

J U S T I F I C A C I Ó N

JUSTIFICACIÓN QUE EMITE EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL PARA EL CONSUMO DE LOS TRABAJADORES PARA EXCEPTUAR DEL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN PÚBLICA Y REALIZAR A TRAVÉS DE LA ADJUDICACIÓN DIRECTA, LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO PARA LA CREATIVIDAD, PRODUCCIÓN, COPIADO Y COMPRESIÓN Y EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "LOGROS Y RESULTADOS 2015" Y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" EN COEMISIÓN CON LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL". EN CUMPLIMIENTO A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 134 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS; 25, 26, FRACCIÓN III, 40 Y 41 FRACCIÓN V Y PENÚLTIMO PÁRRAFO DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO; 72 FRACCIÓN V DE SU REGLAMENTO.

I.- ANTECEDENTES.

Para el primer semestre de 2015 se contrató la prestación del servicio de espacios para la difusión de la Campaña Publicitaria denominada: **"CRÉDITO FONACOT" EN SU VERSIÓN "CRÉDITOS CON DESCUENTO VÍA NÓMINA**, en la cual se promovieron los servicios y productos que brinda el Instituto FONACOT, así como datos relativos a los Resultados de Colocación de Créditos en 2014 y Cifras de trabajadores beneficiados a través del Crédito FONACOT en el mismo periodo. La contratación de los servicios de espacios publicitarios se llevó a cabo con treinta y dos (32) proveedores que a través de medios electrónicos (radio), impresos, digitales y complementarios, transmitieron los mensajes de la campaña. Los resultados generados denotan los esfuerzos que el Instituto FONACOT realizó en el ejercicio fiscal citado a favor de los trabajadores y sus familias para mejorar su calidad de vida con el acceso a créditos flexibles.

La ejecución de la campaña realizada en Marzo 2015 se dio en apego a lo señalado en la circular No. SNM/ 016 /2015, emitida por la Subsecretaría de Normatividad de Medios, en el cual informaba a los Titulares de las Áreas de Comunicación Social de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal sobre los estados y fechas de inicio de veda electoral, por lo cual debía abstenerse a difundir campañas gubernamentales en 17 estados de la República Mexicana.

Una de las estrategias del Plan Nacional de Desarrollo es lograr un Gobierno Cercano y Moderno, para contribuir al logro de este objetivo la Secretaría del Trabajo y Previsión Social implemento un plan de publicidad para informar a la sociedad respecto de los derechos laborales que tiene cada individuo dentro de los que se encuentran las prestaciones sociales y beneficios para los trabajadores como lo son entre otros el crédito que ofrece el Instituto FONACOT a tasas preferenciales, contribuyendo con esto a concientizar a la población de los beneficios de contar con un trabajo formal, así como de las obligaciones que tienen las empresas de afiliarse al Instituto FONACOT. La estrategia de integrar en la publicidad información tanto de la Secretaría antes mencionada como del Instituto, está en función de racionalizar recursos en la contratación de servicios de publicidad al incluir dentro de un mismo spot publicitario información de ambos entes de Gobierno.

El 21 de Julio 2015, en la Décima Sesión Extraordinaria del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Instituto FONACOT, se dictaminó favorable el caso de excepción a la Licitación Pública para llevar a cabo bajo el procedimiento de Adjudicación Directa la contratación del Servicio de Espacios para



la Difusión de la Campaña Publicitaria denominada PROTECCIÓN A LOS TRABAJADORES “VERSIÓN SALAS”. STPS EN COEMISIÓN CON EL INSTITUTO FONACOT, en la cual se contrataron veintinueve (29) proveedores que prestaron servicios de Medios Digitales y Medios Complementarios.

La campaña publicitaria dio a conocer las acciones de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) y el Instituto FONACOT que coadyuvan en la impartición de justicia cotidiana y que garantizan los derechos en materia laboral que la Ley otorga a todos los mexicanos.

Para el 28 de Agosto 2015, en la Octava Sesión Ordinaria del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Instituto FONACOT, se dictaminó favorable el caso de excepción a la Licitación Pública para llevar a cabo bajo el procedimiento de Adjudicación Directa la contratación del Servicio de Espacios para la Difusión de la Campaña Publicitaria denominada “**3er INFORME DE GOBIERNO**” EN SU VERSIÓN “**MENSAJE 1, MENSAJE 2, MENSAJE 3, FRAGMENTOS 1 Y FRAGMENTOS 2**”, a través de la cual se dieron a conocer resultados de los créditos otorgados en 2014 y lo que va del 2015.

Es importante enfatizar que las campañas publicitarias buscan dar a conocer e incentivar a los patrones para que afilien sus empresas, así como a que los trabajadores informales se integren a la formalidad, ambos con el objetivo de que los trabajadores tengan acceso a los servicios de crediticios del Instituto FONACOT, contribuyendo así a que puedan ejercer dentro de sus derechos laborales, las prestaciones sociales relacionadas con los beneficios de los créditos que les brinda el Instituto FONACOT.

En este sentido, y a fin de dar continuidad y cumplimiento a la Estrategia Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio Fiscal 2015, la Dirección de Comunicación Social requiere llevar a cabo las acciones pertinentes para llevar a cabo la contratación de los **Servicios de Creatividad, Producción, Copiado y Compresión y Evaluación de la Campaña “LOGROS Y RESULTADOS 2015” y “BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT” Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social**”, la cual se encuentra alineada con la Estrategia Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio fiscal 2015.

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 2015*, esta Dirección tiene la encomienda de coadyuvar en la realización de la campaña “**LOGROS Y RESULTADOS 2015**” y “**BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT**” en **Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social**” a través de la contratación de servicios necesarios para la creatividad, producción, copiado y compresión y evaluación de la campaña, toda vez que de manera conjunta la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) estará contribuyendo con la contratación de los medios de comunicación a través de los cuales se dará la difusión de la Campaña citada.

La contratación de **servicios para la creatividad, producción, copiado y compresión y evaluación de la campaña “LOGROS Y RESULTADOS 2015” y “BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT” en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social**” permitirá contar con los materiales necesarios para la difusión de la campaña que estará apoyando en el 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.**

Para el Instituto FONACOT es de suma importancia la contratación de **servicios para la creatividad, producción, copiado y compresión y evaluación de la campaña “LOGROS Y RESULTADOS 2015” y “BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT” en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social**, a fin de impulsar su realización, dado que a través de ésta se estarán transmitiendo mensajes e información que busca llegar a un mayor número de trabajadores y patrones para que, según sea el caso, accedan a contar con un crédito del Instituto y afilien a sus empresas como centros de trabajo al Instituto. En este sentido, la contratación del servicio de producción es de vital importancia para contar con los materiales necesarios en tiempo, forma y de acuerdo a las características técnicas necesarias para que puedan ser transmitidos en diferentes medios de comunicación.

Por otra parte, la contratación del servicio para la evaluación de la campaña **“LOGROS Y RESULTADOS 2015” y “BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT” en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social** busca, entre otros objetivos:

- *Determinar el nivel de conocimiento de la campaña en la población.*
- *Determinar el nivel de recordación de la campaña en la población.*
- *Conocer la eficiencia de los diferentes medios utilizados para la difusión de la Campaña.*
- *Conocer la credibilidad del mensaje central y nivel de impacto entre la población.*

A fin de llevar a cabo las acciones pertinentes para apoyar conjuntamente con la STPS la realización de la campaña **“LOGROS Y RESULTADOS 2015” y “BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT” en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social**, la cual informará a los trabajadores sobre los servicios crediticios que ofrece el Instituto FONACOT (crédito en efectivo y tarjeta Master Card), así como dar a conocer la información clara y objetiva que necesitan para tramitar el crédito. Es por ello que en el mes de Diciembre es prioritario proyectar una campaña de difusión efectiva que presente a los trabajadores y centros de trabajo (afiliados y no afiliados) las bondades del crédito FONACOT, toda vez que es la temporada en la cual los trabajadores formales del país utilizan sus prestaciones para la adquisición de bienes y servicios.

A través de los servicios de creatividad, producción, copiado y compresión y evaluación de la campaña se busca proyectar publicidad efectiva que presente a los trabajadores y centros de trabajo (afiliados y no afiliados) las bondades del crédito FONACOT, así como promover el ahorro para el bienestar social y de las familias de los trabajadores, coadyuvando en el logro de los objetivos y metas planteadas por el Instituto en la colocación de créditos, buscando siempre salvaguardar el patrimonio e intereses de los trabajadores.

La realización de un procedimiento licitatorio requeriría de una amplia calendarización para la búsqueda e identificación de posibles proveedores y posteriormente el desarrollo del proceso de licitación, razón que afectaría el desarrollo en tiempo de los servicios solicitados, toda vez que las campañas publicitarias se proyectan en función de las temporadas y fechas consideradas de mayor consumo, en las cuales los trabajadores formales adquieren bienes y servicios con mayor frecuencia que en otras fechas del año,

tales como: vacaciones, regreso a clases, Buen Fin y Navidad. El impacto que llega a tenerse con la difusión de campañas como la indicada en esta justificación, "LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social", se suma al conjunto de estrategias del Instituto FONACOT para impulsar la colocación y otorgamiento de créditos que posicionen al Instituto como la mejor opción crediticia en beneficio de los trabajadores del país.

Dentro de las estrategias de mercadotecnia se deben considerar las más actuales, además de evaluar los factores económicos, sociales, etc. Así como la influencia de los cambios económicos a corto plazo. Asimismo, dentro del plazo que de manera genérica se tiene considerado para un procedimiento de Licitación Pública no se conocían ciertos elementos que deben considerarse para preparar las nuevas campañas publicitarias, toda vez que la estrategia de la publicidad tiene que ver con acontecimientos del hombre que surgen e impactan en un momento de tiempo determinado por diversas circunstancias que deben ser aprovechadas para impactar de manera efectiva en la ciudadanía.

Lo anterior se ha considerado como un caso fortuito o de fuerza mayor según ha sido señalado por la Suprema Corte de Justicia de la Nación al interpretar lo que se debe entender por estos términos, a saber:

CASO FORTUITO O FUERZA MAYOR. CUANDO EL ACTO O HECHO EN QUE SE SUSTENTA ES UN ACTO DE AUTORIDAD.

La doctrina jurídica es unánime al admitir que existen ocasiones en que el incumplimiento de una obligación no puede ser imputable al deudor, porque éste se ve impedido a cumplir por causa de un acontecimiento que está fuera del dominio de su voluntad, que no há podido prever o que aun previéndolo no ha podido evitar. A un acontecimiento de esa naturaleza se le llama caso fortuito o fuerza mayor. Los diversos tratadistas como Bonnacase, García Goyena, Henri León Mazeaud y André Tunc también son acordes al distinguir tres categorías de acontecimientos constitutivos del caso fortuito o de fuerza mayor, según provengan de sucesos de la naturaleza, de hechos del hombre o de actos de la autoridad; sea que el acontecimiento proceda de cualquiera de esas fuentes y, por ello, provoque la imposibilidad física del deudor para cumplir la obligación, lo que traerá como lógica consecuencia que no incurra en mora y no pueda considerársele culpable de la falta de cumplimiento con la correspondiente responsabilidad de índole civil, dado que a lo imposible nadie está obligado. Las características principales de esta causa de inimputabilidad para el deudor son la imprevisibilidad y la generalidad, puesto que cuando el hecho puede ser previsto el deudor debe tomar las prevenciones correspondientes para evitarlo y si no lo hace así, no hay caso fortuito o fuerza mayor; el carácter de generalidad implica que la ejecución del hecho sea imposible de realizar para cualquier persona, no basta, pues, con que la ejecución sea más difícil, más onerosa o de desequilibrio en las prestaciones recíprocas. Así, cuando se trata de actos de autoridad, que algunos autores como Manuel Borja Soriano catalogan dentro de la categoría de hechos provenientes del hombre, el hecho del príncipe, se da a entender a todos aquellos impedimentos que resultan de una orden o de una prohibición que emana de la autoridad pública.

PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA CIVIL DEL SEGUNDO CIRCUITO
Amparo directo 487/97. U.S.A. English Institute, A.C. 9 de octubre de 1997. Unanimidad de votos.
Ponente: Ricardo Romero Vázquez. Secretaria: Elizabeth Serrato Guisa.

Es el caso que los actos del hombre en la dinámica económica de una sociedad de consumo no se pueden prever en cuanto a lo que las estrategias de la mercadología que tienen mayor impacto en la sociedad son cambiantes incluso de manera inmediata, por lo que considerar un proceso licitatorio nos llevaría a tener la obligación de definir los alcances del servicio con meses de anticipación lo que propiciaría que si la dinámica publicitaria nos lleva a cambios de último momento, estos no podrían realizarse debido a que los términos en los que se lleva a cabo la primera etapa en este tipo de contrataciones deben quedar definidos desde un principio.

Además de lo anterior, debe considerarse que las mejores condiciones para el Estado en este asunto que se justifica, estarán en función de contar con el mayor impacto posible en los trabajadores formales de este país para facilitar el acceso a los servicios crediticios que ofrece el Instituto FONACOT.

Cabe destacar que los **Servicios para la Creatividad, Producción, Copiado y Compresión y Evaluación de la Campaña Publicitaria Denominada: "LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT"**, cuentan con la autorización de contratación emitida con fecha 27 de noviembre de 2015 por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación. Aunado a lo anterior, se tuvo conocimiento de las Disposiciones Específicas para el Cierre del Ejercicio Presupuestario 2015, emitidas por la Unidad de Política y Control Presupuestal de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en las que se estableció que los ejecutores del gasto no podrán iniciar procedimientos de contratación a partir del 16 de noviembre de 2015.

III.- DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:

Para los **Servicios para la Creatividad, Producción, Copiado y Compresión y Evaluación de la Campaña Publicitaria Denominada: "LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social**, se requiere de lo siguiente:

1.- SERVICIO DE CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN:

El prestador del servicio se encargará de realizar el desarrollo creativo de la campaña solicitada por el Instituto para cada medio de comunicación (Televisión, Radio, Impresos). Asimismo, el prestador del servicio deberá considerar para el diseño y creación de la campaña apegarse a los objetivos y lineamientos generales para las campañas, establecidos en la Estrategia Anual de Publicidad y Promoción para el Ejercicio Fiscal 2015.

Es importante mencionar que el prestador del servicio deberá contemplar lo siguiente para la prestación del servicio:

- ✓ Una Plataforma de redacción: Selling line (general y/o por fase)
- ✓ Una Plataforma Visual: Morfotipo (el que se indique), tipografía (la que se indique) y elementos gráficos adicionales.

Los aspectos antes indicados (plataformas) se plasmarán en materiales ejecucionales con un mínimo de uno por medio: guion para tv (escritos) guion de radio (escritos) y aplicaciones gráficas en impresos que se soliciten.

2.- SERVICIO DE COPIADO Y COMPRESIÓN:

Para los servicios de *Copiado y Compresión de Spots de TV con duraciones de 30" (segundos) cada uno, será conforme a la siguiente tabla:*

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	DISPOSITIVO DE ALMACENAMIENTO
Compresión a .AVI	ENTREGABLE	60	CD
Compresión a .MOV	ENTREGABLE	30	CD
Copias a BTC DIG	ENTREGABLE	45	Betacam Digital
Copias a BTC SP	ENTREGABLE	36	Betacam SP
Copiado en FULL HD	ENTREGABLE	18	DVD
Copia a DVD	ENTREGABLE	84	DVD

- Los formatos para los spots de televisión serán: .AVI, .MOV, BTC DIG, BTC SP y FULL HD. La cantidad de entregables se precisa en la tabla anterior.
- El prestador del servicio se encargará de comprimir y copiar en los formatos requeridos, spots de televisión (del master original del video) para la Campaña **"LOGROS Y RESULTADOS 2015"** y **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT"** en Coemisión con la *Secretaría del Trabajo y Previsión Social*.

3.- SERVICIO DE EVALUACIÓN DE LAS CAMPAÑAS "LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" EN COEMISIÓN CON LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL":

Para la realización del servicio de Evaluación de la campaña el prestador del servicio deberá considerar al menos los siguientes puntos:

- ✓ Para la ejecución del estudio de evaluación, el prestador del servicio realizará la aplicación de encuestas a la población de Nivel Socioeconómico C+, C, D+, D, de edades que van de los 18 a los 65. La aplicación de las encuestas será tanto para hombres como para mujeres.
- ✓ Diseñar y crear un cuestionario que considere un número de preguntas apto para que la aplicación de cada encuesta no exceda de quince (15) minutos la duración. El prestador del servicio deberá presentar a la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT el primer día hábil de inicio de la vigencia del contrato, la propuesta de cuestionario a aplicar a fin de validar y aprobar la aplicación del cuestionario. En caso de haber correcciones y/o adecuaciones se realizarán el mismo día de la validación del cuestionario.
- ✓ El prestador del servicio deberá considerar como mínimo una muestra de 1,000 (mil) encuestas a aplicar.
- ✓ El prestador del servicio será responsable de contar con el equipo humano necesario para llevar a cabo el servicio, asimismo deberá designar un Responsable de la Investigación, quien estará coordinándose con la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT durante el desarrollo del servicio. El Responsable deberá estar disponible los siete (7) días de la semana, durante la vigencia del servicio a fin de atender cualquier requerimiento del Instituto FONACOT,



por lo cual deberá proporcionar: número de teléfono fijo, móvil y correo electrónico como datos mínimos de localización. El Responsable de la Investigación deberá ser personal que cuente con la autorización para toma de decisiones. Asimismo, al menos deberá contar con 12 encuestadores, 4 supervisores, 2 coordinadores de campo y capturistas para la recopilación de los datos e información recabada.

- ✓ El prestador del servicio deberá considerar que la aplicación del Estudio de Evaluación será en al menos cuatro ciudades de la República Mexicana, las cuales la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT le indicará el primer día hábil de la vigencia del contrato.
- ✓ El servicio de la evaluación deberá incluir todos los materiales que sean indispensables para su elaboración.
- ✓ Durante la vigencia del servicio, el prestador del servicio deberá asistir a las instalaciones del Instituto FONACOT las veces que así lo requiera con el Administrador del contrato, la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT conforme a las necesidades que se presenten por la prestación del servicio.
- ✓ Para el desarrollo de este servicio, el Instituto FONACOT no pagará viáticos, pasajes ni hospedaje, siendo el Prestador del Servicio el único responsable de ello.

IV.- PLAZO Y CONDICIONES DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El plazo para la prestación del **los Servicios para la Creatividad, Producción, Copiado y Compresión y Evaluación de la Campaña Publicitaria Denominada: "LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión**, será del 27 de noviembre al 16 de diciembre de 2015.

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 2015"* en el Artículo 3, fracción XV 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 presten los servicios comprobarán la prestación de estos dentro de los primeros 5 (cinco) días naturales siguientes a la conclusión del total de los servicios y conforme al cumplimiento en fechas establecidas en ordenes.

Los entregables requeridos se describen a continuación:

1.- Servicio de Creatividad y Producción:

El material se entregará en la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT, de conformidad con lo siguiente:

- El prestador del servicio deberá presentar los entregables en Disco Duro debidamente identificado:
- Deberá presentar la Producción de originales (digitales) gráficos.
- Deberá presentar 1 spot de TV y 1 spot de radio de 30 segundos cada uno.

La entrega de los materiales será conforme a las fechas que establezca en Instituto FONACOT con el prestador del servicio el primer día hábil de inicio de la prestación del servicio.

2.- Servicio de Copiado y Compresión:

El prestador del servicio deberá presentar los materiales conforme a las cantidades y formatos indicados en la siguiente tabla:

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	DISPOSITIVO DE ALMACENAMIENTO
Compresión a .AVI	ENTREGABLE	60	CD
Compresión a .MOV	ENTREGABLE	30	CD
Copias a BTC DIG	ENTREGABLE	45	Betacam Digital
Copias a BTC SP	ENTREGABLE	36	Betacam SP
Copiado en FULL HD	ENTREGABLE	18	DVD
Copia a DVD	ENTREGABLE	84	DVD

La entrega de los materiales será conforme a las fechas que establezca en Instituto FONACOT con el prestador del servicio el primer día hábil de inicio de la prestación del servicio.

3.- Servicio de Evaluación de la Campaña:

- El prestador del servicio deberá entregar todos los cuestionarios originales aplicados en campo. Deberá integrarlos en carpeta debidamente identificada.
- El prestador del servicio presentará la base de datos utilizada por cada una de las ciudades en donde se aplicaron las encuestas. Este entregable deberá presentarlo en formato electrónico (archivo de Excel) y almacenado en CD.
- El prestador del servicio deberá presentar Análisis Estadístico, Comentarios, Conclusiones y Recomendaciones sobre los resultados del Estudio de Evaluación de la Campaña en documento impreso a color y en carpeta debidamente identificado. Asimismo, deberá presentar el análisis en formato electrónico
- El prestador del servicio deberá presentar los entregables señalados a más tardar dos días hábiles antes del término de la vigencia del servicio.
- La planeación del servicio, así como la presentación de los entregables del Servicio para el Estudio de Evaluación de la Campaña Publicitaria Denominada: "LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión, será en la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT, ubicada en Av. Insurgentes Sur # 452, Piso 5, Col. Roma Sur, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06760, México D.F. en un horario de 9:00 a 18:00 hrs. de lunes a viernes.

V.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

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 contrataciones similares a los Servicios para la Creatividad, Producción, Copiado y Compresión y Evaluación de la Campaña Publicitaria Denominada: "LOGROS Y RESULTADOS 2015"

y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión y así poder contar con costos como referencia para la contratación que nos ocupa.

De los resultados obtenidos se encontraron contrataciones similares con respecto a servicios de creatividad y producción, así como servicio de evaluación de campaña, sin embargo los costos que se indican se observan como montos totales de los servicios, lo cual dificulta precisar los costos unitarios y tomarlos como referencia para los precios de los servicios a contratar.

Asimismo, la descripción de los servicios es muy general, por lo cual no se cuenta con la descripción técnica de los servicios para poder comparar con las características señaladas en el Anexo Técnico del Servicio Requerido en esta Justificación.

En cuanto al servicio de compresión y copiado no se encontraron resultados de servicios similares.

La documentación soporte de la investigación realizada en COMPRANET, se adjunta a este documento.

Para verificar la existencia de prestadores de servicio que cuenten con la capacidad técnica y económica y que puedan ofrecer los servicios que requiere el Instituto con las mejores condiciones en cuanto a precio, calidad y oportunidad, así como su proveeduría a nivel nacional con posibilidad de cumplir con las necesidades de contratación y así obtener los precios prevaletientes al momento de llevar a cabo la contratación, se realizó una investigación de mercado en igualdad de circunstancias, enviando peticiones de oferta a prestadores de servicio que cuentan con experiencia y capacidad de respuesta inmediata para la prestación de los **Servicios para la Creatividad, Producción, Copiado y Compresión y Evaluación de la Campaña Publicitaria Denominada: "LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social**". Por ello como primer fuente de información se consultó vía a prestadores de servicio que cuentan con experiencia en la prestación de servicios relativos a los solicitados.

La empresas que presentaron cotización por cada servicio son las siguientes:

Para el Servicio de Creatividad y Producción, las empresas consultadas fueron:

- MILAGRO CREATIVO, S.C.
- INGENIA GROUP
- ALAZRAKI Y ASOCIADOS PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.

Cotizaciones recibidas por la Dirección de Comunicación Social									
PARTIDA	DESCRIPCIÓN	Cantidad	Unidad Medida	MILAGRO CREATIVO, S.C.		ALAZRAKI Y ASOCIADOS PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.		INGENIA GROUP	
				Precio Unitario	Importe	Precio Unitario	Importe	Precio Unitario	Importe
ÚNICA	Servicio de Creatividad y Producción para la Campaña Publicitaria Denominada: "LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social	1	SERVICIO	\$2,170,000.00	\$2,170,000.00	\$1,982,758.62	\$1,982,758.62	\$2,089,000.00	\$2,089,000.00
				Subtotal	\$2,170,000.00		\$1,982,758.62		\$2,089,000.00
				IVA 16%	\$347,200.00		\$317,241.38		\$334,240.00
				Total	\$2,517,200.00		\$2,300,000.00		\$2,423,240.00

Como resultado del análisis hecho a las cotizaciones remitidas por las empresas antes indicadas se identifica diferencia en costos para los servicios requeridos por el Instituto FONACOT. Las tres cotizaciones presentan costos por el total de los conceptos solicitados para llevar a cabo el **Servicios para la Creatividad, Producción, Copiado y Compresión y Evaluación de la Campaña Publicitaria Denominada: "LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" en Coemisión con la Secretaría Del Trabajo Y Previsión Social**", sin embargo los precios indicados por las empresas MILAGRO CREATIVO, S.C. e INGENIA GROUP, se identifican como los costos más altos, ubicándose por encima de los recursos presupuestados por el Instituto para el servicio en mención.

La cotización que presenta la empresa ALAZRAKI Y ASOCIADOS PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. proporciona el costo más bajo y considera, al igual que las otras cotizaciones, el total de conceptos técnicos requeridos para el servicio citado en este documento. Asimismo, es un proveedor que cuenta con amplia experiencia en la prestación de servicios como el solicitado en esta Justificación, toda vez que ha colaborado en Campañas Publicitarias de dependencias del Gobierno Federal tales como: Secretaría de Gobernación, Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (CONAVIM), Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales (FEPADE), entre otras. Por ello se considera que el prestador proporcionará los servicios de manera eficaz, eficiente e inmediata.

Para el Servicio de Copiado y Compresión, las empresas consultadas fueron:

- POSIBLE PRODUCCIÓN DE MEDIOS, S.A. DE C.V.
- ARETE SERVICIOS DE MARKETING, S.A. DE C.V.
- WAYAK ESTUDIO

Cotizaciones recibidas por la Dirección de Comunicación Social									
PARTIDA	DESCRIPCIÓN	Cantidad	Unidad Medida	WAYAK ESTUDIO		ARETE SERVICIOS DE MARKETING, S.A. DE C.V.		POSIBLE PRODUCCIÓN DE MEDIOS, S.A. DE C.V.	
				Precio Unitario	Importe	Precio Unitario	Importe	Precio Unitario	Importe
ÚNICA	Servicio de Copiado y Compresión para la Campaña Publicitaria Denominada: "LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social"	1	SERVICIO	\$567,300.00	\$567,300.00	\$558,900.00	\$558,900.00	\$465,517.24	\$465,517.24
Subtotal					\$567,300.00		\$558,900.00		\$465,517.24
IVA 16%					\$90,768.00		\$89,424.00		\$74,482.76
Total					\$658,068.00		\$648,324.00		\$540,000.00

De las cotizaciones recibidas para el servicio de Copiado y Compresión, se pudo conocer la existencia de prestadores de servicio que ofrecen servicios conforme a los requeridos por el Instituto FONACOT. Una vez teniendo esta información se procedió a verificar los costos que presentan; WAYAK ESTUDIO ARETE y SERVICIOS DE MARKETING, S.A. DE C.V. cotizan la tabla de conceptos solicitados para el servicio, sin embargo no precisan en su cotización los términos de entrega de los materiales ni si estarán en apego a lo solicitado en el Anexo Técnico, lo cual pone en incertidumbre si la prestación del servicio cumplirá con los aspectos técnicos, adicional de no tener la seguridad de contar con el servicio en tiempo y forma.

En cuanto a los costos que presentan, se identifican como los más altos del cuadro comparativo.

La cotización recibida de la empresa POSIBLE PRODUCCIÓN DE MEDIOS, S.A. DE C.V., presenta cotización por todos los conceptos indicados en el Anexo Técnico, asimismo hace referencia que la prestación de los servicios se realizará en apego a lo descrito en dicho Anexo. Respecto al precio, esta empresa ofrece el costo más bajo en comparación con las otras empresas, lo cual se identifica como un costo que se encuentra como el más conveniente.

Cabe hacer mención que la empresa POSIBLE PRODUCCIÓN DE MEDIOS, S.A. DE C.V., cuenta con la experiencia necesaria en la prestación de servicios como el solicitado, asimismo ha sido un proveedor que ha prestado sus servicios al Instituto FONACOT y nunca se tuvo ninguna inconformidad con sus servicios.

Para el Servicio de Evaluación de la Campaña, las empresas consultadas fueron:

- SINTAXIS CONSULTORES EN COMUNICACIÓN
- ICE ASESORES EN COMUNICACIÓN Y PRENSA, S.A. DE C.V.
- GLOBAL PUBLISHING STRATEGIES, S.A. DE C.V.

				Cotizaciones recibidas por la Dirección de Comunicación Social					
PARTIDA	DESCRIPCIÓN	Cantidad	Unidad Medida	SINTAXIS CONSULTORES EN COMUNICACIÓN		ICE ASESORES EN COMUNICACIÓN Y PRENSA, S.A. DE C.V.		GLOBAL PUBLISHING STRATEGIES, S.A. DE C.V.	
				Precio Unitario	Importe	Precio Unitario	Importe	Precio Unitario	Importe
ÚNICA	Servicio de Evaluación de la Campaña Publicitaria Denominada: "LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social	1	SERVICIO	\$500,000.00	\$500,000.00	\$474,137.93	\$474,137.93	\$431,034.48	\$431,034.48
Subtotal					\$500,000.00		\$474,137.93		\$431,034.48
IVA 16%					\$80,000.00		\$75,862.07		\$68,965.52
Total					\$580,000.00		\$550,000.00		\$500,000.00

Para el Servicio de Evaluación de la campaña "LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" en Coemisión con La Secretaría Del Trabajo Y Previsión Social, se recibieron cotizaciones de tres prestadores de servicio, ICE ASESORES EN COMUNICACIÓN Y PRENSA, S.A. DE C.V. y SINTAXIS CONSULTORES EN COMUNICACIÓN presentaron cotización de los servicios requeridos, los costos que ofertan se identifican como los más caros en el cuadro comparativo, asimismo, no presentan el detalle técnico de la prestación del servicio, es decir no desglosan los aspectos que se solicitan en el Anexo Técnico, motivo que ocasiona duda para conocer si prestarán los servicios en apego a lo requerido por el Instituto FONACOT en tiempo, forma y calidad.

GLOBAL PUBLISHING STRATEGIES, S.A. DE C.V., presenta cotización detallando cómo llevará a cabo la prestación del servicio, los objetivos a cumplir y los entregables a presentar, lo cual está alineado a los requerimientos que se indican en el Anexo Técnico del Servicio. En relación al costo que maneja, se ubica como el más bajo en comparación a los demás prestadores de servicio consultados.

En este sentido, se considera un proveedor que ofrece las mejores condiciones y el costo más conveniente para la realización del servicio.

CONCLUSIÓN

Las empresas que se encontraron como posibles prestadores del servicio para los requerimientos señalados (Servicios para la Creatividad, Producción, Copiado y Compresión y Evaluación) en este documento cuentan con la experiencia y capacidad necesarias para llevar a cabo la prestación del servicio de manera eficaz y eficiente.

De acuerdo a lo anterior, se adjunta al presente cuadro de precios ofertados por las empresas que cotizaron:

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
ALAZRAQUI Y ASOCIADOS PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	\$ 1,982,758.62
POSIBLE PRODUCCIÓN DE MEDIOS, S.A. DE C.V.	\$ 465,517.24
GLOBAL PUBLISHING STRATEGIES, S.A. DE C.V.	\$ 431,034.48
TOTAL	\$ 2,879,310.34

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

- ✓ Se identificaron prestadores de servicio que cuentan con la experiencia y capacidad técnica, económica y humana para la prestación de los servicios requeridos
- ✓ Los costos de las cotizaciones que presentan los prestadores de servicio se encuentran dentro del monto presupuestado para llevar a cabo la contratación de los servicios.
- ✓ Los prestadores de servicio que se identificaron proporcionan costos económicos considerando el total de conceptos requeridos para cada uno de los servicios solicitados en este documento. Por lo cual se garantiza que se tendrá el servicio bajo las mejores condiciones en cuanto a calidad, oportunidad y precio.

VI.- PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN PROPUESTO

Fundamentación:

De conformidad con lo señalado en el Artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 25, 26, Fracción III, 40 y 41 Fracción V y Penúltimo Párrafo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; 72 Fracción V 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 contratación de los **Servicios para la Creatividad, Producción, Copiado y Compresión y Evaluación de la Campaña Publicitaria Denominada: "LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social**", es a fin de llevar a cabo las acciones pertinentes para apoyar conjuntamente con la STPS la realización de la campaña citada, la cual informará a los trabajadores sobre los servicios crediticios que ofrece el Instituto FONACOT (crédito en efectivo y tarjeta Master Card), así como dar a conocer la información clara y objetiva que necesitan para realizar el trámite correspondiente.

Derivado del próximo cierre presupuestal y ante la necesidad de realizar una campaña publicitaria coemitida con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, en la que se dé a conocer a los trabajadores formales del país las bondades y beneficios que ofrece el Gobierno Federal a través del Crédito FONACOT, en el mes diciembre de 2015, se considera conveniente exceptuar de Licitación Pública el presente procedimiento de contratación, toda vez que si se abre la contratación a otros prestadores de servicio se correría el riesgo de no contar con los servicios en tiempo y forma de acuerdo a los requerimientos técnicos solicitados, toda vez que cabe la posibilidad del ingreso y posible adjudicación de empresas con poca experiencia o que no cuenten con la capacidad técnica para llevar a cabo los servicios lo cual conllevaría el no cumplimiento de tener los servicios y materiales necesarios de Creatividad, Producción, Copiado y Compresión y Evaluación para la campaña **"LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social**".

El tener las herramientas necesarias permitirá llevar a cabo en tiempo y forma la campaña **"LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT" en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social**", con el propósito de que los trabajadores conozcan de manera más amplia los derechos, beneficios y bondades que ofrecen los productos financieros del Instituto

FONACOT, especialmente en el mes de diciembre, por ser una temporada en donde los trabajadores formales del país utilizan sus prestaciones para la adquisición de bienes y servicios.

El no contar con una campaña de difusión que dé a conocer ampliamente los servicios financieros que ofrece el Instituto se correría el riesgo de que los trabajadores formales de México contraten deudas en diversas instituciones bancarias o entidades crediticias denominadas SOFOLES y SOFOMES, mismos que les ofrecen créditos con altas tasas de interés lo cual ocasionaría un detrimento en su economía familiar.

Con los materiales que se generen a través del servicio de creatividad, producción, copiado y compresión se proyectaran en los medios de comunicación la publicidad e información al público objetivo del Instituto FONACOT, el cual se integra por trabajadores y empresas a nivel nacional a fin de promover la afiliación de las empresas como centros de trabajo para el Instituto FONACOT. Asimismo, los mensajes que se transmitan a través de los medios de comunicación que se contraten presentarán información para que los trabajadores conozcan los servicios que ofrece el Instituto FONACOT y los requisitos que deben cumplir para su pronta afiliación y acceso a los servicios.

Los medios de comunicación que se identifican como idóneos por ser los que consulta más el público objetivo del Instituto FONACOT son Televisión, Radio e impresos, es por ello que la creatividad y producción de materiales estará enfocada en un elevado porcentaje a estos medios a fin de continuar la proyección de publicidad en estos medios por formar parte de los más recordados para el público objetivo del Instituto FONACOT.

La creatividad y producción de la campaña busca proyectar publicidad efectiva que presente a los trabajadores y centros de trabajo (afiliados y no afiliados) las bondades del crédito FONACOT, destacando que el Instituto FONACOT promueve el ahorro para el bienestar social y de las familias de los trabajadores. Con esto, se pretende coadyuvar en el logro de los objetivos y metas planteadas por el Instituto en la colocación de créditos, buscando siempre salvaguardar el patrimonio e intereses de los trabajadores.

Tomando en consideración los resultados de la investigación de mercado realizada se identifican a prestadores de servicio que ofrecen un costo conveniente para el Instituto y que reúnen los requisitos necesarios para llevar a cabo los Servicios para la Creatividad, Producción, Copiado y Compresión y Evaluación de la Campaña Publicitaria Denominada: *"LOGROS Y RESULTADOS 2015"* y *"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT"* en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 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.

La contratación de los servicios de la Creatividad, Producción, Copiado y Compresión y Evaluación busca contar con los materiales oportunamente para poder llevar a cabo la difusión de la campaña ***"LOGROS Y RESULTADOS 2015"*** y ***"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT"*** en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, toda vez que derivado de los trabajos en conjunto con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, el Instituto FONACOT estará coadyuvando con la contratación de los servicios para la realización de la campaña coemitida.



De no llevarse a cabo la contratación de dichos servicios a través de las empresas citadas se correría el riesgo de no contar con las herramientas adecuadas en tiempo y forma para la realización de la campaña **“LOGROS Y RESULTADOS 2015”** y **“BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT”** en *Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social*, toda vez que al realizar un procedimiento de licitación se estaría

Aunado a lo anterior, se reitera que los prestadores de servicio propuestos reúnen los requisitos necesarios para **los Servicios para la Creatividad, Producción, Copiado y Compresión y Evaluación de la Campaña Publicitaria Denominada: “LOGROS Y RESULTADOS 2015” y “BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT”** en *Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social* y se apegan a la forma de pago y condiciones propuestas.

Esta justificación establece la conveniencia de contratar los servicios de creatividad, producción y evaluación de la campaña publicitaria con las empresas propuestas, 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 cumplimiento a lo señalado en el contenido del Artículo 134 Constitucional.

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

El costo por **los Servicios para la Creatividad, Producción, Copiado y Compresión y Evaluación de la Campaña Publicitaria Denominada: “LOGROS Y RESULTADOS 2015” y “BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT”** en *Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión*, asciende a la cantidad de \$ 2,879,310.34 (Dos Millones Ochocientos Setenta y Nueve Mil Trescientos Diez 34/100 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 trabajo 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 trabajo.

Una vez presentadas y validadas estas órdenes con facturas y entregables por la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT, se pagará la prestación del servicio una vez concluido satisfactoriamente el mismo.

VIII.- EMPRESAS QUE SE PRETENDEN CONTRATAR:

Al contratar a las empresas propuestas, se tendrán prestadores de servicio con experiencia y capacidad suficiente para implementar las acciones debidas para el cumplimiento de los servicios requeridos por el Instituto FONACOT:

	RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
1	ALAZRAQUI Y ASOCIADOS PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	AAP8312052L1	COPERNICO 71, COL. ANZURES, DELEG. MIGUEL HIDALGO, C.P. 11590	MARK SAMUEL ALAZRAKI YEROHAM
2	POSIBLE PRODUCCIÓN DE	PPM000411DJA	PASEO DE LA CONSTITUCIÓN 105, INT. 4,	GERARDO ROMERO

	MEDIOS, S.A. DE C.V.		VILLAS DEL PARQUE QUERÉTARO, QRO., C.P. 76140	ESPINOSA DE LOS MONTERO
3	GLOBAL PUBLISHING STRATEGIES,S.A. DE C.V.	GPS140522JX0	AV. TAMAULIPAS, NO. 150, INT. 1301B, COL. CONDESA, C.P. 06140	IVÁN ESPINOZA CASTILLO

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 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 prestadores de servicio que cuentan con la solvencia económica necesaria, cuentan con experiencia y capacidad, técnica, legal y financiera, lo cual garantiza el cumplimiento de los servicios y entregables y en el logro de los objetivos de la campaña publicitaria, coadyuvando al cumplimiento 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.

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.

EFICIENCIA

La presente contratación permitirá, a diferencia de una Licitación Pública, hacer uso racional de los recursos con los que cuenta en Instituto, toda vez que se pretende contratar a prestadores de servicio que realicen la creatividad, producción, compresión y copiado y evaluación de la **“LOGROS Y RESULTADOS 2015”** y **“BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT” en Coemisión con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social**, con un costo económico, el cual se encuentra dentro del presupuesto disponible para la contratación, en este sentido se estará consiguiendo el servicio tal como se necesita y haciendo uso óptimo de los recursos presupuestales con los que se cuentan.

EFICACIA

De conformidad con lo dispuesto en el Artículo 2 fracción XI de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, que a la letra dice:

- XI. Eficacia en la aplicación del gasto público: lograr en el ejercicio fiscal los objetivos y las metas programadas en los términos de esta Ley y demás disposiciones aplicables;

A través de la contratación propuesta se podrá llevar a cabo un procedimiento de contratación ágil y expedito, sobre los Servicios para la Creatividad, Producción y Evaluación de la Campaña Publicitaria



citada; asimismo se obtendrán las mejores condiciones de contratación en cuanto a precio, calidad y atención oportuna del servicio. También se estará cumpliendo con los objetivos que se persiguen.

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 prestadores de servicio seleccionados son los que pueden prestar el servicio con las mejores condiciones para el estado en calidad, oportunidad y cobertura requerida. Lo anterior en estricto 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, así como a lo dispuesto en el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicio del Sector Público, Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos; prevaleciendo únicamente el interés público en que se funda y se motiva la presente justificación.

TRANSPARENCIA

El artículo 2 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública y Gubernamental, establece:

“Artículo 2.- Toda la información gubernamental a que se refiere esta Ley es pública y los particulares tendrán acceso a la misma en los términos que ésta señala.”

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.

Asimismo, el principio de Transparencia será aplicado a esta prestación de servicios, ya que al formalizarse el Contrato será publicado en Compranet, así como en el portal de Obligaciones y Transparencia los datos generales del acuerdo de voluntades que se celebre para la prestación del servicio.

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 prestadores de servicio con capacidad técnica, económica y con experiencia necesaria.

Los actos realizados en el procedimiento propuesto, dan cumplimiento a lo establecido en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y su Reglamento, el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y Código de Ética de los Servidores Públicos de la Administración Pública Federal; considerando objetivamente todos los elementos en igualdad de circunstancias que permitan emitir un juicio imparcial.

X.- RECURSOS PRESUPUESTALES

Con fecha 23 de octubre de 2015, el Consejo Directivo del Instituto FONACOT, en su cuadragésima tercera sesión ordinaria, autorizó la adecuación al presupuesto de la partida **36201 DIFUSIÓN DE MENSAJES COMERCIALES PARA PROMOVER LA VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS**, mediante afectaciones compensadas en el Capítulo de Servicios Generales para ampliar la Campaña de difusión y publicidad por \$83,000,000.00 (Ochenta y tres Millones de Pesos 00/100), sin incluir IVA. Asimismo, mediante oficio No. SNM/DGNC/2556/15, emitido por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, notifica la autorización en el ámbito de su competencia sobre la adecuación presupuestal en mención. Considerando los documentos antes señalados la Subdirección de Administración del Instituto FONACOT emite la asignación presupuestal para la partida 36201 con oficio No. SGA-346. *Se adjunta copia de cada documento como soporte.*



XI.- VIGENCIA DEL SERVICIO

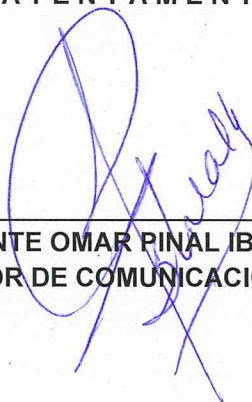
Los servicios tendrán una vigencia del 27 de noviembre al 16 de diciembre de 2015.

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

DICTAMEN DE PROCEDENCIA

Se dictamina como procedente la no celebración de la Licitación Pública y realizar a través del procedimiento de Adjudicación Directa, con fundamento en los artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 25, 26, Fracción III, 40 y 41 Fracción V y Penúltimo Párrafo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; 72 Fracción V de su Reglamento. la contratación de **los Servicios para la Creatividad, Producción, Copiado y Compresión y Evaluación de la Campaña Publicitaria Denominada: "LOGROS Y RESULTADOS 2015" y "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT"** la cual se llevará a cabo a partir de y hasta el 31 de Diciembre de 2015, por un monto de **\$ 2,879,310.34 (Dos Millones Ochocientos Setenta y Nueve Mil Trescientos Diez Pesos 34/100 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

México, D. F. a 27 de Noviembre de 2015