

J U S T I F I C A C I Ó N

CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ESPACIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: “LOGROS Y RESULTADOS DE LA STPS Y EL INFONACOT/2014” QUE INCLUYE DE FORMA ENUNCIATIVA MÁS NO LIMITATIVA MEDIOS COMPLEMENTARIOS Y DIGITALES.

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 Institucional solicita al H. Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Instituto FONACOT, dictamine procedente la excepción a la Licitación Pública Nacional para llevar a cabo los procedimientos de Adjudicación Directa para la **CONTRATACIÓN DE LA SERVICIO DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: “LOGROS Y RESULTADOS DE LA STPS Y EL INFONACOT/2014”**, que incluye de forma enunciativa mas no limitativa, las siguientes vías: medios complementarios y digitales.

ANTECEDENTES

En 2013, se llevó a cabo la adjudicación directa como caso de excepción a la Licitación Pública, con fundamento en el artículo 41 fracción III, para la contratación del servicio de espacios para la difusión de la campaña publicitaria **“CRÉDITO EN EFECTIVO Y FOMENTO AL EMPLEO FORMAL”**, , con vigencia del 5 de noviembre al 31 de diciembre de 2013, donde además de realizar la difusión de los mensajes comerciales, se dio cumplimiento a las funciones conferidas al Instituto FONACOT por su Ley y difundir la información indispensable para dar a conocer la obligatoriedad del patrón contemplada en la fracción XXVI Bis del Artículo 132 de la Ley Federal del Trabajo, de afiliar al centro de trabajo al Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, a efecto de que los trabajadores puedan ser sujetos de los créditos que proporciona dicha entidad, en el entendido que la afiliación es gratuita para el patrón, logrando con ello incrementar el padrón de centros de trabajo afiliados y por ende el de los trabajadores que podrían adquirir bienes y servicios a través del crédito FONACOT.

Esta contratación se realizó directamente con los medios de comunicación lo que implicó la contratación de 52 prestadores de servicios por un monto de \$ 53,404,166.96 impactando a nivel nacional a través de los medios electrónicos, impresos, digitales, medios complementarios, lo que permitió que el Instituto se ahorrara las comisiones que un tercero cobraría por el servicio, así como negociar directamente con los diferentes medios de comunicación las mejores condiciones para el Instituto, a fin de tener el mayor impacto en el público objeto, cumpliéndose el objetivo planeado.

Para el primer semestre de 2014, se contrató la prestación del servicio de espacios para la difusión de la **PRIMERA ETAPA DE LA CAMPAÑA CRÉDITO FONACOT Y FOMENTO AL EMPLEO FORMAL, VERSIÓN: CRÉDITOS CON DESCUENTO VÍA NÓMINA**, celebrando que el Instituto cumplió sus primeras 4 décadas de ser una institución de carácter social-financiera que ha estado presente en la vida de la clase trabajadora. Siempre orientado en el beneficio de sus familias para mejorar su calidad de vida con el acceso a créditos flexibles.

De igual forma, esta contratación se celebró directamente con los medios de comunicación a nivel nacional a través de 27 proveedores, por un monto de \$13,296,220.39 antes de I.V.A., con una vigencia del 2 de mayo al 15 de junio de 2014.

La Dirección de Comunicación Social tiene la encomienda de llevar a cabo acciones tendientes a difundir el crédito FONACOT, por medio de la campaña de promoción y publicidad denominada: **“LOGROS Y RESULTADOS DE LA STPS Y EL INFONACOT/2014”**, haciendo hincapié en que la difusión de la campaña del Infonacot, es necesaria y congruente con su plan de mercadotecnia, ya que es importante difundir las actividades, productos y servicios que ofrece el Infonacot con el objetivo de darlo a conocer a los trabajadores y empresarios de forma oportuna.

PLANTEAMIENTO

Con la finalidad de que el Instituto FONACOT se afirme como una Institución de Crédito a nivel nacional y dé cabal cumplimiento a los fines para los cuales fue creado resulta imprescindible dar a conocer al objetivo en el ámbito de sus respectivas competencias como patrones, trabajadores, o como iniciadores de una empresa, los beneficios del crédito Fonacot, así como los productos que se pueden adquirir con el crédito en efectivo, la utilización de la tarjeta Fonacot-Mastercard, la tarjeta Mujer Fonacot, así como los créditos con descuento vía nómina.

Para ello, es importante adoptar una cultura de trabajo formal, coadyuvando así a que los trabajadores puedan ejercer dentro de sus derechos laborales, las prestaciones sociales relacionadas con los beneficios de los créditos al consumo que le brinda el Instituto. FONACOT.

Asimismo, resulta de suma importancia dar a conocer los beneficios específicos de los principales programas y acciones ejecutados por el STPS y el Instituto Fonacot, para generar un círculo virtuoso de acercamiento y participación por parte del público objetivo, lo anterior, con el fin de impulsar la generación de nuevos empleos formales por medio de los beneficios de los derechos laborales.

Ante dicha situación, el Instituto FONACOT, está impulsando la campaña publicitaria denominada: **“LOGROS Y RESULTADOS DE LA STPS Y EL INFONACOT/2014”**, las cuales forman parte de la Estrategia Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio fiscal 2014, y su difusión se realiza a través de los medios de comunicación más vistos y leídos, de acuerdo con

su público objetivo, pretendiendo así incrementar el número de trabajadores que podrían beneficiarse de un crédito FONACOT.

Con la campaña antes mencionada se pretende coadyuvar a lograr la meta de colocación para el 2014 y primeros meses de 2015, establecida en el Plan Estratégico 2013-2018 presentado por la Dirección General del Instituto FONACOT.

El Instituto FONACOT, requiere promover sus productos y servicios, sobre todo hacia finales del año, ya que tradicionalmente son las fechas en que más créditos se otorgan y se considera que es muy importante la promoción para lograr dicha meta.

Resulta conveniente para los intereses del Instituto FONACOT, el contratar a diversos proveedores de espacios publicitarios para abarcar **la mayor parte de nuestro público objetivo de trabajadores y empresas** que se deben de afiliar, mediante la difusión de nuestros mensajes en las siguientes vías: medios digitales y medios complementarios

Con la difusión de la campaña, el Instituto FONACOT, podrá informar a los trabajadores sobre el otorgamiento de créditos que los apoyen para la adquisición de bienes de consumo y/o pagos de servicios, además de ser una herramienta que facilite a los trabajadores el acceso a los servicios financieros que ofrece el Instituto. Con ello, también se estará apoyando al cumplimiento de lo planteado en el **Plan Nacional de Desarrollo 2013–2018 impulsado por el Gobierno de la República**, ya que éste, destaca la importancia de acelerar el crecimiento económico para construir un México Próspero, en donde, en materia de empleo, resulta imprescindible e impostergable impulsar políticas públicas que propicien la generación de empleos y de empresas formales para brindar certidumbre a los trabajadores en el acceso a los mecanismos de previsión social, tomando como medida de acción, entre otras, la de promover el acceso y uso responsable de productos y servicios financieros, con base en la **Estrategia 4.3.4 Perfeccionar los sistemas y procedimientos de protección de los derechos del trabajador, consistente en: Otorgar créditos accesibles y sostenibles a los trabajadores formales.**

Del 10 al 14 de marzo de 2014, la empresa KRITERIA efectuó un estudio, el cual tuvo como objetivo Evaluar la pertinencia y efectividad del Programa Anual de Promoción y Publicidad del Instituto FONACOT, el cual analiza los diferentes rubros específicos siguientes:

- Conocer el grado de recordación de los distintos materiales y medios utilizados en el 2013
- Explorar las reacciones y actitudes hacia el mensaje, así como, su nivel de comprensión y relevancia.
- Valorar la efectividad de los medios utilizados.
- Determinar los hábitos de exposición y consumo de medios que existen en los diferentes segmentos.
- Conocer la repercusión de los mensajes en la percepción e imagen de INFONACOT, así como, su identificación como emisor.

- Buscar áreas de oportunidad y recomendaciones, que permitan fortalecer y desarrollar nuevos ejes de comunicación.

El estudio determinó que la utilización que los trabajadores han hecho del crédito, fue en :

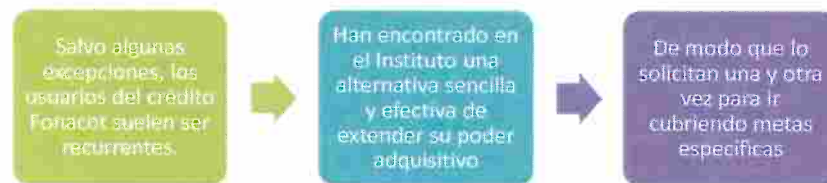


Así mismo se indica que las personas que han accedido a un crédito FONACOT son leales por:

Usuarios de Fonacot

Frecuencia de uso

Los usuarios del crédito son sumamente leales:



"La primera vez vivía con mi mamá y le saque un horno, unos cubiertos, y una sandwichera. La segunda vez ya casado, saque una tele, una lavadora, y esta última vez saque dinero en diciembre para reyes"
(Usuario, Gdl.)

De igual manera, se indicó que el que las principales ventajas de acceder al crédito FONACOT son:

- Práctico
- Rápido
- No checan historial crediticio
- Pocos requisitos
- Intereses justos
- Flexibles

Como resumen la empresa KRITERIA menciona lo siguiente:

En resumen...



En general, los usuarios del crédito Fonacot se encuentran muy satisfechos.

Consideran que es un beneficio que les ha permitido cubrir varias necesidades y también 'salir de apuros'.

Encuentran muchas ventajas en la forma en que se obtiene y también la forma en que se paga. Es práctico y versátil.

A pesar de recibir algunas quejas sobre la lentitud en las sucursales, no es un factor que les impida solicitarlo nuevamente siempre que tengan una nueva meta que quieran alcanzar.



13

KRITERIA
Integrando ideas

A continuación se presenta la recomendación que hace la empresa derivado del estudio que se efectuó a fin de utilizar medios de comunicación para posicionar al INFONACOT:

Recomendaciones estratégicas



El programa debe considerar a dos públicos:

TRABAJADORES

EMPRESAS

A través de
medios
masivos:
televisión,
revistas e
internet

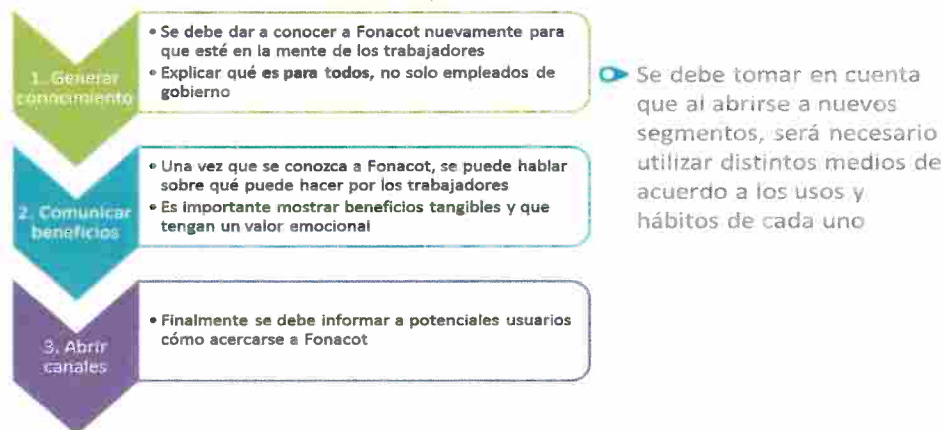
A través de
correo directo y
visitas
personales

14

KRITERIA
Integrando ideas

Recomendaciones estratégicas

Se debe trabajar en etapas:



I. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:

El servicio consiste en la difusión de la campaña publicitaria : “**LOGROS Y RESULTADOS DE LA STPS Y EL INFONACOT/2014**”, medios digitales y medios complementarios durante el mes de octubre de 2014.

Para seleccionar los medios de comunicación a contratar se realizó una selección, con base en el estudio de “percepción de los clientes del Crédito FONACOT”, estudio cuantitativo realizado en diciembre del 2012, por la empresa DELTA RESEARCH, obteniéndose lo siguiente:

| MEDIOS | |
|-----------------|--|
| COMPLEMENTARIOS | METRO AUTOBUSES ESPECTACULARES SPOTS EN PANTALLAS CAJETAS TELEFÓNICAS MOBILIARIO URBANO |
| DIGITALES | INTERNET |

MEDIOS DIGITALES

Considerando la importancia cada vez mayor que tienen los medios digitales, al grado de estar generando tendencia en estos últimos años en la publicidad a través de los medios de comunicación, resulta indispensable que el INFONACOT haga uso de éste en la presente campaña, lo que permitirá un mayor acercamiento al público objetivo del Instituto FONACOT.

Porqué se seleccionaron los medios digitales para la trasmisión de la presente Campaña

La IAB México (*Interactive Advertising Bureau*) presentó el Estudio de Inversión Publicitaria en Internet 2014, Resultados 2013. En éste, la IAB México, indica que el crecimiento en la publicidad digital es de dos dígitos en los últimos años, lo cual tiene total sentido con el crecimiento de la audiencia digital en el país que ya superó los 50 millones de usuarios, por tanto, online cada día se consolida como un medio masivo ampliamente segmentable y de alta transparencia en su medición.

Asimismo, muestra que estos mexicanos internautas ocupan 2.4 dispositivos para conectarse a Internet, de los cuales el 88% ha descargado aplicaciones, software, programas y/o juegos, el 44% ven televisión y navegan en internet al mismo tiempo, y que 9 de cada 10 están en redes sociales.

En este mismo sentido, el 55% ha realizado compras o transacciones en los últimos 3 meses, y el 62% planea realizar compras en los próximos 6 meses.

En cuanto a inversión publicitaria, en 2012 el internet se colocó en el tercer lugar con un monto de 6,397 mdp., solo por debajo de la TV abierta y la Radio. Facturando esta industria en el mismo año más de 8,000 mdp., de los cuales el 67% fue en publicidad en Display.

Acerca de IAB México:

IAB (Interactive Advertising Bureau) es el principal organismo a nivel global que representa a la industria de la publicidad interactiva. Se compromete a la objetividad y la seriedad en el desarrollo de análisis y de estudios, la educación y la estandarización para impulsar la importancia de Internet en la mezcla de medios publicitarios en México. Es una asociación sin fines de lucro fundada en 1996 en Estados Unidos que hoy tiene presencia en 45 países. IAB México cuenta a la fecha con más de 135 empresas asociadas, dentro de las cuales destacan: Carat Digital, comScore, .FOX, Google, Grupo Expansión, Grupo Ferrer, Harren Media, IBOPE, Media Response Group, Prodigy MSN, Razorfish, Orange Advertising Group, Televisa Interactive, Terra y Yahoo!. La asociación tiene como objetivo fomentar la utilización y maximizar la efectividad de la publicidad online. El capítulo mexicano de IAB se abrió en febrero de 2005.

Derivado de lo anterior, y tomando en consideración que el internet se ha consolidado como una plataforma publicitaria creciente en las estrategias de marketing, y que dentro de este, es la publicidad en Display en video o social media la de mayor penetración, se seleccionaron los siguientes medios y empresas:

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|---|---------|-----------|------------|--------------|
| Agencia Integral Capital MX, S.A. de C.V. / futbolsapiens.com | Banners | Nacional | Layer | 500 x 500 px |
| | | | Layer | 500 x 500 px |
| | | | Box Banner | 300 x 250 px |



| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|---|-------------|-----------|-------------|--------------|
| Comercio Mas, S.A. de C.V. / Televisa Espectáculos | Box Banners | Nacional | Box Banners | 302 x 250 px |
| | | | | 301 x 250 px |
| | | | | 300 x 250 px |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|-------------------------------|---------|-----------|-------------|--------------|
| Estudios Azteca, S.A. de C.V. | Banners | Nacional | Full Banner | 728 x 90 px |
| | | | Box Banner | 300 x 250 px |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|--|--------------------|------------------|------------------------------|------------------------|
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Prodigy | Banners | Medio Digital | Box Banner / run of channels | 300 x 250 px |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / OCC Mundial | Banners | Medio Digital | Box Banner / home page | 300 x 250 px |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Computrabajo | Banners | Medio Digital | Box Banner / Ros | 300 x 250 px |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Terra | Banners | Medio Digital | Box Banner / Ros | 300 x 250 px |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Google Ads | Cliks | Medio Digital | Cliks | Keywords |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / You Tube | CPV | Medio Digital | CPV | True view in stream |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Facebook | Cliks | Medio Digital | Cliks | Page like |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Facebook | Cliks | Medio Digital | Cliks | Page post ad |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Linkedin | Run of channels | Medio Digital | Display ads | 300 x 250 px |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Linkedin | Run of channels | Medio Digital | Display ads | 160 x 600 px |



| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|--|---------|-----------|----------------------------------|-----------------------------------|
| Análisis Total S.A. de C.V. | Banners | Nacional | Cabezal / Horizontal | 620X 105 px |
| Comercial Media Bizcom, S.A. de C.V. / www.elarsenal.net | Banners | Nacional | Banner Ros rotativo | 300 x 250 px |
| Desde la Calle, S.A. de C.V. / callemexico.com | Banners | Nacional | Banner Home principal | 250 x 300 px |
| Zavermarketing, S.A. de C.V. / www.notifaxonline.com | Banners | Nacional | Banner fijo en Home o interiores | 200 x 200 pix |
| Dridco México, S.A. de C.V. / Zona Jobs | Banners | Nacional | Banners tradicionales | 300x250, 728x90 y 160x600px |
| Elena Montserrat Ferrer de Paz / Affidamento mujer y cultura | Banners | Nacional | Side Banner | 160 x 600 px |
| Grupo Internacional Editorial S.A. de C.V. | Banners | Nacional | Banner superior expandible | 728 x 90 px |
| L.R.H.G. Informativo S.A. de C.V. / La Razón de México | Banners | Nacional | Banner lateral en Home | 300 x 100 px |
| María Yazmín Alessandrini Morales / www.lapoliticamedarisa.mx | Banners | Nacional | Banner superior fijo | 1000 x 90 px |
| Media Business Generators / Forbes.com.mx | Banners | Nacional | Top Banner | 222 x 90 px |
| Mexicanos y Americanos Sistemas de Comunicación S.A. de C.V. / Mas Comunicación / Cinopolis on line | Banners | Nacional | Banner rotativo en Home | 728 x 90 px |
| Paradin de México S.A de C.V. / Vertigo político | Banners | Nacional | Banner Rotativo Leader | 1043 x 90 px |
| Prensa de negocios S. de R.L. de C.V. / El Semanario | Banners | Nacional | Banner fijo en Home | 728 x 90 px |
| Publicaciones comunitarias S.A. de C.V. / La Silla Rota | Banners | Nacional | Banner | 300 x 100 px |
| Talento e Inteligencia de medios S.A. de C.V. / emeequis | Banners | Nacional | Banner fijo en Home | 728 x 90 px |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|--|---------|-----------|----------------------|-----------------|
| Publicaciones Metropolitanas, S.A. de C.V. / Publmetro | Banners | Nacional | Box Banner Home Page | No especificada |
| | | | Super Banner Ros | No especificada |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|---|---------|-----------|-----------------------|----------------------------|
| Impresiones Aéreas S.A. de C.V. / www.soyentrepreneur.com | Banners | Nacional | Banners tradicionales | 728 x 90 px y 300 x 250 px |
| | E-book | Nacional | E-book | 500 px |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|---|---------|-----------|-----------------------|--------------|
| Informula, S.A. de C.V. / Grupo Fórmula | Banners | Nacional | Leaderboard rotativo | 728 x 90 px |
| | | | Boxbanner en rotativo | 300 x 250 px |
| | | | Layer en rotativo | 300 x 300 px |
| | | | Patrocinio fijo | 843 x 147 px |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|--|---------|---------------|------------------------|----------------|
| Yahoo México, S.A. de C.V. / Yahoo Deportes | Banners | Medio Digital | Banner estándar | Lrec 300 x 250 |
| Yahoo México, S.A. de C.V. / Yahoo Celebridades | | | Banner estándar | Lrec 300 x 250 |
| Yahoo México, S.A. de C.V. / Yahoo Noticias | | | Banner estándar | Lrec 300 x 250 |
| Yahoo México, S.A. de C.V. / Yahoo Buscador | | | Stream ad en home page | Texto |
| Yahoo México, S.A. de C.V. / Yahoo Corre Home page | | | Stream ad en correo | Texto + imagen |

MEDIOS COMPLEMENTARIOS

Tomando en cuenta que muchos de los trabajadores y sus familias que representan el público objetivo de esta campaña, se trasladan a través de los diversos medios de transporte como son el auto, metro, metrobús y autobús, los medios que a continuación se enlistan, adquieren el carácter de obligatorios.

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|----------------------------------|------------------------|-----------|-------------------------------------|-----------------------------------|
| 5M2 Andenes, S.A.P.I. de C.V. | Transmisión de spot | Estatal | Espacio publicitario en Metrobus | 8 m, 4m y 2 metros en línea 1 |
| | | | | 8 m, 4m y 2 metros en línea 3 |
| | | | | 8 m, 4m y 2 metros en línea 4 |
| | | | | 8 m, 4m y 2 metros en línea 5 |
| | | | | 8 m, 4m y 2 metros en tren ligero |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato |
|------------------------------------|---------------------|-----------|----------------------------------|
| ISA Difusión, S.A de C.V. | Transmisión de spot | Estatal | Spot de 30" en las 528 pantallas |



| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|---|----------------|--------------------|--------------|-----------------|
| BTB Servicios en colocación de anuncios, S.C. | Espectaculares | Estatal | Espectacular | 12.9 x 7.32 mts |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts |
| | | Puentes peatonales | Estatal | Puente peatonal |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|---------------------|---------------------|-----------|----------------------------|-----------------------------|
| AYTVS, S.A. de C.V. | Transmisión de spot | Estatal | Transmisión en DF | Spot de 30" en 100 unidades |
| | | | Transmisión Guadalajara | Spot de 30" en 46 unidades |
| | | | Transmisión edo. De México | Spot de 30" en 66 unidades |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|--|-------|-----------|-------------------------|-----------------|
| Corporativo Publicitario MAO, S.A. de C.V. | Mupis | Estatal | Anden/ Jardinera/ Túnel | No especificada |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|-------------------------------|--------|-----------|-----------------------|-----------------|
| ISA Corporativo, S.A. de C.V. | Dovela | Estatal | Dovela grande premium | 1.40 x .024 mts |
| | | | Dovela grande línea 2 | 1.18 x 0.22 mts |



| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|---|------------------------|-----------|-----------------------|------------------------|
| Loft Integral Ventas Exterior Publicidad S.A. de C.V. / Live Publicidad | Espectaculares | Estatal | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 7.20 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 7.50 X 7.50 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.90 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 7.50 X 7.50 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.90 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 7.20 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 5.00 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 7.20 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 13.00 x 4.27 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.32 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 4.27 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 3.60 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.30 x 3.66 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.00 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.50 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.50 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.50 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.50 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.00 x 4.00 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 6.00 x 6.00 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 6.00 x 6.00 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 7.00 x 7.00 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.00 x 4.00 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 6.00 x 6.00 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 7.00 x 5.00 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.32 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.90 x 3.66 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.90 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.90 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 7.20 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 7.20 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 7.20 x 7.20 m |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.90 x 7.20 m |
| Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m | | | |
| Exterior/Espectacular | Natural 12.90 x 7.32 m | | | |
| Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 3.66 m | | | |
| Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m | | | |
| Exterior/Espectacular | Natural 15.00 x 4.00 m | | | |



| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|---|-------|-----------|-------------------------|-----------------------|
| Grupo Pública Espectaculares y Vallas, S.A. de C.V. | Mupis | Estatal | Publicidad en autobuses | Mupis en 8 autobuses |
| | | | | Mupis en 8 autobuses |
| | | | | Mupis en 8 autobuses |
| | | | | Mupis en 8 autobuses |
| | | | | Mupis en 8 autobuses |
| | | | | Mupis en 10 autobuses |
| | | | | Mupis en 8 autobuses |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato |
|---------------------------|-----------------------|-----------|-------------------|
| PM onstreet, S.A. de C.V. | Mueble multifuncional | Estatal | Spot publicitario |
| | Mupis por cara | Estatal | Mupis |
| | Mupis por cara | Estatal | Mupis |
| | Caseta telefónica | Estatal | Por mueble |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida |
|---|---------------------|-----------|--|---|
| Estudios Azteca, S.A. de C.V. | Transmisión de spot | Nacional | Pantalla multimedia | 30" |
| Fermín González Rodríguez / Integra Publicidad | Transmisión de spot | Estatal | Pantalla publicitaria en Autobus | 30" |
| Premier Retail Networks México, S.A. de C.V. | Transmisión de spot | Nacional | Video, pantallas tiendas de autoservicio | 24 pantallas x 100 tiendas x 2min x hr x 16 hrs x día |
| Promomil Medios S.A. de C.V. | Transmisión de spot | Estatal | Publicidad en pantallas | Spots de 30" |
| Publicidad NBVO S.A. de C.V. / NBVO Digital Signage | Transmisión de spot | Estatal | Video | 30 spots de 30"x hora x pantalla x 18hrs x día |
| TV Mos S.A. de C.V. | Transmisión de spot | Estatal | Spot publicitario | 5 spots de 30"x hora x día por 15 días |

Los medios de comunicación antes descritos fueron seleccionados para cumplir el objetivo de que el mayor número de personas posibles, conozcan nuestros productos y servicios, como es el Crédito en Efectivo y el Crédito Tradicional, a través de la tarjeta FONACOT MasterCard y Mujer Fonacot. Así como, informar a la población objetivo sobre los beneficios de la cultura del trabajo formal y sus derechos laborales, además de los beneficios que tienen los trabajadores cuando sus centros de trabajo están afiliados al Instituto FONACOT.

La idea es realizar la difusión de la campaña en toda la República Mexicana, dirigida específicamente a personas de Nivel Socioeconómico AB, C+, C, D+ y D con un empleo formal, que son los principales usuarios del Crédito FONACOT, así como, a los patrones y directivos de los centros de trabajo para que lleven a cabo oportunamente su afiliación al Instituto.

II. PLAZO Y CONDICIONES DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El plazo de los servicios a contratar para la campaña “**LOGROS Y RESULTADOS DE LA STPS Y EL INFONACOT/2014**”, se llevará a cabo a partir de la notificación de adjudicación y hasta el 31 de octubre de 2014.

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 2013” en el Artículo 3, fracción XVI que a la letra dice “*Las erogaciones realizadas en materia de comunicación social, se acreditarán 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 se deberá especificar la tarifa convenida, concepto, descripción del mensaje, destinatarios, cobertura, pautas de difusión en medios electrónicos y circulación certificada en medios impresos*”, por lo que las empresas que resulten adjudicadas, comprobarán la prestación de los servicios según se describe a continuación:

MEDIOS DIGITALES, INTERNET, al término de la prestación del servicio que indique la orden de exhibición, entregará un reporte del número de impresiones realizadas y los clics que se dirigieron a la URL del Infonacot. En el reporte se deberá poner un ejemplo que muestre la creatividad utilizada, con el objetivo de demostrar que la exhibición de la publicidad se realizó en tiempo y forma y se deberá entregar como testigos de la exhibición 2 ejemplares en originales y 2 CD de todos los días de exhibición que se hayan contratado de cada una de las empresas contratadas. Para los demás portales se tendrá que realizar una impresión de pantalla por cada día de publicación del banner en su página de internet.

MEDIOS COMPLEMENTARIOS, las condiciones de entrega serán de conformidad a las órdenes de trabajo anexando los diseños emitidos por la Dirección de Comunicación Social, para demostrar el cumplimiento de las órdenes de trabajo deberá entregar 2 testigos fotográficos, 2 CD por el periodo de exhibición que demuestren que se realizó en tiempo y forma.

Es importante señalar, que las órdenes de servicio y de exhibición, serán entregadas el día de la notificación de adjudicación, junto con el arte, con el propósito de dar inicio a la difusión del mismo,

III. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para la contratación de los medios, se tomó en cuenta un estudio realizado en diciembre del 2012 por la empresa Delta Research en relación con la pertinencia y efectividad de la campaña de promoción y publicidad 2011, así como el estudio realizado en marzo de 2014 por la empresa Kriteria, referente a la evaluación de la comunicación del Instituto Fonacot en el 2013, de la campaña Crédito en efectivo y Fomento el empleo formal, estudios que llevó a cabo la Dirección de Desarrollo de Mercados, con base 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" que salió publicado en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 2011, que precisan en el Artículo 8 que es necesario realizar "estudios para medir la pertinencia y efectividad de las campañas de Comunicación Social".

Como resultado, y de acuerdo a los criterios tomados en consideración respecto a los hábitos de exposición y consumo de medios de usuarios y no usuarios del crédito FONACOT, a fin de valorar la efectividad de éstos, destacando los que fueron más eficientes, con el objetivo de conocer reacciones y actitudes específicas hacia los mensajes, así como el grado de recordación, comprensión, claridad y entendimiento de los mensajes transmitidos, y posibles puntos débiles. Se obtuvo que la Televisión, la Radio, la Prensa e Internet son los principales medios que se utilizan con mayor regularidad, representando un 65%, 46%, 31% y 51% respectivamente durante 2012.

Con respecto a los **no usuarios** también destaca la utilización del Internet, Televisión, Radio y Prensa con un 48%, 44%, 23% y 17% respectivamente durante el mismo año.

En la campaña se debe realizar una mezcla de medios masivos (televisión, radio, impresos y complementarios) y medios digitales (internet, redes sociales) para lograr una mayor penetración de los espacios publicitarios.

Adicionalmente, debido a que el público objetivo del Instituto para la colocación de crédito en su mayoría se encuentra ubicado en un NSE C+, C y D/E, se requiere de publicidad en medios complementarios en el transporte público de mayor afluencia, Metro, Metrobus, Autobuses, Espectaculares, Puentes, etc.; sin embargo, para impulsar la generación de nuevos empleos formales por medio de los beneficios de los derechos laborales, el público objetivo se encuentra ubicado en un NSE AB, C y D, por lo que será necesario utilizar distintos medios de acuerdo a los usos y hábitos de cada uno.

Por ello, en la estrategia 2014, se contempla la contratación de estos medios, que están de acuerdo con los resultados que arrojó el estudio y que se realizó en la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, entre hombres y mujeres entre 18 y 58 años de edad.

Se anexa estudio cuantitativo Delta Research y cualitativo de Kriteria.

Los medios que se pretende contratar cuentan con características específicas y de acuerdo al target al que el Instituto pretende dirigir la difusión de los mensajes comerciales de la campaña como son: edad, sexo y NSE.

A continuación se enlista una serie de beneficios que representa cada medio, es importante destacar que cada uno de ellos son considerados medios masivos con una cobertura a nivel nacional.

| MEDIOS | VENTAJAS |
|-----------------------------|--|
| INTERNET | <ol style="list-style-type: none"> 1. Costo eficiente, son independientes del tamaño de la audiencia o sea, el costo será el mismo no importa cuántas personas visiten su página. 2. Los banners pueden dirigirse a las audiencias específicas al colocar sus cintillos en Páginas de temas relacionados. 3. Los mensajes pueden actualizarse fácil y rápido. 4. Los anuncios en el Internet pueden ser interactivos. Se puede solicitar una respuesta inmediata del lector, se puede comprar o contestar preguntas instantáneamente. 5. Los anunciantes en el Internet pueden alcanzar una audiencia global. |
| TRANSPORTES | <ol style="list-style-type: none"> 1. El tiempo de exposición se amplía debido a que la publicidad se encuentra en el interior de cada vehículo. 2. El número de veces en que las personas están expuestas al mensaje dependerá de si usa ese transporte rutinariamente. 3. El mensaje puede tener un efecto inmediato puesto que probablemente la persona que lo utiliza reciba la comunicación en el transcurso del viaje. 4. Los anuncios pueden ser dirigidos geográficamente de acuerdo a la necesidad de difusión del anunciante. 5. Pueden ser dirigidos a un estilo de vida específico. Todo dependerá de los vecindarios por los que pase la ruta de transportación. |
| PUBLICIDAD EXTERIOR) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Los anuncios gigantescos y coloridos atraen la atención. Al utilizar este medio, el mensaje debe ser corto y directo. 2. El elemento publicitario se ubica a nivel de calle, facilitando el alcance visual del consumidor. 3. La presencia de la publicidad en cada punto de venta, permite un mayor tiempo de exposición (entre 7 y 10 minutos) promedio, conforme a estudios de mercado. 4. La publicidad en el exterior tiene alcance a los peatones y automovilistas. |

Con esta estrategia de medios, el Instituto FONACOT estará en la posibilidad de apuntalar su crecimiento a nivel nacional, así como, difundir la afiliación de las empresas y otorgar créditos a los trabajadores que cumplan con los requisitos correspondientes, coadyuvando en el logro de

los objetivos y metas planteadas por el Instituto, buscando siempre salvaguardar el patrimonio e intereses de éste.

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 nuestro mercado potencial que son: edad, sexo y NSE, con una cobertura a nivel nacional y con énfasis en medios locales que permitan impactar a una mayor cantidad de personas de nuestro público objetivo, con el propósito de verificar la existencia del servicio en la cantidad, calidad y oportunidad requeridas, y su proveeduría a nivel nacional con posibilidad de cumplir con las necesidades de contratación y así obtener los precios prevalecientes al momento de llevar a cabo la contratación.

De acuerdo a lo anterior, se adjunta al presente cuadro de precios ofertados por las empresas que cotizaron y los descuentos que ofrecen, en el que se observa una variación considerable entre los participantes en los montos y porcentajes cotizados:

MEDIOS COMPLEMENTARIOS

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones | Precio Infonacot | Ahorro | |
|-------------------------------|---------------------|-----------|----------------------------------|-----------------------------------|---------------|-------------------------|------------------|---------------|--------------|
| SM2 Andenes, S.A.P.I. de C.V. | Transmisión de spot | Estatal | Espacio publicitario en Metrobus | 8 m, 4m y 2 metros en línea 1 | \$ 214,720.00 | 2(8M2), 1(4M2), 12(2M2) | \$ 195,586.68 | \$ 19,133.32 | |
| | | | | 8 m, 4m y 2 metros en línea 3 | \$ 97,600.00 | 0(8M2), 2(4M2), 6(2M2) | \$ 88,903.04 | \$ 8,696.96 | |
| | | | | 8 m, 4m y 2 metros en línea 4 | \$ 48,800.00 | 0(8M2), 2(4M2), 1(2M2) | \$ 44,451.52 | \$ 4,348.48 | |
| | | | | 8 m, 4m y 2 metros en línea 5 | \$ 87,840.00 | 0(8M2), 0(4M2), 9(2M2) | \$ 80,012.73 | \$ 7,827.27 | |
| | | | | 8 m, 4m y 2 metros en tren ligero | \$ 97,600.00 | 0(8M2), 0(4M2), 10(2M2) | \$ 88,903.04 | \$ 8,696.96 | |
| | | | | | | | \$ 546,560.00 | \$ 497,857.01 | \$ 48,702.99 |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones | Precio Infonacot | Ahorro | |
|---------------------|---------------------|-----------|----------------------------|-----------------------------|-----------------|--|------------------|-----------------|-----------------|
| AYTVS, S.A. de C.V. | Transmisión de spot | Estatal | Transmisión en DF | Spot de 30" en 100 unidades | \$ 1,149,362.07 | 100,800 spots, 1008 spots por 3 pantallas por unidad | \$ 729,999.65 | \$ 419,362.42 | |
| | | | Transmisión Guadalajara | Spot de 30" en 46 unidades | \$ 477,155.17 | 46,368 spots, 1008 spots por 3 pantallas por unidad | \$ 224,999.79 | \$ 252,155.38 | |
| | | | Transmisión edo. De México | Spot de 30" en 66 unidades | \$ 574,448.28 | 66 528 spots, 1008 spots por 3 pantallas por unidad | \$ 239,999.76 | \$ 334,448.52 | |
| | | | | | | | \$ 2,200,965.52 | \$ 1,194,999.20 | \$ 1,005,966.32 |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones |
|---------------------------|---------------------|-----------|----------------------------------|---|---------------|-----------------|
| ISA Difusión, S.A de C.V. | Transmisión de spot | Estatal | Spot de 30" en las 528 pantallas | Lunes a Viernes 05:00 a 10:00 hrs Prime Time | \$ 125,950.00 | \$2 519 c/u, 25 |
| | | | | Lunes a Viernes 10:00 a 17:00 hrs Regular Prime | \$ 132,230.00 | \$1 889 c/u, 35 |
| | | | | Lunes a Viernes 17:00 a 22:00 hrs Prime Time | \$ 125,950.00 | \$2 519 c/u, 25 |
| | | | | Lunes a Viernes 22:00 a 24:00 hrs Regular Time | \$ 37,780.00 | \$1 889 c/u, 10 |
| | | | | Fin de semana 05:00 a 10:00 hrs Prime Time | \$ 25,180.00 | \$1 259 c/u, 10 |
| | | | | Fin de semana 10:00 a 17:00 hrs Regular Time | \$ 26,432.00 | \$944 c/u, 14 |
| | | | | Fin de semana 17:00 a 22:00 hrs Prime Time | \$ 25,180.00 | \$1 259 c/u, 10 |
| | | | | | \$ 7,552.00 | \$944 c/u, 4 |
| | | | | | | \$ 506,254.00 |



| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones |
|--|-------|-----------|-------------------------|-----------------|---------------------|----------------------------|
| Corporativo Publicitario MAO, S.A. de C.V. | Mupis | Estatal | Anden/ Jardinera/ Túnel | No especificada | \$ 76,200.00 | \$5 080 c/u, 15, quincenal |
| | | | | | \$ 111,760.00 | \$5 080 c/u, 22, quincenal |
| | | | | | \$ 66,040.00 | \$5 080 c/u, 13, quincenal |
| | | | | | \$254,000.00 | |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones |
|---|------------------------|--------------|--------------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| Loft Integral Ventas Exterior Publicidad S.A. de C.V. / Live Publicidad | Espectaculares | Estatal | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m | \$ 237,000.00 | \$39 500 c/u, 6, Distrito Federal |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 7.20 x 7.20 m | \$ 39,500.00 | \$39 500 c/u, 1, Distrito Federal |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 7.50 X 7.50 m | \$ 39,500.00 | \$39 500 c/u, 1, Distrito Federa |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.90 x 7.20 m | \$ 237,000.00 | \$39 500 c/u, 6, Distrito Federal |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 7.50 X 7.50 m | \$ 39,500.00 | \$39 500 c/u, 1, Distrito Federal |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m | \$ 316,000.00 | \$39 500 c/u, 8, Estado de México |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.90 x 7.20 m | \$ 237,000.00 | \$39 500 c/u, 6, Estado de México |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 7.20 x 7.20 m | \$ 39,500.00 | \$39 000 c/u, 1, Estado de México |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 5.00 x 7.20 m | \$ 32,600.00 | \$32 600 c/u, 1, Monterrey |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 7.20 x 7.20 m | \$ 32,600.00 | \$32 600 c/u, 1, Monterrey |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m | \$ 65,200.00 | \$32 600 c/u, 2, Monterrey |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 13.00 x 4.27 m | \$ 32,600.00 | \$32 600 c/u, 1, Monterrey |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.32 m | \$ 32,600.00 | \$32 600 c/u, 1, Monterrey |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 4.27 m | \$ 32,600.00 | \$32 600 c/u, 1, Monterrey |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, Monterrey |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 3.60 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, Monterrey |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.30 x 3.66 m | \$ 32,600.00 | \$32 600 c/u, 1, Monterrey |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.00 x 7.20 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, Guadalajara |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.50 x 7.20 m | \$ 61,000.00 | \$30 500 c/u, 2, Guadalajara |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.50 x 7.20 m | \$ 63,000.00 | \$31 500 c/u, 2, Guadalajara |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.50 x 7.20 m | \$ 91,500.00 | \$30 500 c/u, 3, Guadalajara |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.50 x 7.20 m | \$ 63,000.00 | \$31 500 c/u, 2, Guadalajara |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.00 x 4.00 m | \$ 61,200.00 | \$30 600 c/u, 2, Mérida |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 6.00 x 6.00 m | \$ 30,600.00 | \$30 600 c/u, 1, Mérida |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 6.00 x 6.00 m | \$ 30,600.00 | \$30 600 c/u, 1, Mérida |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 7.00 x 7.00 m | \$ 30,600.00 | \$30 600 c/u, 1, Mérida |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.00 x 4.00 m | \$ 32,000.00 | \$32 000 c/u, 1, Mérida |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 6.00 x 6.00 m | \$ 32,000.00 | \$32 000 c/u, 1, Mérida |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 7.00 x 5.00 m | \$ 32,000.00 | \$32 000 c/u, 1, Mérida |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.32 m | \$ 32,000.00 | \$32 000 c/u, 1, León |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m | \$ 32,000.00 | \$32 000 c/u, 1, León |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, León |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.90 x 3.66 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, León |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.90 x 7.20 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, Celaya |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, Pénjamo |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.90 x 7.20 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, Irapuato |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 7.20 x 7.20 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, Puebla |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 7.20 x 7.20 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, Atlixco |
| | | | Exterior/Espectacular | Cruzada 7.20 x 7.20 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, Acajete |
| | | | Exterior/Espectacular | Natural 12.90 x 7.20 m | \$ 61,000.00 | \$30 500 c/u, 2, Morelia, |
| Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, Morelia | | | |
| Exterior/Espectacular | Natural 12.90 x 7.32 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, Morelia | | | |
| Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 3.66 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, Morelia | | | |
| Exterior/Espectacular | Cruzada 12.90 x 7.20 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, Tijuana | | | |
| Exterior/Espectacular | Natural 15.00 x 4.00 m | \$ 30,500.00 | \$30 500 c/u, 1, Tijuana | | | |
| | | | | | \$2,586,300.00 | |



| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones |
|---|----------------|-----------|--------------|--------------------|-----------------------|---------------------------------------|
| BTB Servicios en colocación de anuncios, S.C. | Espectaculares | Estatal | Espectacular | 12.9 x 7.32 mts | \$ 71,016.00 | 3 Aguascalientes / Aguascalientes |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 44,976.00 | 2 Baja California / Tijuana |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 89,952.00 | 4 Coahuila / Torreón |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 213,052.00 | 4 Distrito Federal / Ciudad de México |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 127,832.00 | 4 Guerrero / Acapulco |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 142,032.00 | 4 Jalisco / Guadalajara |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 127,832.00 | 4 México / Toluca de Lerdo |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 108,892.00 | 4 Michoacán / Morelia |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 81,669.00 | 3 Morelos / Cuernavaca |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 142,032.00 | 4 Nuevo León / Monterrey |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 147,950.00 | 5 Puebla / Puebla |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 118,360.00 | 4 Querétaro / Querétaro |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 81,669.00 | 3 San Luis Potosí / San Luis Potosí |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 54,446.00 | 2 Tamaulipas / Reynosa |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 54,446.00 | 2 Tlaxcala / Tlaxcala |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 47,344.00 | 2 Veracruz / Xalapa - Enriquez |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 81,669.00 | 3 Veracruz / Veracruz |
| | | | | 12.9 x 7.32 mts | \$ 81,669.00 | 3 Yucatán / Mérida |
| | | | | Puentes peatonales | Estatal | Puente peatonal |
| | | | | 12.15 x 3.66 mts | \$ 173,022.00 | 3 México / AMCD Zona Norte |
| | | | | | \$2,027,943.00 | |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones |
|---|-------|-----------|-------------------------|-----------------------|---------------------|--|
| Grupo Pública Espectaculares y Vallas, S.A. de C.V. | Mupis | Estatal | Publicidad en autobuses | Mupis en 8 autobuses | \$ 144,000.00 | \$18 000 c/u, 8 unidades en Tampico, quincenal |
| | | | | Mupis en 8 autobuses | \$ 148,000.00 | \$18 500 c/u, 8 unidades en Reynosa - Río Bravo, quincenal |
| | | | | Mupis en 8 autobuses | \$ 148,000.00 | \$18 500 c/u, 8 unidades en Matamoros, quincenal |
| | | | | Mupis en 8 autobuses | \$ 148,000.00 | \$18 500 c/u, 8 unidades en Nuevo Laredo, quincenal |
| | | | | Mupis en 8 autobuses | \$ 136,000.00 | \$17 000 c/u, 8 unidades en Oaxaca, quincenal |
| | | | | Mupis en 10 autobuses | \$ 70,000.00 | \$7 000 c/u, 10 unidades en Puebla, quincenal |
| | | | | Mupis en 8 autobuses | \$ 56,000.00 | \$7 000 c/u, 8 unidades en Tehuacán, quincenal |
| | | | | | \$850,000.00 | |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones | Precio FONACOT | Observaciones | Ahorro |
|-------------------------------|--------|-----------|-----------------------|-----------------|---------------------|---------------------------|----------------------|---------------------|--------------------|
| ISA Corporativo, S.A. de C.V. | Dovela | Estatal | Dovela grande premium | 1.40 x .024 mts | \$ 421,916.00 | \$2,453 c/u, 344, mensual | \$ 381,286.16 | \$1,108.39 c/u, 344 | \$ 40,629.84 |
| | | | Dovela grande línea 2 | 1.18 x 0.22 mts | \$ 209,592.00 | \$2,556 c/u, 164, mensual | \$ 190,221.96 | \$1,159.89 c/u, 164 | \$ 19,370.04 |
| | | | | | \$631,508.00 | | \$ 571,508.12 | | \$59,999.88 |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones |
|---------------------------|-----------------------|-----------|-------------------|--------|-----------------------|--|
| PM onstreet, S.A. de C.V. | Mueble multifuncional | Estatal | Spot publicitario | N/D | \$ 900,000.00 | \$18 000 p/pantalla, 50 pantallas de led |
| | Mupis por cara | Estatal | Mupis | N/D | \$ 590,388.75 | \$11 576.25 p/Mupi, 51 Mupis |
| | Mupis por cara | Estatal | Mupis | N/D | \$ 2,224.00 | \$2 224 p/Mupi |
| | Caseta telefónica | Estatal | Por mueble | N/D | \$ 231,525.00 | \$11 576.25 p/caseta, 20 casetas |
| | | | | | \$1,724,137.75 | |



| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones | Precio FONACOT | Ahorro |
|---|---------------------|-----------|--|---|-----------------|--|------------------------|----------------------|
| Estudios Azteca, S.A. de C.V. | Transmisión de spot | Nacional | Pantalla multimedia | 30" | \$ 742,523.30 | 174 Tiendas, 125 280 spots | \$ 742,523.30 | |
| Fermin González Rodríguez / Integra Publicidad | Transmisión de spot | Estatad | Pantalla publicitaria en Autobus | 30" | \$ 18,000.00 | \$1 800 p/unidad, 10 unidades | \$ 18,000.00 | |
| Metrolook S.A. de C.V. | Transmisión de spot | Estatad | Video | spots de 30" x hr x 19 hrs x día | \$ 570,000.00 | 1 596 000 spots, Monterrey | \$ 400,000.00 | \$ 170,000.00 |
| Premier Retail Networks México, S.A. de C.V. | Transmisión de spot | Nacional | Video, pantallas tiendas de autoservicio | 24 pantallas x 100 tiendas x 2min x hr x 16 hrs x día | \$ 1,752,000.00 | \$438 000 c/u, 4 unidades | \$ 1,400,000.00 | \$ 352,000.00 |
| Promomil Medios S.A. de C.V. | Transmisión de spot | Estatad | Publicidad en pantallas | Spots de 30" | \$ 424,710.00 | \$6.50, 65 340 spots | \$ 424,710.00 | |
| Publicidad NBVO S.A. de C.V. / NBVO Digital Signage | Transmisión de spot | Estatad | Video | 30 spots de 30" x hora x pantalla x 18hrs x día | \$ 345,000.00 | \$23 000 por día, Monterrey | \$ 345,000.00 | |
| TV Mos S.A. de C.V. | Transmisión de spot | Estatad | Spot publicitario | 5 spots de 30" x hora x día por 15 días | \$ 150,000.00 | 97 440 spots, 87 unidades c/2 patallas c/u, León | \$ 150,000.00 | |
| \$4,002,233.30 | | | | | | | \$ 3,480,233.30 | \$ 522,000.00 |

MEDIOS ELECTRÓNICOS

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones | Precio FONACOT | Ahorro |
|---|---------|-----------|------------|--------------|--------------|--------------------------------|----------------------|---------------------|
| Agencia Integral Capital MX, S.A. de C.V. / futbolsapiens.com | Banners | Nacional | Layer | 500 x 500 px | \$ 87,500.00 | \$350 c/u, 250 000 impresiones | \$ 68,104.00 | \$ 19,396.00 |
| | | | Layer | 500 x 500 px | \$ 60,000.00 | \$330 c/u, 200 000 impresiones | \$ 52,104.00 | \$ 7,896.00 |
| | | | Box Banner | 300 x 250 px | \$ 20,000.00 | \$200 c/u, 100 000 impresiones | \$ 16,000.00 | \$ 4,000.00 |
| \$ 167,500.00 | | | | | | | \$ 136,208.00 | \$ 31,292.00 |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones |
|--|-------------|-----------|-------------|--------------|---------------------|---|
| Comercio Mas, S.A. de C.V. / Televisa Espectáculos | Box Banners | Nacional | Box Banners | 302 x 250 px | \$ 29,892.00 | \$191 c/por millar, 156 500 impresiones |
| | | | | 301 x 250 px | \$ 3,851.00 | \$191 c/por millar, 20 160 impresiones |
| | | | | 300 x 250 px | \$ 30,150.00 | \$201 c/por millar, 150 000 impresiones |
| | | | | | \$ 63,893.00 | |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones |
|-------------------------------|---------|-----------|-------------|--------------|---------------------|---|
| Estudios Azteca, S.A. de C.V. | Banners | Nacional | Full Banner | 728 x 90 px | \$ 31,896.69 | \$105 c/por millar, 303 778 impresiones |
| | | | Box Banner | 300 x 250 px | \$ 31,896.80 | \$105 c/por millar, 303 779 impresiones |
| | | | | | \$ 63,793.49 | |



| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones |
|---|-----------------|---------------|------------------------------|---------------------|---------------------|---|
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Prodigy | Banners | Medio Digital | Box Banner / run of channels | 300 x 250 px | \$ 27,500.01 | \$65 c/por millar, 423077 impresiones |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / OCC Mundial | Banners | Medio Digital | Box Banner / home page | 300 x 250 px | \$ 42,100.06 | \$182 c/por millar, 231 319 impresiones |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Computrabajo | Banners | Medio Digital | Box Banner / Ros | 300 x 250 px | \$ 40,000.00 | \$135 c/por millar, 296 296 impresiones |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Terra | Banners | Medio Digital | Box Banner / Ros | 300 x 250 px | \$ 57,750.00 | \$245 c/por millar, 235 714 impresiones |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Google Ads | Cliks | Medio Digital | Cliks | Keywords | \$ 100,000.00 | \$5, 20 000 cliks |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / You Tube | CPV | Medio Digital | CPV | True view in stream | \$ 35,000.00 | \$1.75, 20 000 cliks |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Facebook | Cliks | Medio Digital | Cliks | Page like | \$ 56,000.00 | \$2.80, 20 000 cliks |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Facebook | Cliks | Medio Digital | Cliks | Page post ad | \$ 56,000.00 | \$2.80, 20 000 cliks |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / LinkedIn | Run of channels | Medio Digital | Display ads | 300 x 250 px | \$ 83,790.00 | 119.70, c/por millar, 700 000 impresiones |
| IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Unkedin | Run of channels | Medio Digital | Display ads | 160 x 600 px | \$ 16,359.00 | 39.90, c/por millar, 410 000 impresiones |
| | | | | | \$514,499.06 | |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones | Precio FONACOT | Observaciones | Ahorro |
|--|---------|-----------|-----------------------|----------------------------|--------------|-----------------------|----------------|-------------------|--------------|
| Impresiones Aéreas S.A. de C.V. / www.soyentrepeneur.com | Banners | Nacional | Banners tradicionales | 728 x 90 px y 300 x 250 px | \$ 24,800.00 | \$310 c/u, 80 banners | \$ 14,880.00 | \$186 c/u 15 días | \$ 9,920.00 |
| | E-book | Nacional | E-book | 500 px | \$ 83,500.00 | | \$ 50,100.00 | | \$ 33,400.00 |
| | | | | | \$108,300.00 | | \$ 64,980.00 | | \$43,320.00 |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones | Precio FONACOT | Observaciones | Ahorro |
|--|---------|-----------|----------------------|--------|--------------|---|----------------|-----------------------|--------------|
| Publicaciones Metropolitanas, S.A. de C.V. / Publmetro | Banners | Nacional | Box Banner Home Page | N/D | \$ 59,550.00 | \$397 c/por millar, 150 000 impresiones | \$ 46,719.00 | \$311.46 c/por millar | \$ 12,831.00 |
| | | | Super Banner Ros | N/D | \$ 69,280.00 | \$433 c/por millar, 160 000 impresiones | \$ 53,280.99 | \$333.01 c/por millar | \$ 15,999.01 |
| | | | | | \$128,830.00 | | \$ 99,999.99 | | \$28,830.01 |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones |
|--|---------|---------------|------------------------|----------------|----------------------|--------------------------------------|
| Yahoo México, S.A. de C.V. / Yahoo Deportes | Banners | Medio Digital | Banner estándar | Lrec 300 x 250 | \$ 27,034.00 | \$100 por millar, 270340 impresiones |
| Yahoo México, S.A. de C.V. / Yahoo Celebridades | | | Banner estándar | Lrec 300 x 250 | \$ 26,000.00 | \$100 por millar, 260000 impresiones |
| Yahoo México, S.A. de C.V. / Yahoo Noticias | | | Banner estándar | Lrec 300 x 250 | \$ 26,000.00 | \$100 por millar, 260000 impresiones |
| Yahoo México, S.A. de C.V. / Yahoo Buscador | | | Stream ad en home page | Texto | \$ 26,000.00 | \$3 por clics, 8667 clics |
| Yahoo México, S.A. de C.V. / Yahoo Corre Home page | | | Stream ad en correo | Texto + imagen | \$ 26,000.00 | \$3 por clics, 8667 clics |
| | | | | | \$ 131,034.00 | |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones | Precio FONACOT | Observaciones | Ahorro |
|---|---------|-----------|----------------------------------|-----------------------------|---------------|---|----------------------|--------------------------------|----------------------|
| Análisis Total S.A. de C.V. | Banners | Nacional | Cabezal / Horizontal | 620X 105 px | \$ 60,000.00 | Sección inicio | \$ 24,000.00 | Sección inicio | \$ 36,000.00 |
| Comercial Media Bizcom, S.A. de C.V. / www.elarsenal.net | Banners | Nacional | Banner Ros rotativo | 300 x 250 px | \$ 42,000.00 | 335 000 impresiones | \$ 35,000.00 | | \$ 7,000.00 |
| Desde la Calle, S.A. de C.V. / callemexico.com | Banners | Nacional | Banner Home principal | 250 x 300 px | \$ 30,000.00 | | \$ 30,000.00 | | |
| Zavermarketing, S.A. de C.V. / www.notifaxonline.com | Banners | Nacional | Banner fijo en Home o interiores | 200 x 200 pix | \$ 25,862.07 | \$ 51,724.14 c/u | \$ 25,862.07 | | |
| Dridco México, S.A. de C.V. / Zona Jobs | Banners | Nacional | Banners tradicionales | 300x250, 728x90 y 160x600px | \$ 60,000.00 | \$232 c/por millar, 300 000 impresiones | \$ 43,200.00 | \$144 c/u, 300 000 impresiones | \$ 16,800.00 |
| Elena Montserrat Ferrer de Paz / Affidamento mujer y cultura | Banners | Nacional | Side Banner | 160 x 600 px | \$ 30,172.41 | | \$ 30,172.41 | | |
| Grupo Internacional Editorial S.A. de C.V. | Banners | Nacional | Banner superior expandible | 728 x 90 px | \$ 25,862.06 | | \$ 25,862.06 | | |
| L.R.H.G. Informativo S.A. de C.V. / La Razón de México | Banners | Nacional | Banner lateral en Home | 300 x 100 px | \$ 46,500.00 | \$3 100 p/publicación, 15 publicaciones, www.razon.com.mx | \$ 46,500.00 | | |
| María Yazmín Alessandrini Morales / www.lapoliticamedarisa.mx | Banners | Nacional | Banner superior fijo | 1000 x 90 px | \$ 38,793.12 | \$38,793.12 c/u | \$ 38,793.12 | | |
| Media Business Generators / Forbes.com.mx | Banners | Nacional | Top Banner | 222 x 90 px | \$ 53,900.00 | \$53,900 c/u | \$ 26,950.00 | | \$ 26,950.00 |
| Mexicanos y Americanos Sistemas de Comunicación S.A. de C.V. / Mas Comunicación / Cinepolis on line | Banners | Nacional | Banner rotativo en Home | 728 x 90 px | \$ 215,891.20 | \$320 c/u 674 660 impresiones | \$ 155,171.80 | \$230 c/u, 674 600 impresiones | \$ 60,719.40 |
| Paradin de México S.A de C.V. / Vertigo político | Banners | Nacional | Banner Rotativo Leader | 1043 x 90 px | \$ 34,482.76 | | \$ 34,482.76 | | |
| Prensa de negocios S. de R.L. de C.V. / El Semanario | Banners | Nacional | Banner fijo en Home | 728 x 90 px | \$ 108,000.00 | \$108 000, www.elsamanario.com | \$ 30,172.41 | \$30 172.41 | \$ 77,827.59 |
| Publicaciones comunitarias S.A. de C.V. / La Silla Rota | Banners | Nacional | Banner | 300 x 100 px | \$ 12,931.00 | | \$ 12,931.00 | | |
| Talento e Inteligencia de medios S.A. de C.V. / emeequis | Banners | Nacional | Banner fijo en Home | 728 x 90 px | \$ 53,000.00 | \$53 000, www.m-x.com.mx | \$ 20,000.00 | \$20 000 | \$ 33,000.00 |
| \$ 837,394.62 | | | | | | | \$ 579,097.63 | | \$ 258,296.99 |

| Empresa | Tipo | Cobertura | Formato | Medida | Precio | Observaciones | Precio FONACOT | Observaciones | Ahorro |
|---|---------|-----------|-----------------------|--------------|---------------|--|----------------------|--|---------------------|
| Informula, S.A. de C.V. / Grupo Fórmula | Banners | Nacional | Leaderboard rotativo | 728 x 90 px | \$ 47,700.00 | \$318.00 por millar, 150 000 impresiones | \$ 35,490.52 | \$274.46 por millar, 150 000 impresiones | \$ 12,209.48 |
| | | | Boxbanner en rotativo | 300 x 250 px | \$ 44,250.00 | \$295.00 por millar, 150 000 impresiones | \$ 31,815.52 | \$246.04 por millar, 150 000 impresiones | \$ 12,434.48 |
| | | | Layer en rotativo | 300 x 300 px | \$ 60,114.40 | \$400.00 por millar, 150 286 impresiones | \$ 43,132.09 | \$332.92 por millar, 150 286 impresiones | \$ 16,982.31 |
| | | | Patrocinio fijo | 843 x 147 px | \$ 100,000.00 | \$200 000, Precio unitario mensual | \$ 81,500.00 | \$189 080 precio unitario mensual | \$ 18,500.00 |
| \$ 252,064.40 | | | | | | | \$ 191,938.13 | | \$ 60,126.27 |

Como se puede apreciar, en la mayoría de los costos obtenidos por los proveedores de medios que se pretende contratar, el Instituto FONACOT cuenta con ahorros o beneficios sustanciales, lo que nos permite obtener las mejores condiciones para el Instituto y el Estado.

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

- Al tratarse de diversos medios de comunicación y al requerirse mayor énfasis en medios locales, no existen proveedores que ofrezcan la prestación del servicio de la difusión de la Campaña del Instituto de forma integral.
- Al ser diferentes medios y proveedores, los precios varían entre uno y otro de manera muy significativa, en función de horarios, presencia, tipo de medio, audiencias, alcances y frecuencias.
- Al contratar directamente con los medios de comunicación, se pueden obtener mejores condiciones de contratación.

De igual forma, se llevó a cabo el comparativo económico para conocer el precio prevaleciente en el mercado, estableciendo como referencia el precio que se observa como mediana del servicio, al que se hace referencia en dicho cuadro comparativo de los precios que se integran a este documento, fundamentado en el artículo 51 del Reglamento de La Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

IV. 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 las personas morales antes mencionadas, a través del procedimiento de **ADJUDICACIÓN DIRECTA** como caso de excepción a la Licitación Pública.

Motivación:

La difusión de la campaña publicitaria "Logros y resultados de la STPS y el INFONACOT/2014", tiene el objetivo de dar a conocer los beneficios específicos de los principales programas y acciones ejecutados por la STPS y el Instituto Fonacot, para generar un círculo virtuoso de acercamiento y participación por parte del público objetivo, pretendiendo alcanzar la meta de impulsar la generación de nuevos empleos formales por medio de los beneficios de los derechos laborales, y en el caso específico del Infonacot, los beneficios del crédito al consumo.

Lo anterior, se pretende cumplir, dando a conocer de forma directa a los beneficiarios finales el derecho que tienen de acceder a un crédito del instituto, incentivar el empleo formal, además de reiterar a los patrones la obligatoriedad de afiliar a sus empresas.

Esta estrategia, está dirigida de acuerdo al Programa Anual de Publicidad y Promoción para el ejercicio fiscal 2014 del Instituto Fonacot, a hombres y mujeres en edades de 19 a 24, 25 a 34, 35 a 44 y 45 a 64 años, en poblaciones urbanas y rurales (semiurbanas) y en un nivel socioeconómico AB, C y D.

Tomando en consideración este público objetivo, así como los estudios realizados por las empresas *Delta Research y Kriteria*, la *Dirección de Comunicación Social*, **determinó los medios masivos de comunicación que se debían utilizar, para la difusión del mensaje correcto, al público adecuado, ya que de no ser así**, se pudiera generar que no se cumplan los objetivos del Instituto y que el ejercicio del gasto autorizado no cumpla el objeto de la campaña, no se logre el impacto proyectado y por ende no se coadyuve al cumplimiento de la meta institucional tanto de proyección como de captación.

Esta situación, imposibilitaría al Instituto FONACOT para dar a conocer de una forma directa a los beneficiarios finales, el derecho que tienen de acceder a un crédito del Instituto, adicionalmente a que no habría mucha difusión en relación a la obligatoriedad por parte de los patrones de afiliar a sus empresas en el Instituto FONACOT, lo que afectaría negativamente el crecimiento esperado para el mismo.

Esta justificación establece la conveniencia de contratar los servicios de difusión de las campañas publicitarias con las empresas propuestas en forma simultánea, para promover el ahorro de los trabajadores, otorgarles financiamiento y garantizar su acceso a créditos para la adquisición de bienes y pago de 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 los medios de comunicación propuestos reúnen los requisitos necesarios para la difusión de la campaña requeridas y se apegan a la forma de pago y condiciones propuestas y con la adjudicación directa se obtienen en varios de los casos, precios especiales con descuentos considerables, que ascienden a un valor cercano a los \$2,000,000.00.

Por otra parte, se considera conveniente exceptuar la licitación pública ya que al posibilitar el registro y posible adjudicación a cualquier medio de comunicación cabe la posibilidad del ingreso de empresas con poca cobertura o enfocadas a segmentos de la población diferentes a nuestro público objetivo, lo que como ya se ha citado anteriormente, conllevaría el no cumplimiento el objeto con las consiguientes pérdidas en la afiliación de empresas y la captación de recursos.

Adicionalmente a lo anterior, también es importante destacar, que algunas de las empresas que se propone contratar, cuentan con concesiones para la difusión de publicidad, promoción y propaganda en algunos medios como lo son el sistema de transporte colectivo metro en las Cd. de México, Guadalajara y Monterrey, el tren Suburbano, el tren Ligero, el MetroBus, las pantallas de las cadenas como WalMart, Banco Azteca, Elektra, Autobuses, etc., que de igual forman, son medios estratégicos para la difusión de la campaña.

Por lo antes expuesto, se concluye que no existen condiciones para llevar a cabo una licitación pública, ya que se abriría la posibilidad del ingreso de empresas con poca cobertura o enfocadas a segmentos de la población diferentes a nuestro público objetivo, no se obtendría el descuento de aproximadamente \$2,000,000.00 y finalmente en el caso de los medios concesionados, son la opción viable, por lo que en su conjunto, existen circunstancias que puedan provocar pérdidas o costos adicionales importantes, cuantificados y justificados que no permiten realizar una Licitación Pública.

Esta justificación establece la conveniencia de contratar los servicios de difusión de la campaña publicitaria con las empresas propuestas en forma simultánea, para promover el ahorro de los trabajadores, otorgarles financiamiento y garantizar su acceso a créditos para la adquisición de bienes y pago de 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 los medios de comunicación propuestos reúnen 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.

V. MONTO ESTIMADO DE LA CONTRATACIÓN Y FORMA DE PAGO PROPUESTA

El costo los servicios a contratar con los diferentes medios para la difusión de la campaña de publicidad del Instituto FONACOT **“Logros y resultados de la STPS y el INFONACOT/2014”**, asciende a la cantidad de **\$15,513,675.68 (Quince millones quinientos trece mil seiscientos setenta y cinco pesos 68/100 M.N.)** más el Impuesto al Valor Agregado.

Detalle del monto estimado de la contratación:

| Suma de Precio Fo | | |
|----------------------------|---|-------------------------|
| Medio Digital | Análisis Total S.A. de C.V. | \$ 24,000.00 |
| | Comercio Mas, S.A. de C.V. / Televisa Espectáculos | \$ 29,892.00 |
| | Comercio Mas, S.A. de C.V. / Televisa.com | \$ 3,851.00 |
| | Comercio Mas, S.A. de C.V. /Televisa Deportes | \$ 30,150.00 |
| | Desde la Calle, S.A. de C.V. / callemexico.com | \$ 30,000.00 |
| | Dridco México, S.A. de C.V. / Zona Jobs | \$ 43,200.00 |
| | Elena Montserrat Ferrer de Paz / Affidamento mujer y cultura | \$ 30,172.41 |
| | Estudios Azteca, S.A. de C.V. | \$ 63,793.49 |
| | Grupo Internacional Editorial S.A. de C.V. | \$ 25,862.06 |
| | Impresiones Aéreas / IASA comunicación | \$ 64,980.00 |
| | Media Business Generators / Forbes.com.mx | \$ 26,950.00 |
| | Publicaciones comunitarias S.A. de C.V. / La Silla Rota | \$ 12,931.00 |
| | Publicaciones Metropolitanas, S.A. de C.V. / Publimetro | \$ 99,999.99 |
| | Agencia Integral Capital MX, S.A. de C.V. / futbolsapiens.com | \$ 68,104.00 |
| | Agencia Integral Capital MX, S.A. de C.V. / maspormas.com | \$ 68,104.00 |
| | L.R.H.G. Informativo S.A. de C.V. / La Razón de México | \$ 46,500.00 |
| | Mexicanos y Americanos Sistemas de Comunicación S.A. de C.V. / Mas Comunicación / Cinopolis on line | \$ 155,171.80 |
| | Paradín de México S.A de C.V. / Vertigo político | \$ 34,482.76 |
| | Prensa de negocios S. de R.L. de C.V. / El Semanario | \$ 30,172.41 |
| | Talento e Inteligencia de medios S.A. de C.V. / emeequis | \$ 20,000.00 |
| | Infomula, S.A. de C.V. / Grupo Fórmula | \$ 191,938.13 |
| | Yahoo México, S.A. de C.V. / Yahoo Deportes | \$ 27,034.00 |
| | Yahoo México, S.A. de C.V. / Yahoo Noticias | \$ 26,000.00 |
| | Comercial Media Bizcom, S.A. de C.V. / www.elarsenal.net | \$ 35,000.00 |
| | Zavermarketing, S.A. de C.V. / www.notifaxonline.com | \$ 25,862.07 |
| | María Yazmín Alessandrini Morales / www.lapoliticamedarisa.mx | \$ 38,793.12 |
| | Yahoo México, S.A. de C.V. / Yahoo Celebridades | \$ 26,000.00 |
| | Yahoo México, S.A. de C.V. / Yahoo Buscador | \$ 26,000.00 |
| | Yahoo México, S.A. de C.V. / Yahoo Corre Home page | \$ 26,000.00 |
| | IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Prodigy | \$ 27,500.01 |
| | IMM Inter media México, S.A. de C.V. / OCC Mundial | \$ 42,100.06 |
| | IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Computrabajo | \$ 40,000.00 |
| | IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Terra | \$ 57,750.00 |
| | IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Google Ads | \$ 100,000.00 |
| | IMM Inter media México, S.A. de C.V. / You Tube | \$ 35,000.00 |
| | IMM Inter media México, S.A. de C.V. / Facebook | \$ 112,000.00 |
| | IMM Inter media México, S.A. de C.V. / LinkedIn | \$ 100,149.00 |
| Total Medio Digital | | \$ 1,845,443.30 |
| Total general | | \$ 15,513,675.68 |

| Suma de Precio Fo | | |
|----------------------------|---|-----------------|
| Medio | Empresa | Total |
| Medio complementario | 5M2 Andenes, S.A.P.I. de C.V. | \$ 497,857.01 |
| | AYTVS, S.A. de C.V. | \$ 1,194,999.20 |
| | BTV Servicios en colocación de anuncios, S.C. | \$ 2,027,943.00 |
| | Estudios Azteca, S.A. de C.V. | \$ 742,523.30 |
| | Fermín González Rodríguez / Integra Publicidad | \$ 18,000.00 |
| | Grupo Pública espectaculares y vallas, S.A. de C.V. | \$ 850,000.00 |
| | ISA Corporativo, S.A. de C.V. | \$ 571,508.12 |
| | Loft Integral Ventas Exterior Publicidad S.A. de C.V. / Live Publicidad | \$ 2,586,300.00 |
| | PM onstreet, S.A. de C.V. | \$ 1,724,137.75 |
| | Premier Retail Networks México, S.A. de C.V. | \$ 1,400,000.00 |
| | Promomil Medios S.A. de C.V. | \$ 424,710.00 |
| | Publicidad NBVO S.A. de C.V. / NBVO Digital Signage | \$ 745,000.00 |
| | TV Mos S.A. de C.V. | \$ 125,000.00 |
| | Corporativo Publicitario MAO, S.A. de C.V. | \$ 254,000.00 |
| | ISA Difusión, S.A. de C.V. | \$ 506,254.00 |
| Total Medio complementario | | \$13,668,232.38 |

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 inserción o de trabajo, 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 las órdenes de trabajo con facturas por la Dirección de Comunicación Social, se pagará la prestación del servicio a mes vencido.

EMPRESAS QUE SE PRETENDEN CONTRATAR:

Al contratar a las empresas propuestas, se cuenta con prestadores de servicio con experiencia y capacidad suficiente para implementar las acciones debidas para el cumplimiento del ejercicio de la actividades sustantivas del Instituto FONACOT, las cuales se enlistan a continuación:

Medio complementario

- 5M2 Andenes, S.A.P.I. de C.V.
- AYTVS, S.A. de C.V.
- BTV Servicios en colocación de anuncios, S.C.
- Corporativo Publicitario MAO, S.A. de C.V.
- Estudios Azteca, S.A. de C.V.
- Fermín González Rodríguez
- Grupo Pública espectaculares y vallas, S.A. de C.V.
- ISA Corporativo, S.A. de C.V.
- ISA Difusión, S.A. de C.V.
- Loft Integral Ventas Exterior Publicidad S.A. de C.V.
- PM onstreet, s.a. de c.v.
- Premier Retail Networks México, S.A. de C.V.
- Promomil Medios S.A. de C.V.
- Publicidad NBVO S.A. de C.V.
- TV Mos S.A. de C.V.

Medio Digital

Agencia Integral Capital MX, S.A. de C.V.
Análisis Total S.A. de C.V.
Comercial Media Bizcom, S.A. de C.V.
Comercio Mas, S.A. de C.V.
Desde la Calle, S.A. de C.V.
Zavermarketing, S.A. de C.V.
Dridco México, S.A. de C.V.
Elena Montserrat Ferrer de Paz
Estudios Azteca, S.A. de C.V.
IMM Inter media México, S.A. de C.V.
Grupo Internacional Editorial S.A. de C.V.
Impresiones Aéreas, S.A. de C.V.
Informula, S.A. de C.V.
L.R.H.G. Informativo S.A. de C.V.
María Yazmín Alessandrini Morales / www.lapoliticamedarisa.com
Media Business Generators, S.A. de C.V.
Mexicanos y Americanos Sistemas de Comunicación S.A. de C.V.
Paradin de México S.A. de C.V.
Prensa de negocios S. de R.L. de C.V.
Publicaciones comunitarias S.A. de C.V.
Publicaciones Metropolitanas, S.A. de C.V.
Talento e Inteligencia de medios S.A. de C.V.
Yahoo México, S.A. de C.V.

VI. 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 concurren 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, que garantice 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 dependencia, 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, y con una campaña bien diseñada y con esta adjudicación, bien orientada, 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, realizando la contratación de los servidores 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.

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 y oportunidad 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.

RECURSOS PRESUPUESTALES

Mediante oficio SGA-042-2014 de fecha 15 de enero de 2014 emitido por el Subdirector General de Administración, se informa a la Dirección de Comunicación Social, la asignación presupuestal en la partida 32601 **DIFUSIÓN DE MENSAJES COMERCIALES PARA PROMOVER LA VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS**, con lo cual se da cumplimiento a lo establecido en el artículo 25 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, contando con los recursos presupuestales para la cubrir la prestación de los servicios objeto de la presente contratación.

VIGENCIA DEL CONTRATO

Los servicios tendrán una vigencia del **7 al 31 de octubre de 2014**.

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 **SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "LOGROS Y RESULTADOS DE LA STPS Y EL INFONACOT/2014"**, para el periodo comprendido del 7 de al 31 de octubre de 2014, por un monto de **\$15,513,675.68 (Quince millones quinientos trece mil seiscientos setenta y cinco pesos 68/100 M.N.)** más el Impuesto al Valor Agregado, conforme al esquema de pago expuesto en la presente justificación.

Lugar y fecha de emisión

México, Distrito Federal a, 29 de septiembre de 2014

Atentamente



DANTE OMAR PINAL IBARRA
Director de Comunicación Social