidad en buses de líneas de transporte o cooperativas que operen a nivel urbano, cantonal o interprovincial, con sus debidos valores.

La propuesta de medios con su debida pauta, por cada campaña, deberá ser aprobada por el administrador de contrato y por el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación.

De llegar a realizarse un cambio en el Plan de Medios, este deberá ser informado y aprobado previamente por el Administrador de Contrato y el Gerente de Mercadeo y Comunicación.

De la misma manera, deberá tomarse en cuenta que por necesidades institucionales debidamente justificadas o imprevistos en la difusión de los pautajes, la agencia de publicidad deberá ajustarse a las respectivas variaciones en spots publicitarios, cuñas radiales, publicaciones en periódicos y revistas, vallas y redes sociales, cuando el caso lo amerite.

7 ADMINISTRACIÓN, SOPORTE Y MANEJO DE CRISIS PARA REDES SOCIALES

Dado que la Corporación Financiera Nacional B.P. posee cuentas en las siguientes redes sociales: Twitter, Facebook, Instagram, Youtube y LinkedIn, se entenderá que cuando se mencione redes sociales se referirá a todas las detalladas anteriormente. La administración y soporte para redes sociales se realizará en conjunto con la Gerencia de División de Mercadeo y Comunicación.

La agencia de publicidad, durante la ejecución del contrato, deberá estar pendiente de las redes sociales las 24 horas del día, los 7 días de la semana y deberá presentar un informe mensual con análisis y resultados del alcance e interacciones de cada una de las redes sociales.

Así mismo deberá brindar el debido soporte o asesoría ante cualquier crisis comunicacional en redes sociales que se pueda presentar, tales como: búsquedas permanentes en perfiles, HT, TT, entre otros, que se solicite en cualquiera de las redes sociales mencionadas anteriormente. También deberá proporcionar la información que se genere en redes sociales de los seguidores que puedan ser considerados como potenciales clientes de CFN B.P.

4.4. INFORMACIÓN QUE DISPONE LA ENTIDAD

La CFN B.P. proporcionará la información necesaria para el desarrollo de las campañas como briefs informativos y manual de marca, con el fin de que la agencia de publicidad cuente con los elementos necesarios para realizar los productos esperados.

El manual de marca se entregará hasta 3 días posterior a la suscripción del contrato y los briefs se entregarán antes de la propuesta y ejecución de cada campaña.

4.5. PRODUCTOS O SERVICIOS ESPERADOS

La agencia de publicidad para la ejecución del contrato, deberá considerar entre sus productos o servicios lo siguiente:

1 CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Respecto a las campañas publicitarias, la agencia de publicidad, en virtud de la metodología empleada, en los diferentes tipos de campañas publicitarias, deberá entregar lo siguiente:

- 1.1 Concepto Creativo de Campañas Publicitarias

- Concepto creativo de campaña
- Tipo de comunicación
- Eje de campaña

La agencia de publicidad, durante la ejecución del contrato, deberá entregar respaldos de todos los trabajos realizados mediante informes impresos, debidamente aprobados por el administrador del contrato y el o la Gerente de Mercadeo y Comunicación.

- 1.2 Producción de piezas audiovisuales de campañas Publicitarias

La agencia de publicidad, según el tipo de campaña publicitaria, deberá entregar uno o varios de los siguientes ítems:

- Producción de spots publicitarios – Posterior a la producción y difusión, el material final de los spots publicitarios deberá ser entregado en CD o disco externo.
- Producción de cuñas de radio– Posterior a la producción y difusión, el material final de las cuñas de radio deberá ser entregado en CD o disco externo.
- Producción de gráficas, modelados o fotográficas– Posterior a la producción y difusión, el material en bruto y editado de las producciones deberá ser entregado en CD o disco externo.
- Producción de artes para pautar en periódicos – Posterior a la producción y difusión, los artes deberán ser entregados en formato editable y JPG en CD o disco externo.
- Producción de artes para pautar en revistas – Posterior a la producción y difusión, los artes deberán ser entregados en formato editable y JPG en CD o disco externo.
- Producción de artes para pautar en vallas– Posterior a la producción y difusión, los artes deberán ser entregados en formato editable y JPG en CD o disco externo.
- Producción de artes para pautar en buses – Posterior a la producción y difusión, los artes deberán ser entregados en formato editable y JPG en CD o disco externo.
- Producción de videos para redes sociales – Posterior a la producción y difusión, el material en bruto y final de los videos deberá ser entregado en CD o disco externo.
- Producción de piezas para redes sociales, medios digitales y/o websites de alto tráfico:
 - Imagen corporativa para redes sociales como headers, avatars, entre otros
 - Gifs
 - Infografías animadas y estáticas
 - Diseños para medios digitales o webs de alto tránsito conforme a las medidas de cada medio
 - Gráfica de contenidos (Diseños de posteos digitales)

Posterior a la producción y difusión, el material en bruto y final de las piezas deberá ser entregado en CD o disco externo.

- 1.3 Plan de medios

La agencia de publicidad deberá entregar un plan de medios de las pautas realizadas, con certificados de los diferentes medios para constancia de la ejecución de la misma. En el caso de redes sociales, webs de alto tráfico y/o medios digitales con capturas de pantalla de que se realizó el pautaje. Para revistas y periódicos se deberá adjuntar una muestra física. En el caso de vallas y buses se deberán adjuntar fotos para la constancia.

2. ADMINISTRACIÓN, SOPORTE Y MANEJO DE CRISIS PARA REDES SOCIALES

La agencia de publicidad deberá entregar informes mensuales con análisis y resultados del alcance e interacciones de cada una de las redes sociales. En caso de que se presenten crisis comunicacionales, se debe incluir el detalle de información que se genere en redes sociales de los seguidores que puedan ser considerados como potenciales clientes de CFN B.P.

3. ENTREGABLES

En el cuadro que se detalla a continuación, constan las cantidades que deberá cumplir la agencia de publicidad durante la vigencia del contrato, las mismas que podrán ser modificadas en función de las necesidades institucionales y previo acuerdo de las partes.

Cabe indicar que se los cambios realizados en estas unidades, no deben afectar el valor total del contrato.

CONCEPTO CREATIVO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	
CONCEPTO CREATIVO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS O CAMPAÑAS INSTITUCIONALES EN MEDIOS TRADICIONALES	Hasta 4
CONCEPTO CREATIVO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS O CAMPAÑAS INSTITUCIONALES EN REDES SOCIALES	Hasta 17
PRODUCCIÓN DE PIEZAS AUDIOVISUALES DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	
PRODUCCIÓN DE SPOTS PUBLICITARIOS	Hasta 4
PRODUCCIÓN DE CUÑAS DE RADIO	Hasta 10
PRODUCCIONES PEQUEÑAS DE GRÁFICA 3D	Hasta 2
PRODUCCIONES MEDIANAS DE MODELADO	Hasta 2
PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA GRANDE	Hasta 1
PRODUCCIÓN DE ARTES PARA PAUTAR EN PERIODICOS	Hasta 50
PRODUCCIÓN DE ARTES PARA PAUTAR EN REVISTAS	Hasta 20
PRODUCCIÓN DE ARTES PARA PAUTAR EN VALLAS A NIVEL NACIONAL	Hasta 5
PRODUCCIÓN DE ARTES PARA PAUTAR EN BUSES	Hasta 8
PRODUCCIÓN DE VIDEOS PARA REDES SOCIALES	Hasta 10
IMAGEN CORPORATIVA	Hasta 10
GIF	Hasta 50
INFOGRAFÍAS 2D	Hasta 10
DISEÑOS PARA MEDIOS DIGITALES O WEBS	Hasta 25
DISEÑOS DE POSTEOS	Hasta 70
PLAN DE MEDIOS	
PAUTA EN TV CANALES	1
PAUTA EN RADIO	1
PAUTA EN PERIÓDICOS	1

PAUTA EN REVISTAS	1
PAUTA EN BUSES	1
PAUTA EN VALLAS	1
PAUTA EN MEDIOS DIGITALES, REDES SOCIALES Y/O WEBSITES	1
DIGITAL - RRSS	
ADMINISTRACIÓN, SOPORTE Y MANEJO DE CRISIS PARA REDES SOCIALES	12 (meses)

Cláusula Quinta.- PRECIO DEL CONTRATO

5.1. El valor del presente contrato, que la CONTRATANTE pagará al CONTRATISTA, es el de USD \$1,714,800.00 (Un millón setecientos catorce mil ochocientos 00/100 Dólares Americanos) más IVA, de conformidad con la oferta presentada por la CONTRATISTA:

NRO. ÍTEM	DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	CONCEPTO CREATIVO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS O CAMPAÑAS INSTITUCIONALES EN MEDIOS TRADICIONALES	4	\$ 10.000,00	\$ 40.000,00
2	CONCEPTO CREATIVO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS O CAMPAÑAS INSTITUCIONALES EN REDES SOCIALES	17	\$ 2.800,00	\$ 47.600,00
3	PRODUCCION DE SPOTS PUBLICITARIOS	4	\$ 40.000,00	\$ 160.000,00
4	PRODUCCION DE CUÑAS DE RADIO	10	\$ 1.300,00	\$ 13.000,00
5	PRODUCCIONES PEQUEÑAS DE GRÁFICA 3D	2	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00
6	PRODUCCIONES MEDIANAS DE MODELADO	2	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00
7	PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA GRANDE	1	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
8	PRODUCCION DE ARTES PARA PAUTAR EN PERIODICOS	50	\$ 120,00	\$ 6.000,00
9	PRODUCCION DE ARTES PARA PAUTAR EN REVISTAS	20	\$ 120,00	\$ 2.400,00
10	PRODUCCION DE ARTES PARA PAUTAR EN VALLAS A NIVEL NACIONAL	5	\$ 100,00	\$ 500,00
11	PRODUCCION DE ARTES PARA PAUTAR EN BUSES	8	\$ 100,00	\$ 800,00
12	PRODUCCION DE VIDEOS PARA REDES SOCIALES	10	\$ 4.000,00	\$ 40.000,00
13	IMAGEN CORPORATIVA	10	-	-
14	GIF	50	-	-
15	INFOGRAFÍAS 2D	10	\$ 1.000,00	\$ 10.000,00

16	DISEÑOS PARA MEDIOS DIGITALES O WEBS	25	\$ 100,00	\$ 2.500,00
17	DISEÑOS DE POSTEUS	70	-	-
18	PAUTA EN TV CANALES	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
19	PAUTA EN RADIO	1	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00
20	PAUTA EN PERIÓDICOS	1	\$ 160.000,00	\$ 160.000,00
21	PAUTA EN REVISTAS	1	\$ 55.000,00	\$ 55.000,00
22	PAUTA EN BUSES	1	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00
23	PAUTA EN VALLAS	1	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00
24	PAUTA EN MEDIOS DIGITALES, REDES SOCIALES Y/O WEBSITES	1	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00
25	ADMINISTRACIÓN, SOPORTE Y MANEJO DE CRISIS PARA REDES SOCIALES	12	\$ 4.000,00	\$ 48.000,00
SUBTOTAL 1				\$1.714.800,00
DESCTO.				\$ -
SUBTOTAL 2				\$1.714.800,00
IVA 12%				\$205.776,00
TOTAL				\$1.920.576,00

El precio del presente contrato es de USD \$1,714,800.00 (Un millón setecientos catorce mil ochocientos 00/100 Dólares Americanos) más IVA.

5.2. Los precios acordados en el contrato, constituirán la única compensación a la CONTRATISTA por todos sus costos, inclusive cualquier impuesto, derecho o tasa que tuviese que pagar, excepto el Impuesto al Valor Agregado que será añadido al precio del contrato.

Cláusula Sexta - FORMA DE PAGO:

La forma de pago se realizará de la siguiente manera:

Se entregará un anticipo del cincuenta por ciento (50%) del valor del contrato.

El saldo del contrato, esto es el cincuenta por ciento (50%) que no corresponde al anticipo, se pagará de forma mensual, contra presentación de factura, e informe de ejecución de acuerdo a los productos o servicios recibidos en razón del respectivo cronograma de trabajo.

Los informes por productos o servicios recibidos deberán contener el respectivo detalle y serán entregados por la agencia de publicidad al administrador de contrato y deberán también ser aprobados por la Gerencia de Mercados y Comunicación.

Al último pago que se realice por efecto del contrato, se deberá adjuntar además el acta de entrega recepción definitiva, debidamente suscrita de conformidad con lo establecido en el artículo 124 del RGLOSNCIP.

El monto del anticipo entregado por la Entidad será devengado en su parte proporcional en cada pago mensual que se realice por concepto de productos o servicios recibidos, en la que se descontará además las multas de haberlas y cualquier otro cargo legalmente establecido.

El valor por concepto de anticipo deberá ser depositado en una cuenta que la contratista aperture en una institución financiera estatal, o privada de propiedad del Estado en más de un cincuenta por ciento. La contratista autorizará expresamente se levante el sigilo bancario de la cuenta en la que será depositado el anticipo. El administrador del contrato designado por la contratante en caso que lo requiera podrá solicitar los estados de cuenta mensuales para verificar que los movimientos de la cuenta correspondan estrictamente al proceso de ejecución contractual.

El anticipo que la contratante haya otorgado al contratista para la ejecución del contrato, no podrá ser destinado a fines ajenos a esta contratación.

La amortización del anticipo entregado en el caso de la prestación de servicios se realizará conforme lo establecido en el artículo 139 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

Todos los pagos que se hagan al contratista por cuenta de este contrato, se efectuarán con sujeción al precio convenido, a satisfacción de la contratante, previa la aprobación del administrador del contrato.

Pagos indebidos: La contratante se reserva el derecho de reclamar al contratista, en cualquier tiempo, antes o después de la prestación del servicio, sobre cualquier pago indebido por error de cálculo o por cualquier otra razón, debidamente justificada, obligándose el contratista a satisfacer las reclamaciones que por este motivo llegare a plantear la contratante, reconociéndose el interés calculado a la tasa máxima del interés convencional, establecido por el Banco Central del Ecuador.

La CFN B.P. realizará las retenciones respectivas de acuerdo a las normativas aplicables especificadas en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Cláusula Séptima. - GARANTÍAS

Las garantías que el Contratista debe presentar son:

7.1. Garantía de Fiel Cumplimiento del Contrato

La garantía mediante póliza de Fiel cumplimiento del Contrato se rendirá por un valor igual al cinco por ciento (5%) del monto total del mismo, conforme a lo establecido en el artículo 73 de la LOSNCP.

7.2. Garantía de Buen Uso de Anticipo

La garantía mediante póliza de Buen Uso de Anticipo se rendirá por el valor igual al anticipo entregado a la suscripción del contrato.

7.3. Ejecución de las garantías: Las garantías contractuales podrán ser ejecutadas por la contratante en los siguientes casos:

7.3.1. La de Fiel Cumplimiento del Contrato:

- a) Cuando la contratante declare anticipada y unilateralmente terminado el contrato por causas imputables al contratista.

- b) Si la contratista no la renueva cinco días antes de su vencimiento.

7.4. Las garantías entregadas se devolverán de acuerdo a lo establecido en el artículo 77 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública y 118 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública. Entre tanto, deberán mantenerse vigentes, lo que será vigilado y exigido por la contratante.

Cláusula Octava.- PLAZO

8.1. El plazo para la ejecución del contrato será de 365 días, contados a partir de la suscripción del contrato.

Cláusula Novena. - PRÓRROGAS DE PLAZO

9.1. La contratante prorrogará el plazo total o los plazos parciales en los siguientes casos:

- a) Cuando la contratista así lo solicitare, por escrito, justificando los fundamentos de la solicitud, dentro del plazo de quince días siguientes a la fecha de producido el hecho, siempre que este se haya producido por motivos de fuerza mayor o caso fortuito aceptado como tal por la máxima autoridad de la entidad contratante o su delegado, previo informe del administrador del contrato. Tan pronto desaparezca la causa de fuerza mayor o caso fortuito, el contratista está obligado a continuar con la ejecución del contrato, sin necesidad de que medie notificación por parte del administrador del contrato para reanudarlo.
- b) Por suspensiones en la ejecución del contrato, motivadas por la contratante u ordenadas por ella y que no se deban a causas imputables al contratista.
- c) Si la contratante no hubiera solucionado los problemas administrativos-contractuales en forma oportuna, cuando tales circunstancias incidían en la ejecución del trabajo.

9.2. En casos de prórroga de plazo, las partes elaborarán un nuevo cronograma, de ser el caso, que suscrito por ellas, sustituirá al original o precedente y tendrá el mismo valor contractual del sustituido. Y en tal caso se requerirá la autorización de la máxima autoridad de la contratante, previo informe del administrador del contrato.

Cláusula Décima.- MULTAS

10.1. Por cada día de retraso en la ejecución de las obligaciones contractuales por parte de la agencia de publicidad, se aplicará la respectiva multa, que en ningún caso podrá ser menor al 1 por 1.000 del valor del porcentaje de las obligaciones que se encuentren pendientes de ejecutarse, conforme a lo establecido en el contrato.

Si las multas superan el 5% del valor total del contrato, el contratante podrá declarar terminada anticipada y unilateralmente el contrato.

Cláusula Décima Primera.- DEL REAJUSTE DE PRECIOS.

11.1. Para efectos del presente contrato y por su forma de pago, no habrá reajuste de precios.

Cláusula Décima Segunda.- SUBCONTRATACIÓN

12.1. La CONTRATISTA podrá subcontratar determinados trabajos previa autorización de la entidad contratante siempre que el monto de la totalidad de lo subcontratado no exceda del 30% del valor total del contrato principal, y el subcontratista esté habilitado en el RUP.

12.2. La CONTRATISTA será el único responsable ante el CONTRATANTE por los actos u omisiones de sus subcontratistas y de las personas directa o indirectamente empleadas por ellos.

Cláusula Décima Tercera.- DE LA ADMINISTRACIÓN DEL CONTRATO

13.1. La CONTRATANTE designará al administrador del contrato, quien deberá atenerse a las Condiciones Generales y Particulares del pliego que forman parte del presente contrato, y velará por el cabal cumplimiento del mismo en base a lo dispuesto en el artículo 121 de Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

13.2 La CONTRATANTE podrá cambiar de administrador del contrato, para lo cual bastará notificar a la CONTRATISTA la respectiva comunicación; sin que sea necesario la modificación del texto contractual.

Cláusula Décima Cuarta.- OTRAS OBLIGACIONES DE LA CONTRATISTA

En virtud de la celebración del contrato, la contratista se obliga:

- Dar cumplimiento cabal a los términos y condiciones establecidos en el presente contrato.
- Cumplir con la ejecución y entrega oportuna y de acuerdo a un cronograma pre-establecido, a conformidad de todos los productos entregables que forman parte de este contrato.
- Asignar a la CFN B.P. un ejecutivo de cuentas para la ejecución y coordinación total de los requerimientos desde el primer día y que estará disponible las 24 horas del día los 7 días de la semana, una vez suscrito el contrato.
- Entregar reportes con todos los detalles, justificativos y resultados de las acciones desarrolladas por cada uno de los servicios contratados.
- Entregar las piezas producidas, las que serán de propiedad exclusiva de la CFN B.P.
- Establecer que los personajes utilizados en producciones visuales para las campañas objeto del presente proceso de contratación, no podrán participar como imagen en otras campañas en la misma categoría (bancos, tarjetas de crédito, etc.), para lo cual la contratista firmará un acuerdo de confidencialidad una vez suscrito el contrato.

A más de las obligaciones señaladas en las Condiciones Particulares del Pliego que son parte del contrato, las siguientes:

14.1 La contratista se compromete a ejecutar el contrato derivado del procedimiento de contratación tramitado, sobre la base de los términos de referencia elaborados por la entidad contratante y que fueron conocidos en la etapa precontractual; y en tal virtud, no podrá aducir error, falencia o cualquier inconformidad con los mismos, como causal para solicitar ampliación del plazo, o contratos complementarios. La ampliación del plazo, o contratos complementarios podrán tramitarse solo si fueren aprobados por el administrador del contrato.

14.2. La contratista se compromete durante la ejecución del contrato, a facilitar a las personas designadas por la entidad contratante, toda la información y documentación que éstas soliciten para disponer de un pleno conocimiento técnico relacionado con la ejecución del contrato, así como de los eventuales problemas técnicos que puedan plantearse y de las tecnologías, métodos y herramientas utilizadas para resolverlos.

Los delegados o responsables técnicos de la entidad contratante, como el administrador del contrato, deberán tener el conocimiento suficiente de la ejecución del contrato, así como la eventual realización de ulteriores desarrollos. Para el efecto, el contratista se compromete durante el tiempo de ejecución contractual, a facilitar a las personas designadas por la entidad contratante toda la información y documentación que le sea requerida, relacionada y/o atinente al desarrollo y ejecución del contrato.

14.3. Queda expresamente establecido que constituye obligación del contratista ejecutar el contrato conforme a las especificaciones técnicas o términos de referencia establecidos en el pliego, y cumplir con el porcentaje mínimo de Valor Agregado Ecuatoriano ofertado, de ser el caso.

14.4. La contratista está obligada a cumplir con cualquiera otra que se derive natural y legalmente del objeto del contrato y sea exigible por constar en cualquier documento del mismo o en norma legal específicamente aplicable.

14.5 El Contratista se obliga al cumplimiento de las disposiciones establecidas en el Código del Trabajo y en la Ley de Seguridad Social obligatorio, adquiriendo, respecto de sus trabajadores, la calidad de patrono, sin que la contratante tenga responsabilidad alguna por tales cargas, ni relación con el personal que labore en la ejecución del contrato, ni con el personal de la subcontratista

14.6. La contratista se obliga al cumplimiento de lo exigido en el pliego, a lo previsto en su oferta y a lo establecido en la legislación ambiental, de seguridad industrial y salud ocupacional, seguridad social, laboral, etc.

14.7. La Contratista se obliga además con la Contratante a cumplir lo establecido en los respectivos Acuerdos de Niveles de Servicio; Transferencia de Conocimientos, Confidencialidad de la Información y datos; y, Derechos de propiedad intelectual del conocimiento, productos, datos e información.

Cláusula Décima Quinta.- OBLIGACIONES DE LA CONTRATANTE

En virtud de la celebración del contrato, la contratante se obliga:

- Designar al administrador del contrato.
- Cumplir con las obligaciones establecidas en el contrato, y en los documentos del mismo, en forma ágil y oportuna.
- Dar solución a los problemas que se presenten en la ejecución del contrato, en forma oportuna.
- Las demás, determinadas en el pliego y en el contrato

Cláusula Décima Sexta.- CONTRATOS COMPLEMENTARIOS

16.1. Por causas justificadas, las partes podrán firmar contratos complementarios de conformidad con lo establecido en los artículos 85 y 87, de la LOSNCP, y en los artículos 144 del RGLOSNC; y todas las Resoluciones y Actualizaciones que se encuentren vigentes aplicables a la mencionada Ley (*Ley Orgánica para la Eficiencia en la Contratación Pública*, Registro Oficial N° 966 del 20 de marzo del 2017).

Cláusula Décima Séptima.- RECEPCIÓN DEFINITIVA DEL CONTRATO

17.1 Para el pago final se deberá suscribir la respectiva Acta de entrega Recepción Definitiva del Contrato, suscrita por el contratista y los integrantes de la comisión designada por la contratante, en los términos del artículo 124 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

17.2 LIQUIDACIÓN DEL CONTRATO: La liquidación final del contrato suscrita entre las partes se realizará en los términos previstos por el artículo 125 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

Cláusula Décima Octava.- TERMINACIÓN DEL CONTRATO

18.1. Terminación del contrato.- El contrato termina conforme lo previsto en el artículo 92 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

18.2. Causales de Terminación unilateral del contrato.- Tratándose de incumplimiento de la CONTRATISTA, procederá la declaración anticipada y unilateral del CONTRATANTE, en los casos establecidos en el artículo 94 de la LOSNCP. Además, se considerarán las siguientes causales:

- a) Si la CONTRATISTA no notificare al CONTRATANTE acerca de la transferencia, cesión, enajenación de sus acciones, participaciones, o en general de cualquier cambio en su estructura de propiedad, dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha en que se produjo tal modificación;
- b) Si el CONTRATANTE, en función de aplicar lo establecido en el artículo 78 de la LOSNCP, no autoriza la transferencia, cesión, capitalización, fusión, absorción, transformación o cualquier forma de tradición de las acciones, participaciones o cualquier otra forma de expresión de la asociación, que represente el veinticinco por ciento (25%) o más del capital social de la CONTRATISTA;
- c) Si la CONTRATISTA incumple con las declaraciones que ha realizado en el numeral 1.1 del Formulario de Oferta -Presentación y Compromiso; y,
- d) El caso de que la entidad contratante encuentre que existe inconsistencia, simulación y/o inexactitud en la información presentada por la contratista, en el procedimiento precontractual o en la ejecución del presente contrato, dicha inconsistencia, simulación y/o inexactitud serán causales de terminación unilateral del contrato por lo que, la máxima autoridad de la entidad contratante o su delegado, lo declarará contratista incumplido, sin perjuicio además, de las acciones judiciales a que hubiera lugar.

18.3. Procedimiento de terminación unilateral.-El procedimiento a seguirse para la terminación unilateral del contrato será el previsto en el artículo 95 de la LOSNCP.

18.4. La declaratoria de terminación unilateral y anticipada del contrato no se suspenderá por la interposición de reclamos o recursos administrativos, demandas contencioso administrativas, arbitrales o de cualquier tipo de parte de la contratista.

18.5. Tampoco se admitirá acciones constitucionales contra las resoluciones de terminación unilateral del contrato, porque se tienen mecanismos de defensas adecuados y eficaces para proteger los derechos derivados de tales resoluciones, previstos en la Ley.

18.6. Terminación por Mutuo Acuerdo del Contrato.- Cuando por circunstancias imprevistas, técnicas o económicas, o causas de fuerza mayor o caso fortuito, no fuere posible o conveniente para los intereses de las partes, ejecutar total o parcialmente, el contrato, las partes podrán, por mutuo acuerdo, convenir en la extinción de todas o algunas de las obligaciones contractuales, de conformidad con lo establecido en el artículo 93 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

Cláusula Decima Novena. - SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

19.1. De suscitarse cualquier divergencia o controversia que no se haya podido solucionar a través de la participación activa y directa de las partes, estas podrán utilizar los métodos alternativos para la solución de controversias, pudiendo someterse a la mediación a través del Centro de Mediación de la Procuraduría General del Estado; siendo aplicables las disposiciones de la Ley de Arbitraje y Mediación, y del Reglamento del indicado Centro de Mediación.

19.2. Si respecto de la divergencia o controversia existente no se lograra un acuerdo directo entre las partes, éstas se someterán al procedimiento contencioso administrativo contemplado en el Código Orgánico General de Procesos; o la normativa que corresponda; siendo competente para conocer la controversia el Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo que ejerce jurisdicción en el domicilio de la Entidad del sector público.

19.3 La legislación aplicable a este contrato es la ecuatoriana. En consecuencia, el contratista declara conocer el ordenamiento jurídico ecuatoriano y por lo tanto, se entiende incorporado el mismo en todo lo que sea aplicable al presente contrato.

Cláusula Vigésima.- COMUNICACIONES ENTRE LAS PARTES

20.1. Todas las comunicaciones, sin excepción, entre las partes, relativas a los trabajos realizados, serán formuladas por escrito o por medios electrónicos y en idioma español. Las comunicaciones entre el administrador del contrato y el contratista se harán a través de documentos escritos, o por medios electrónicos.

Cláusula Vigésima Primera.- TRIBUTOS, RETENCIONES Y GASTOS

21.1. El CONTRATANTE efectuará a la CONTRATISTA las retenciones que dispongan las leyes tributarias, actuará como agente de retención del Impuesto a la Renta e Impuesto al Valor Agregado, al efecto procederá conforme la legislación tributaria vigente.

El CONTRATANTE retendrá el valor de los descuentos que el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social ordenare y que corresponda a mora patronal, por obligaciones con el seguro social provenientes de servicios personales para la ejecución del contrato de acuerdo a la Ley de Seguridad Social.

21.2. En caso de incurrir en lo previsto en el Art. 69 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, el contratista será responsable de los gastos notariales, y entregará al contratante hasta cinco copias del contrato. Asimismo, de darse la terminación por mutuo acuerdo, los gastos que deriven los derechos notariales y el de las copias serán de cuenta de la contratista.

Cláusula Vigésima Segunda.- DOMICILIO

22.1. Para todos los efectos de este contrato, las partes convienen en señalar su domicilio en la ciudad de Guayaquil.

22.2. Asimismo, para efectos de comunicación o notificaciones, las partes señalan como su dirección, las siguientes:

EL CONTRATANTE: Avenida 9 de octubre No. 200 entre Pichincha y Pedro Carbo Edificio Corporación Financiera Nacional B.P. Teléfono: 042560888.

LA CONTRATISTA: CDLA. Urdesa calle: circunvalación sur #104/ intersección Victor Emilio Estrada/ Referencia: junto al restaurante Carnes de Chavela / Teléfono: 046026427/ Email: solucionescontablesgyc@gmail.com - acheverria@peradels.com.ec.

Las comunicaciones también podrán efectuarse a través de medios electrónicos, específicamente a través del email del Administrador del Contrato. La dirección electrónica será comunicada en forma inmediata a la Contratista por el Administrador del Contrato tan pronto sean designado o contratado. Si en el contrato ya está establecido quién es el Administrador, deberá hacer conocer de forma inmediata su dirección electrónica a la CONTRATISTA, ésta a su vez deberá notificar al Administrador su dirección electrónica en forma inmediata a la recepción de la dirección electrónica.

22.3. La CONTRATISTA, se obliga en forma incondicional a la CONTRATANTE, el cambio de dirección para efectos de comunicaciones y notificaciones, en relación con la dirección que consta descrita en el contrato. Si la Contratista no notificare dicho al CONTRATANTE cambio, se entiende para todos los efectos constitucionales, legales y contractuales que todas las notificaciones que la le haga a la CONTRATANTE a la CONTRATISTA en la dirección que consta en el Contrato son plenamente válidas y eficaces jurídicamente.

La CONTRATISTA deja constancia que no podrá alegar válidamente el desconocimiento del contenido de las notificaciones y sus anexos que le haga la CONTRATANTE en la dirección descrita en el contrato, no pudiendo, por ello, la CONTRATISTA alegar nulidad del procedimiento respectivo.

Cláusula Vigésima Tercera.- ACEPTACIÓN DE LAS PARTES

23.1. Declaración.- Las partes libre, voluntaria y expresamente declaran que conocen y aceptan el texto íntegro de las condiciones del presente contrato, así como de los documentos que forman parte integrante del mismo.

23.2. Libre y voluntariamente, las partes expresamente declaran su aceptación a todo lo convenido en el presente contrato y se someten a sus estipulaciones.

Dado, en la ciudad de Guayaquil, a los 21 días del mes de agosto de 2019.

Por la Contratante
**CORPORACIÓN FINANCIERA
NACIONAL B.P.**
RUC: 1760003090001


Ing. Grace Ivonne Rodríguez Barcos
Delegada del Gerente General

Por el Contratista
PARADAIS S.A.
RUC: 0992657677001


Kleber José Cevallos Zambrano
Representante Legal