

JUSTIFICACIÓN

CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ESPACIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "5to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA, QUE INCLUYE MEDIOS ELECTRÓNICOS (TELEVISIÓN).

En cumplimiento a lo dispuesto por los Artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 22 fracción II, 25, 26, fracción III, 40 y 41 fracción III de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; 71 de su Reglamento; la Dirección de Comunicación Social solicita al H. Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Instituto FONACOT, dictamine procedente la excepción a la Licitación Pública para llevar a cabo los procedimientos de Adjudicación Directa para la **CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "5to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA, QUE INCLUYE MEDIOS ELECTRÓNICOS (TELEVISIÓN).**

I.- ANTECEDENTES

En lo que va del año 2017 se han llevado a cabo dos campañas publicitarias las cuales se enmarcan en temporadas que son oportunas para la difusión del crédito FONACOT, *semana santa*, y, *vacaciones y regreso a clases*, ya que se sustentan como periodos en donde los trabajadores formales del país adquieren en mayor medida bienes y servicios para cubrir sus necesidades.

En este sentido, el instituto FONACOT busca apoyar la economía de los trabajadores y el bienestar de sus familias a través del otorgamiento de créditos seguros que sí podrán pagar, considerando que se manejan tasas de interés muy bajas y que el pago de los mismos es vía nómina sin que tengan que acudir a realizar los pagos.

Las campañas realizadas han impulsado al Instituto FONACOT como la mejor Institución de Crédito para los trabajadores formales del país, dando cabal cumplimiento a los fines para los cuales fue creado.

Por lo anterior, resulta necesario dar a conocer al público en general en el ámbito de sus respectivas competencias como patrones, trabajadores, o como iniciadores de una empresa, la necesidad de adoptar una cultura del trabajo formal para que los trabajadores cuenten con las prestaciones laborales como son, entre otros, el otorgamiento de créditos que les permitan adquirir y/o pagar bienes y servicios para el bienestar de sus familiares.

En este sentido y a fin de dar cumplimiento a la Estrategia Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio Fiscal 2017, la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT está promoviendo la campaña publicitaria denominada **"5to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA**, la cual tiene como tema específico: *Rendición de Cuentas* relativas a acciones y logros generados en el periodo gubernamental 2016-2017. Asimismo, mostrar al Instituto FONACOT como la mejor institución financiera del Estado que otorga a los trabajadores formales créditos con los mayores beneficios y las mejores tasas de interés en el mercado, todo ello bajo criterios que favorezcan el desarrollo social y las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias.

En cada campaña que se realiza siempre se tiene la finalidad de difundir y dar a conocer al público en general los servicios/productos que ofrece el Instituto en apoyo del bienestar económico de las familias de los trabajadores formales del país, haciendo énfasis en:

- ✓ *El derecho que tiene el trabajador de acceder a los créditos INFONACOT.*
- ✓ *Los bienes y servicios que se pueden adquirir con los créditos.*
- ✓ *Las ventajas de los Centros de Trabajo al afiliarse a través del Micrositio del Instituto.*

Para dar continuidad y cumplimiento a la Estrategia Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio Fiscal 2017, la Dirección de Comunicación Social requiere llevar a cabo las acciones pertinentes para dar a conocer logros y resultados obtenidos por el Instituto FONACOT en el periodo 2016 a 2017 a través de la campaña publicitaria denominada: **"5to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA.**

II.- PLANTEAMIENTO

En cumplimiento a las facultades y atribuciones conferidas a la Dirección de Comunicación Social en el Estatuto Orgánico del Instituto FONACOT, así como a la *Estrategia Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio Fiscal 2017*, esta Dirección tiene la encomienda de llevar a cabo a través del medio de comunicación que se presenta, la difusión de la campaña publicitaria denominada: **"5to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA**, a fin de informar sobre el desempeño de la gestión pública y dar a conocer los resultados de la colocación de créditos y logros obtenidos por el Instituto FONACOT en el quinto año de gobierno como parte de la *Rendición de Cuentas*.

En este sentido, resulta conveniente y oportuno para el Instituto FONACOT contratar a un medio de comunicación de amplio impacto para así llegar a un mayor volumen de espectadores y los cuales estén dentro de público meta del Instituto FONACOT.

La televisión abierta es uno de los medios de comunicación con mayor audiencia, ofrece un gran número de alternativas visuales, de sonido, movimiento, color, etc., asimismo, los mensajes publicitarios se pueden dirigir al público meta al seleccionar horarios, programas y áreas geográficas para hacer llegar la publicidad con la información clara y objetiva. Asimismo, a través de un medio de comunicación tan poderoso como lo es la televisión se garantiza llegar al público objetivo para esta campaña.

III.- DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:

Para llevar a cabo la difusión de la campaña publicitaria denominada: **"5to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA**, se requiere de la prestación del servicio de espacios publicitarios a través de un medio de comunicación de gran impacto, por lo que la trasmisión de los mensajes se considera es idóneo a través de un medio electrónico (televisión).

MEDIOS ELECTRÓNICOS

La televisión representa uno de los principales medios masivos de comunicación ya que tiene un amplio impacto en la difusión de mensajes publicitarios, llegando al público objetivo del Instituto FONACOT, por lo cual la difusión de la campaña "5to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA se considerará acertada para llevarse a cabo a través de transmisiones de spots de televisión de 30" (segundos) cada uno, considerando los horarios y programas en los que el público meta del Instituto hace uso de este medio.

El prestador del servicio que se ha considerado para proporcionar los servicios cumplen con la experiencia, capacidad técnica y humana para atender el requerimiento. En la siguiente tabla se encuentra el detalle de los servicios.

RAZÓN SOCIAL	DURACIÓN DE SPOT	COBERTURA	CANAL	PROGRAMA	NÚMERO DE SPOTS
ESTUDIOS AZTECA, S.A. DE C.V.	30 Seg.	A NIVEL NACIONAL	13	HECHOS MERIDIANO	1
				AL EXTREMO	2
				VENTANEANDO	2
				ENAMORANDONOS	1
				EL SECRETO DE FERIHA	1
				NADA PERSONAL	2
				HECHOS NOCHE	1
				LOS PROTAGONISTAS	1
				LOS PROTAGONISTAS	2
					13

El medio de comunicación antes descrito fue seleccionado a fin de llegar al público objetivo del Instituto FONACOT para que conozcan las acciones y logros del crédito FONACOT generados en el periodo gubernamental 2016-2017. La proyección de la campaña será en toda la República Mexicana, dirigida específicamente a personas de Nivel Socioeconómico C+, C, y E con un empleo formal, que son el mercado meta del Crédito FONACOT.

IV.- PLAZO Y CONDICIONES DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El plazo de la prestación de los servicios a contratar para la campaña "5to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA, tendrán una vigencia del 25 de agosto al 6 de septiembre de 2017.

De conformidad con el "Acuerdo por el que se Establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública para el Ejercicio Fiscal 2017" en el Artículo 3, fracción XVI que a la letra dice:

"Las erogaciones realizadas en materia de comunicación social, deben acreditarse únicamente con órdenes de transmisión para medios electrónicos, con órdenes de inserción para medios impresos y con órdenes de servicio para medios complementarios. En todos los casos deben especificar la tarifa convenida, concepto, descripción del mensaje, población destinataria, cobertura, pautas de difusión en medios electrónicos y circulación certificada en medios impresos;"

Por lo que la empresa que preste el servicio Electrónico de TELEVISIÓN para la difusión de la campaña "5to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA comprobará la prestación de éste dentro de los primeros 5 (CINCO) días hábiles siguientes a la conclusión del total de los servicios y conforme al cumplimiento en fechas establecidas en la orden de transmisión.

Los entregables (testigos) requeridos se describen a continuación:

- ✓ **MEDIOS ELECTRÓNICOS (TELEVISIÓN)**, para demostrar el cumplimiento fiel y exacto del servicio conforme a la orden de transmisión, el prestador del servicio deberá entregar de forma aleatoria un reporte de la transmisión de los spots en (2) dos tantos impresos junto con (2) dos CD's, en donde se incluya el 100% (cien por ciento) del total de los spots transmitidos con una parte de los programas contratados y el anuncio.

NOTA: Los horarios y programas de radio y televisión están sujetos a cambios sin previo aviso.

Cabe destacar que en estos medios la programación tiene constantes cambios, sin embargo los spots se contratan en el horario establecido conforme al público objetivo del Instituto.

Cabe señalar que la orden de transmisión será entregada el día de la notificación de adjudicación al prestador del servicio junto con el arte a fin de dar inicio a la difusión de la campaña.

V.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La Para identificar el medio de comunicación idóneo a utilizarse en la difusión de la campaña del "5to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA, se consideraron resultados de evaluaciones de Campañas Publicitarias del Instituto FONACOT anteriores, las cuales tomaron en cuenta los hábitos de exposición y consumo de medios de comunicación por parte de usuarios y no usuarios del crédito FONACOT, así como para valorar la efectividad de éstos con el objetivo de conocer reacciones y actitudes específicas hacia los mensajes, grado de recordación, comprensión, claridad y entendimiento de los mensajes transmitidos.

Con base en lo anterior se encontró que la uno de los medios de mayor impacto y cobertura es la televisión, la cual llega a millones de personas a nivel nacional, ubicándose como un medio masivo que permite llevar la publicidad de la campaña a la mayor cantidad de publico meta del Instituto FONACOT.

Como complemento a lo anterior, enseguida se presentan algunas de las ventajas que presenta la TELEVISIÓN como el medio de comunicación considerado para la transmisión y difusión de mensajes publicitarios de la campaña descrita en esta justificación:

VENTAJAS DE LA DIFUSIÓN Y TRANSMISIÓN DE MENSAJES EN TELEVISIÓN:	
TELEVISORAS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La TV ofrece alternativas visuales de sonido, movimiento, color y efectos especiales. Es un medio con gran impacto visual. ✓ Los televidentes no tienen que estar involucrados en el proceso para recibir el mensaje. ✓ La TV puede realzar el mensaje, se considera la gran liga de publicidad. ✓ Los anuncios pueden apelar a las emociones y empatía de los televidentes. ✓ La publicidad en TV puede ser muy efectiva en ayudar a crear una imagen para el Instituto.

En términos de lo establecido por los Artículos 2, fracción X, 26, párrafo sexto de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; así como 28 y 29 de su Reglamento, se procedió a realizar la investigación de mercado de acuerdo a los criterios que definen el mercado potencial del Instituto FONACOT el cual está determinado por: edad, sexo y NSE.

Asimismo, se consideró en la investigación de mercado a medios de comunicación masiva (televisión) a fin de identificar a aquellos que su cobertura aborde al público objetivo del Instituto FONACOT, así como verificar la existencia del servicio de televisión en cantidad, calidad, oportunidad, proveeduría a nivel nacional y obtención de precios prevalecientes en el mercado para dicho servicio.

Como resultado de la investigación de mercado se obtuvieron los siguientes costos en espacios televisivos para la difusión de la campaña denominada "5to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA:

MEDIO	NOMBRE DE LA EMPRESA	CANAL	PROGRAMA	NÚMERO DE SPOTS	COSTO UNITARIO (MÁS IVA)	SUBTOTAL (MÁS IVA)
TELEVISIÓN	ESTUDIOS AZTECA, S.A. DE C.V.	13	HECHOS MERIDIANO	1	\$ 252,239.00	\$252,239.00
			AL EXTREMO	2	\$ 220,379.00	\$440,758.00
			VENTANEANDO	2	\$ 219,807.00	\$439,614.00
			ENAMORANDONOS	1	\$ 230,530.00	\$230,530.00
			EL SECRETO DE FERIHA	1	\$ 584,215.00	\$584,215.00
			NADA PERSONAL	2	\$ 575,783.00	\$1,151,566.00
			HECHOS NOCHE	1	\$ 652,067.00	\$652,067.00
			LOS PROTAGONISTAS	1	\$ 321,495.00	\$321,495.00
			LOS PROTAGONISTAS	2	\$ 463,758.00	\$927,516.00
			13		\$ 5,000,000.00	

Asimismo, se tomaron como referencia los costos históricos de servicios similares que se contrataron en el ejercicio 2016 en el contrato I-SD-2016-124, formalizado con Estudios Azteca, S.A. de C.V. (Se adjunta documentación soporte).

Resultados de la Investigación en COMPRANET

Como parte de la Investigación de Mercado realizada, se efectuó una consulta al Sistema de Compras Gubernamentales a través de la Página electrónica de COMPRANET (www.compranet.gob.mx) a fin de verificar la existencia de contratos de servicios similares al requerido por el Instituto FONACOT para la campaña publicitaria denominada "**5to. INFORME DE GOBIERNO**", **VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA** y contar con costos de referencia para la contratación que nos ocupa.

De los resultados de la investigación en Compranet se obtuvieron contrataciones de servicios de televisión con referencia de costos en términos generales, sin embargo el detalle de los servicios no se identifica, por lo que no se cuenta con la descripción técnica de los servicios para comparar con las características del Anexo Técnico del servicio requerido en esta justificación. La documentación soporte de la investigación realizada en COMPRANET se adjunta a este documento.

De la investigación de mercado realizada se pudo determinar lo siguiente:

- ✓ El costo ofertado por el proveedor de Televisión presenta tarifas convenientes que se encuentran dentro del presupuesto que tiene considerado el Instituto FONACOT para la difusión de la campaña publicitaria requerida.
- ✓ El proveedor que presentó cotización cuenta con experiencia, solvencia, y con la capacidad humana y técnica necesaria para la prestación del servicio solicitado por el Instituto FONACOT, toda vez que ha realizado servicios con anterioridad para el Instituto FONACOT, así como para más dependencias del Gobierno Federal, razón que avala un servicio eficiente y eficaz.
- ✓ Los servicios ofertados en la cotización son de cobertura nacional, lo cual atiende la necesidad de impacto en la difusión de la Campaña publicitaria requerida, ya que se busca una proyección a un amplio margen del público objetivo del Instituto FONACOT.
- ✓ La transmisión de los mensajes de la Campaña Publicitaria serán en televisión abierta, permitiendo llegar a un mayor número de hogares y lugares que sintonizan la señal televisiva, motivo que garantiza contar con amplia difusión de los mensajes publicitarios a un costo conveniente en comparación con televisión por cable.
- ✓ Los espacios ofertados para la transmisión de los spots publicitarios se ubican en horarios y programas que son vistos por el público meta del Instituto FONACOT.

VI.- PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN PROPUESTO

Fundamentación:

De conformidad con lo señalado en el Artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 22 fracción II, 25, 26 fracción III, 40 y 41 fracción III de la LAASSP; y 71 de su Reglamento, se propone realizar la contratación de la persona moral antes mencionada a través del procedimiento de **ADJUDICACIÓN DIRECTA** como caso de excepción a la Licitación Pública.

Motivación:

La difusión de la campaña publicitaria denominada "**5to. INFORME DE GOBIERNO**", **VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA**, tiene como tema específico:

Rendición de Cuentas relativas a acciones y logros generados en el periodo gubernamental 2016-2017 en el ámbito del crédito FONACOT, consolidándolo como la mejor institución financiera del Estado que otorga a los trabajadores formales créditos con los mayores beneficios y las mejores tasas de interés en el mercado, todo ello bajo criterios que favorezcan el desarrollo social y las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias.

Asimismo, a través de los resultados a presentar se busca destacar la solidez y confianza que brinda el Instituto FONACOT como entidad financiera para los trabajadores formales del país.

La ejecución de la campaña publicitaria denominada: **"5to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA**, de acuerdo al Programa Anual de Publicidad y Promoción para el ejercicio fiscal 2017 del Instituto FONACOT, está dirigida a hombres y mujeres en edades de 19 a 24, 25 a 34, 35 a 44 y 45 a 60 años, en poblaciones urbanas y rurales (semiurbanas) y en un nivel socioeconómico C+, C, y E.

Tomando en consideración este público objetivo, así como estudios de evaluación realizados a campañas pasadas del Instituto, la *Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT* analizó y consideró los medios masivos de comunicación a utilizar para la difusión de mensajes de la campaña **"5to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA**. Asimismo, para la selección del medio de comunicación se atendieron las sugerencias emitidas por la Dirección General de Normatividad de Comunicación (DGNC), de la Subsecretaría de Normatividad de Medios, toda vez que conforme a lo señalado en el ACUERDO por el que se establecen los *Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2017*, en su Artículo 24 señala lo siguiente:

- La DGNC podrá hacer las recomendaciones correspondientes al plan de medios presentado por la Dependencia o Entidad.

El medio propuesto por la DGNC, así como el identificado en la Investigación de Mercado realizada por la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT, contempla el medio que ofrece costos convenientes por sus servicios para el Instituto FONACOT, lo cual se puede identificar en la cotización que integra la Investigación de Mercado.

A través de la contratación del medio de comunicación indicado en esta Justificación se estará haciendo uso de los recursos de manera eficiente, eficaz y apegándose al criterio de economía. También se tendrá la certeza de estar contratando el medio de comunicación que cuenta con la experiencia necesaria, la capacidad técnica y económica para llevar a cabo la difusión de la Campaña Publicitaria Denominada: **"5to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA, QUE INCLUYE MEDIOS ELECTRÓNICOS (TELEVISIÓN)**, ya que es un medio que ha prestado servicios a diversas dependencias del Gobierno Federal y por lo tanto se tiene certeza de que los servicios contarán con las mejores condiciones para el estado.

De no contratarse el medio a través del procedimiento de excepción a la Licitación Pública para ser a través de Adjudicación Directa, se pudiera generar que no se cumplan los objetivos de la Campaña y que el ejercicio del gasto autorizado no cumpla el objeto de la campaña y no se logre el impacto.

Esta situación, imposibilitaría al Instituto FONACOT para dar a conocer de una forma directa a los trabajadores formales, las acciones y logros generados en el periodo gubernamental 2016-2017 por el Instituto FONACOT como parte de la rendición de cuentas.

Esta justificación establece la conveniencia de contratar el servicio de difusión de la campaña publicitaria con la empresa propuesta, a fin de promover el ahorro de los trabajadores, otorgarles financiamiento y garantizar su acceso a créditos para la adquisición de bienes y servicios; con lo cual se busca el ejercicio responsable del gasto, dando cabal cumplimiento al mandato constitucional contenido en su Artículo 134.

Aunado a lo anterior, se reitera que el medio de comunicación propuestos reúne los requisitos necesarios para la difusión de la campaña requerida y se apega a la forma de pago y condiciones propuestas.

Por otra parte, se considera conveniente exceptuar de Licitación Pública el presente procedimiento de contratación, toda vez que al facilitar el registro a cualquier medio de comunicación cabe la posibilidad del ingreso y posible adjudicación de empresas con poca cobertura o enfocadas a segmentos de la población diferentes al público objetivo del Instituto FONACOT, lo que como ya se ha citado anteriormente, conllevaría el no cumplimiento del objeto con las consiguientes pérdidas por no llegar al público meta del Instituto FONACOT.

Por lo antes expuesto, se concluye que las condiciones para llevar a cabo una Licitación Pública no son favorables ya que se abriría la posibilidad del ingreso de empresas con poca cobertura o enfocadas a segmentos de la población diferentes al público objetivo, y no se logren transmitir las acciones y logros generados en el periodo gubernamental 2016-2017 por el Instituto FONACOT.

Aunado a lo anterior, se reitera que el medio de comunicación propuesto reúne los requisitos necesarios para la difusión de la campaña requerida, en las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio, calidad, financiamiento, oportunidad y demás circunstancias pertinentes, y se apegan a la forma de pago y condiciones propuestas.

VII.- MONTO ESTIMADO DE LA CONTRATACIÓN Y FORMA DE PAGO PROPUESTA

El costo de los servicios a contratar con el medio para la difusión de la campaña de publicidad del Instituto denominada "5to. INFORME DE GOBIERNO", VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA, asciende a la cantidad de \$ 5,000,000.00 (Cinco Millones de Pesos 00/100 M.N.) más el Impuesto al Valor Agregado.

El desglose del monto estimado de la contratación, se detalló en el numeral relativo al V.- *Resultado de la Investigación de Mercado.*

La forma de pago propuesta de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 51 de la LAASSP será dentro de los 20 días siguientes a la aceptación de las facturas respectivas por parte del Administrador del Contrato, previa presentación y validación de la factura, las órdenes de inserción y de servicio emitidas por la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT para cada uno de los proveedores a los que se realizará la contratación.

La erogación se acreditará con órdenes de exhibición, trabajo, transmisión o inserción según corresponda en cada medio en las cuales se deberá especificar la tarifa convenida, concepto, duración, No. de inserciones, según sea el caso y las pautas de difusión anexas.

Una vez entregadas y validadas estas órdenes con facturas por la Dirección de Comunicación Social, se pagará la prestación del servicio a mes vencido.

VIII.- EMPRESA QUE SE PRETENDE CONTRATAR:

Al contratar la empresa propuesta, se cuenta con un prestador de servicios con experiencia y capacidad económica y de recursos humanos suficiente para implementar las acciones debidas para el cumplimiento del ejercicio de las actividades sustantivas del Instituto FONACOT, la cual se precisa a continuación:

RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
ESTUDIOS AZTECA, S.A. DE C.V./ TV AZTECA	EAZ0311047B6	CALZADA DE TLALPAN No. 2818, COL. SAN PABLO TEPETLAPA DEL. COYOACÁN CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 04840	JOSÉ GUADALUPE BOTELLO MEZA

IX.- ACREDITACIÓN DE LOS CRITERIOS CONTENIDOS EN EL ARTÍCULO 40 DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO.

En cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 40, segundo párrafo de la LAASSP, que a la letra indica:

"La selección del procedimiento de excepción que realicen las dependencias y entidades deberá fundarse y motivarse, según las circunstancias que concurran en cada caso, en criterios de economía, eficacia, eficiencia, imparcialidad, honradez y transparencia que resulten procedentes para obtener las mejores condiciones para el Estado...."

El procedimiento de contratación propuesto, representa la mejor alternativa para el Instituto FONACOT, ya que permite contratar con medios de comunicación solventes, con amplia experiencia y capacidad, técnica, legal y financiera, lo cual garantiza el logro de los objetivos de la campaña publicitaria, coadyuvando al logro de los objetivos de colocación de créditos a trabajadores.

A continuación, se citan los criterios en que se funda y motiva la excepción de no llevar a cabo el procedimiento de Licitación Pública.

EFICIENCIA

La presente contratación permitirá, a diferencia de una Licitación Pública, hacer un uso racional de los recursos con los que cuenta la entidad, toda vez que se pretende contratar a los prestadores de servicios que permitan llegar al público objetivo de la campaña, coadyuvando así al logro de los objetivos institucionales de captación. Asimismo, por medio de una campaña diseñada y orientada al público objetivo a través de los medios precisos se obtendrá el máximo rendimiento utilizando el mínimo de recursos, evitando así la pérdida de tiempo y recursos al Estado.

EFICACIA

Con la contratación propuesta, se realizará la contratación con oportunidad, favoreciendo un procedimiento de contratación ágil y expedito, sobre los servicios adecuados para llegar al público objetivo, para obtener las mejores condiciones de contratación y cumplir los objetivos que se persiguen, ya que a través del procedimiento de Licitación Pública, se abriría la posibilidad del ingreso de empresas con poca cobertura o enfocadas a segmentos de la población diferentes al requerido.

OK

ECONOMÍA

El procedimiento que se pretende es con la finalidad de asegurar y obtener para el Estado las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio, calidad y oportunidad; dando cumplimiento a lo establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y su Reglamento, Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, así como la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria; debido a que a través del procedimiento de contratación propuesto se realizará el uso racional de los recursos que se tienen previstos para la contratación del servicio, toda vez que a través de la investigación de mercado se ha buscado el costo más conveniente para el Instituto FONACOT.

HONRADEZ

Es importante mencionar que en este procedimiento de adjudicación directa, los servidores públicos participantes, se han conducido de forma ética y profesional, realizando la solicitud de cotizaciones por escrito y a través de medios electrónicos, en igualdad de condiciones, además los proveedores seleccionados son los únicos que pueden prestar el servicio en con las características, calidad, oportunidad y cobertura requerida, lo cual prácticamente imposibilita cualquier acto de corrupción.

TRANSPARENCIA

Este procedimiento se lleva a cabo con total transparencia, en virtud de que la información que se ha manejado es accesible, clara, oportuna, completa y verificable, y obedece a las necesidades y condiciones exigidos por el Instituto FONACOT, con estricto apego a la legislación aplicable, en concordancia con los requisitos establecidos de manera totalmente objetiva, y no así a las particularidades de los prestadores públicos.

IMPARCIALIDAD

La selección del procedimiento de adjudicación directa, se realiza con total imparcialidad, basado en las necesidades Institucionales a satisfacer, en igualdad de condiciones y con proveedores con capacidad y experiencia probada.

X.- RECURSOS PRESUPUESTALES

Con fecha 12 de enero de 2017, la Subdirección General de Administración del Instituto FONACOT, emitió el Oficio No. SGA-06 mediante el cual se autorizan recursos para el ejercicio fiscal 2017 por \$150,000,000.00 (Ciento Cincuenta Millones de Pesos 00/100 M.N.) para la partida presupuestal **36201 DIFUSIÓN DE MENSAJES COMERCIALES PARA PROMOVER LA VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS**, en específico para la Publicidad en Medios, de la cual es responsable la Dirección de Comunicación Social.

Asimismo, a través de oficio No. DCS/100/2017 de fecha 1 de agosto de 2017, se presentó ante la Dirección de Integración y Control Presupuestal, el reporte de recursos ejercidos y los disponibles, por lo cual se cuenta con la suficiencia presupuestal para cubrir la prestación de los servicios objeto de la presente contratación. (Se adjunta copia de los oficios señalados).

XI.- VIGENCIA DEL SERVICIO

El plazo de la prestación de los servicios a contratar para la campaña "5to. INFORME DE GOBIERNO", *VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA*, tendrán una vigencia del 25 de agosto al 6 de septiembre de 2017.

De conformidad con lo antes expuesto, se emite la siguiente:

PROPUESTA

Con fundamento en lo dispuesto por los Artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 22 fracción II, 25, 26, fracción III, 40 y 41 fracción III, de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; 71 de su Reglamento; se somete a la aprobación de este H. Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios, la Adjudicación Directa como caso de excepción a la Licitación Pública, para la contratación del "5to. INFORME DE GOBIERNO", *VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA*, la cual se llevará a cabo del 25 de agosto al 6 de septiembre 2017. El monto total de la campaña es por \$ 5,000,000.00 (Cinco Millones de Pesos 00/100 M.N.) más el Impuesto al Valor Agregado, conforme al esquema de pago expuesto en la presente justificación.

ATENTAMENTE



DANTE OMAR PINAL IBARRA
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Ciudad de México a 23 de Agosto de 2017.