

JUSTIFICACIÓN PARA LA CONTRATACIÓN DEL "SERVICIO INTEGRAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS Y ACOMPAÑAMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LOS CANALES DE DIFUSIÓN E INFORMACIÓN Y CAPTACIÓN COMERCIAL, A TRAVÉS DE INTERNET Y REDES SOCIALES PARA EL INSTITUTO FONACOT".

Con fundamento en los artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 22 fracción II, 25, 26 fracción III, 40 y 41 fracción I de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público (LAASSP) y 71, 72 fracción II de su Reglamento, así como el artículo 50 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y 148 de su Reglamento, el C. Dante Omar Pinal Ibarra, Director de Comunicación Social, en calidad de Administrador del Contrato, solicita al H. Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Instituto FONACOT dictamine procedente exceptuar el procedimiento de Licitación Pública y llevar a cabo el procedimiento de adjudicación directa, para la contratación del "SERVICIO INTEGRAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS PARA EL DESARROLLO DE CANALES DE DIFUSIÓN E INFORMACIÓN Y CAPTACIÓN COMERCIAL A TRAVÉS DE INTERNET Y REDES SOCIALES PARA EL INSTITUTO FONACOT" en virtud de lo siguiente:

ANTECEDENTES:

Dentro de las facultades y atribuciones conferidas a la Dirección de Comunicación Social en el Estatuto Orgánico del Instituto FONACOT, se encuentran la de llevar a cabo a través de medios de comunicación, la difusión de los diversos productos y servicios con los que cuenta el Instituto FONACOT, así como sus principales beneficios.

En los últimos años, Internet se ha convertido en el sistema de comunicación por elección en el mundo y en especial dentro de la República Mexicana, ha tenido un crecimiento en su penetración en la población, superior que el propio crecimiento poblacional y de generación de empleos año tras año.

De acuerdo a las cifras reportadas por la Asociación Mexicana de Internet A.C. (AMIPCI) en el 2015, en nuestro país contamos con 68 millones de internautas, lo que equivale al 57% del total de la población, con una mezcla demográfica de 50% hombre y 50% mujeres. De estos internautas el 92% están registrados y utilizan redes sociales, es decir, 9 de cada 10 personas que están conectadas a Internet son usuarios de redes sociales y los cuales utilizan un promedio de 5 a 7 horas diarias de uso de internet.

Actualmente, los usuarios de internet y de redes sociales, buscan y obtienen validación por parte de sus pares, siguen a líderes de opinión y obtienen información ya sea del acontecer diario, como de productos y servicios; es por esto que se ha detectado una oportunidad para establecer este medio como uno para captar público y generar prospectos, adaptables para casi cualquier esfuerzo, y esta circunstancia ha obligado a una mayor generación de tráfico a los medios modernos de captación, que son las redes sociales, los blogs y micro sitios diseñados para presentar productos y servicios, facilitando la captación.

La captación de todos estos prospectos en una institución como lo es el Instituto FONACOT, que tiene como objetivo la colocación de servicios, créditos e información a nivel nacional, local o por regiones, para buscar una hipersegmentación de mercados.

El Instituto Fonacot, requiere de manera reiterada realizar la difusión de información, para de manera clara y oportuna hacer del conocimiento público los productos y servicios que ofrece a los trabajadores, tales como Tarjeta mujer FONACOT, programa de apoyo por desastres naturales, apertura y ubicación de sucursales, eventos del Instituto FONACOT, canales de consulta y servicio (call center y unidades de trámites y servicio), conferencias de prensa, firmas de convenios con autoridades, centros de trabajo y organismos empresariales, los nuevos procesos e implementación del Crédito Seguro, como mecanismo de modernidad para mejorar la atención a los trabajadores formales y centro de trabajo.

Como se ha señalado existe una forma de realizar la difusión de todos los productos y servicios de una manera más efectiva, a través de las redes sociales tales como google +, Facebook, twitter e Instagram, en este sentido dicha difusión se puede realizar personalizada.

Se considera que a través de los medios con que cuenta el Instituto FONACOT se puede desarrollar las herramientas necesarias para que sea el propio Instituto el que haga la difusión de la información en redes sociales.

A razón de lo anterior se realizó un ejercicio general para la implementación de un servicio similar a través de empresas y recursos externos, y haciendo una proyección a 5 años, a continuación se detallan los requerimientos y el costo estimado:

- Elementos necesarios para llevar a cabo una campaña digital efectiva
- Desarrollo de estrategia "Storytelling Transmedia"
- Producción de materiales audiovisuales
- Generación de contenidos detallados y aterrizado por plaza
- Administración de ocasiones de contacto RRSS
- Atracción activa a través de presencia virtual constante y permanente
- Elementos Campaña Digital
- Anuncios en video, de producción mensual, para uso en campaña de Youtube
- Anuncios de texto, de revisión y administración semanal, para su difusión y uso en Google
- Anuncios en Twitter
- Videos, de producción mensual
- Fotos de producción mensual
- Anuncios en Facebook
- Videos, de producción mensual
- Fotos de producción mensual
- Redes contempladas para la campaña
- Youtube
- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Google
- Adwords
- Anuncios de texto

Costos

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Producción	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$10,000,000
Generación de contenidos	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$10,000,000
Administración RRSS	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$10,000,000
Campaña Digital	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$10,000,000
Totales	\$8,000,000	\$8,000,000	\$8,000,000	\$8,000,000	\$8,000,000	\$40,000,000

- Las cifras anteriormente descritas son ejemplificativas de los servicios considerando el valor del mercado actual.

I. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

Se requiere contratar a una empresa con capacidad técnica y humana para la realización de una transferencia de conocimientos a través de la elaboración y entrega de un manual o libro, así como el acompañamiento que permita, en conjunto con los recursos humanos, tecnológicos y financieros con que cuenta el Instituto FONACOT desarrollar internamente un canal de difusión e información y captación comercial a través de internet y redes sociales; el manual o libro propuesto deberá estar registrado por el prestador del servicio ante el Instituto Nacional del Derecho de autor, mismo que deberá de contener al menos los siguientes rubros:

1. Especificaciones funcionales
2. Parámetros básicos
3. Estructura micro sitios
4. Componentes
5. Secciones de contenidos informativo
6. CMS (Content Management System)
7. Blog
8. Newsletter
9. Mapa interactivo
10. Simulador
11. Formulario de recolección de datos
12. Call-to-action
13. Sistema de consulta de información
14. Analytics del sitio
15. Desarrollo
16. Hardware y software
17. Plan de trabajo
18. Entregables
19. Estrategia digital
20. Posicionamiento de marketing digital
21. Creación de contenidos para convencer
22. Plan de marketing 2.0
23. Posicionamiento en Google
24. Video Marketing y Youtube
25. Marketing en redes sociales y blogs
26. Términos y Condiciones
27. Infraestructura y servidores
28. Mantenimiento, soporte y desarrollo continuo
29. Restricciones

Asimismo, se requiere la elaboración de un estudio específico en el que establezca, el diagnóstico y análisis de la información sobre la parte de internet y redes sociales que más conviene para la estructura de negocio que tiene el Instituto FONACOT, de igual forma las ventajas, características y beneficios que traería este tipo de conocimiento para transmitir la información que tiene que difundir el Instituto FONACOT, debiendo contener por lo menos lo siguiente:

1. Antecedentes.

Diagnóstico de la percepción actual de imagen del Instituto FONACOT, sus servicios y productos.
Gustos y disgustos sobre su funcionamiento.
Experiencias vividas.
Posición frente a la competencia.
Accesibilidad a la información del Instituto, sus servicios y productos.

2. Trabajo de investigación.

La metodología debe establecer una serie de criterios para evaluar la utilidad de la investigación propuesta, criterios que evidentemente deben ser flexibles y de ninguna manera exhaustivos:

- a. **Conveniencia:** Que tan conveniente es o que funcionalidad tiene, para que sirva.
- b. **Relevancia Social:** En que afectaría dicha investigación o que impacto tendría sobre la sociedad, quienes se beneficiarían con tal desarrollo.
- c. **Implicaciones Prácticas:** Ayudaría a resolver algún problema presente o que surgiera en un futuro.
- d. **Valor Teórico:** Qué contribución o que aportación tendría nuestra investigación hacia otras áreas del conocimiento; tendría alguna importancia trascendental; los resultados podrán ser aplicables a otros fenómenos o ayudaría a explicar o entenderlos.
- e. **Utilidad Metodológica:** Con nuestra investigación podríamos o ayudaría a crear un nuevo instrumento para la recolección o análisis.

3. Objetivo general de la investigación.

Conocer los puntos que fortalezcan y/o debiliten la imagen del Instituto FONACOT en cuanto a sus servicios, créditos e información.

4. Objetivos específicos de la investigación.

- a. Conocer la percepción actual que tiene la sociedad sobre el trabajo del Instituto FONACOT
- b. Cómo se percibe y se entiende el trabajo del Instituto FONACOT
- c. Qué se espera del trabajo del Instituto FONACOT

5. Definición de marco teórico, referencial y conceptual.

a. Se debe definir el marco teórico que situará el problema que se está estudiando dentro de un conjunto de conocimientos, que permita orientar la búsqueda y ofrezca una conceptualización adecuada de los términos que se utilizarán en el estudio y posteriormente en el análisis, además de que permitirá definir los siguientes aspectos y funciones:

- i. Orientar hacia la organización de datos y hechos significativos para descubrir las relaciones de la percepción e imagen del Instituto FONACOT con las teorías ya existentes.
- ii. Evitar que la investigación aborde temáticas que, dado el estado del conocimiento, ya han sido investigadas o carecen de importancia científica.
- iii. Guiar en la selección de los factores y variables que serán estudiadas en la investigación, así como sus estrategias de medición, su validez y confiabilidad.
- iv. Prevenir sobre los posibles factores de confusión o variables extrañas que potencialmente podrían generar sesgos no deseados.

6. Recolección de información a través de diferentes fuentes y medios.

a. A través de diferentes métodos se debe llevar a cabo la recolección de información existente de diferentes fuentes.

b. Las características de la información disponible definirán la forma de recopilación. Tomando en cuenta todas las fuentes disponibles de información especializada en el estudio de los temas al respecto.

c. Las principales técnicas para la recolección de datos serán:

- i. Estudios cualitativos disponibles de libre consulta y libres de pago de derechos de uso.
- ii. Estudios Cuantitativos disponibles, de libre consulta y libres de pago de derechos de uso.
- iii. Encuestas y entrevistas disponibles, de libre consulta y libres de pago de derechos de uso.

7. Definición e identificación de fuentes de rigor de información.

a. Cuando se habla de calidad de la investigación aludimos al rigor metodológico con que ha sido diseñada y desarrollada, y a la confianza que, como consecuencia de ello, podemos tener en la veracidad de los resultados conseguidos. En general, la idea de calidad de la investigación se asocia por tanto a la credibilidad y calidad de las fuentes de información consultadas.

b. Para cumplir con este objetivo debe llevarse a cabo la consulta solo de fuentes especializadas en todas las ramas y tipos de investigación antes mencionadas y que cuenten con reputación pos en el ámbito de estudios sociales y etnográficos.

8. Procesamiento de la información.

Se debe llevar a cabo el proceso de la información de acuerdo a los objetivos planteados y que esto sirva para poder desarrollar el diagnóstico y el análisis de la información que permita desarrollar el servicio para la transferencia de conocimientos para el desarrollo de canales de difusión, información y captación comercial, a través de internet y redes sociales.

por último como parte del acompañamiento y para la correcta implementación del "*Servicio Integral para la transferencia de conocimientos para el desarrollo de canales de difusión e información y captación comercial a través de internet y redes sociales para el instituto fonacot*", una vez presentados los dos primeros entregables, se requiere que el prestador del servicio proporcione los recursos humanos y tecnológicos que estarán a cargo de la capacitación y acompañamiento del personal del Instituto FONACOT hasta la total implementación del servicio.

Este personal estará bajo la figura de "Implant" en las instalaciones del Instituto, integrado por un supervisor y dos operadores, estos trabajando en horarios discontinuos alternados, para aprovechar la mayor cantidad de horas disponibles de atención en redes, debiendo tener el siguiente perfil:

Supervisor.- Deberá contar con estudios de publicidad, comunicación o afín, con experiencia de por lo menos 2 años en comunicación digital y dos en desarrollo de campañas y seguimiento para lo cual deberá presentar el curriculum vitae.

Operadores.- Deberán contar con estudios de publicidad, periodismo o comunicación con por lo menos dos años de experiencia generando contenidos y desarrollando y administrando redes para lo cual deberá presentar el curriculum vitae.

El prestador del servicio, tal y como se ha mencionado, deberá de contar con los registros y permisos necesarios para transferir la información y la metodología, así como con el personal para dar el acompañamiento para el desarrollo de los canales de difusión.

El prestador del servicio que se contrate se obligará con el Instituto FONACOT, a responder personal e ilimitadamente de violaciones, daños y/o perjuicios que pudieran causar al Instituto o a terceros, sí con motivo de la prestación del servicio contratado viola los derechos de autor, patentes, y/o marcas registradas, de terceros u otro derecho intelectual reservado.

En caso de que sobreviniere alguna reclamación en contra del Instituto FONACOT, por cualquiera de las causas antes mencionadas, la única obligación de éste, será la de dar aviso en su domicilio a los prestadores del servicio adjudicado, para que éstos, utilizando los medios correspondientes al caso garanticen salvaguardar al instituto FONACOT, de cualquier controversia, liberándole de toda responsabilidad de carácter civil, penal, mercantil, fiscal o de cualquier otra índole.

Además, los derechos de autor o en su caso de propiedad industrial, intelectual y de imagen que lleguen a generarse por los productos que se deriven de dicha actividad, serán propiedad exclusiva del Instituto FONACOT, salvo que exista impedimento en contrario. Lo anterior en términos de lo dispuesto por el artículo 45 fracción XX de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

ENTREGABLES

Entregable	Fecha de entrega
<ul style="list-style-type: none"> MANUAL O LIBRO Y CESIÓN DE LOS DERECHOS DE USO DE LA OBRA LITERARIA INSCRITA ANTE EL REGISTRO PÚBLICO DEL DERECHO DE AUTOR. 	5 DÍAS NATURALES POSTERIORES A LA NOTIFICACIÓN DE LA ADJUDICACIÓN.
<ul style="list-style-type: none"> ESTUDIO ESPECÍFICO EN EL QUE ESTABLEZCA, EL DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN SOBRE LA PARTE DE INTERNET Y REDES SOCIALES QUE MÁS CONVIENE PARA LA ESTRUCTURA DE NEGOCIO QUE TIENE EL INSTITUTO FONACOT, DE IGUAL FORMA LAS VENTAJAS, CARACTERÍSTICAS Y BENEFICIOS QUE TRAERÍA ESTE TIPO DE CONOCIMIENTO PARA TRANSMITIR LA INFORMACIÓN QUE TIENE QUE DIFUNDIR EL INSTITUTO FONACOT 	A MAS TÁRDAR EL DÍA 15 DE DICIEMBRE DE 2016
<ul style="list-style-type: none"> RECURSOS HUMANOS Y TECNOLÓGICOS QUE ESTARÁN A CARGO DE LA CAPACITACIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO DEL PERSONAL DEL INSTITUTO FONACOT HASTA LA TOTAL IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO. (IMPLANT) 	REPORTES A MES VENCIDO DEL AVANCE EN LA CAPACITACIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO A PARTIR DE ENERO DE 2017 Y HASTA EL 30 DE MARZO DE 2017.

II. LUGAR Y FORMA PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.

- Transferencia de conocimientos a través de la elaboración y entrega de un manual o libro.

El prestador del servicio deberá entregar en las oficinas del administrador del contrato el manual o libro de acuerdo con las especificaciones solicitadas y cederá los derechos de uso de la obra al Instituto a través de un convenio el cual se deberá formalizar en un periodo no mayor a 5 días naturales posteriores a la formalización del contrato.

- Estudio específico en el que establezca, el diagnóstico y análisis de la información sobre la parte de internet y redes sociales que más conviene para la estructura de negocio que tiene el Instituto FONACOT, de igual forma las ventajas, características y beneficios que traería este tipo de conocimiento para transmitir la información que tiene que difundir el Instituto FONACOT

El estudio se deberá realizar en las oficinas del prestador del servicio quien lo deberá entregar a más tardar el 15 de diciembre de 2016.

- Recursos humanos y tecnológicos que estarán a cargo de la capacitación y acompañamiento del personal del Instituto FONACOT hasta la total implementación del servicio.

La prestación de los servicios, se realizará en las oficinas del Instituto FONACOT, en donde el prestador deberá de contar con el personal especializado propuesto que esté presente durante el horario laboral, en las instalaciones del Instituto, debiendo contar con una línea telefónica para el Instituto las 24 horas del día hasta el 30 de marzo de 2017.

III. EL RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO, QUE SOPORTE EL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN PROPUESTO.

De conformidad con lo establecido en el artículo 26, sexto párrafo, de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, así como, en los numerales 28 y 30 de su Reglamento, con la finalidad de buscar las mejores condiciones para el Estado, se realizó la Investigación de Mercado con el enfoque del mercado nacional obteniendo el siguiente resultado:

METODOLOGÍA

La investigación de mercado se realizó a través de los siguientes medios:

- a. Sistema COMPRANET 5.0
- b. Cotización Directa con Prestadores

a. SISTEMA COMPRANET 5.0

Se verificó en el Sistema COMPRANET la existencia de contrataciones en el Gobierno Federal con servicios similares a los requeridos por el Instituto FONACOT contratados por diversas dependencias y entidades bajo los siguientes criterios de búsqueda:

Se realizó la búsqueda con las palabras **"SERVICIO INTEGRAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS / DE DIFUSIÓN E INFORMACIÓN Y CAPTACIÓN COMERCIAL A TRAVÉS DE INTERNET Y REDES SOCIALES /** de lo cual no se localizaron contrataciones vigentes, en seguimiento o concluidas, por lo que se determinó que el servicio no es comparable ya que las características técnicas solicitadas no corresponden a las que requiere el Instituto FONACOT.

Derivado de lo anterior, para la investigación de mercado se contactó a empresas que contarán principalmente con experiencia en materia de **TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS Y ACOMPAÑAMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LOS CANALES DE DIFUSIÓN E INFORMACIÓN Y CAPTACIÓN COMERCIAL, A TRAVÉS DE INTERNET Y REDES SOCIALES PARA EL INSTITUTO FONACOT**, proporcionándoles al efecto un documento con las especificaciones técnicas y requerimientos mínimos necesarios para realizar el servicio, de acuerdo a las necesidades actuales del Instituto FONACOT arrojando los siguientes resultados:

Nombre del proveedor (7)	Historico	Compranet	INFORMACIÓN CONTENIDA		Descripción del bien o servicio	Número de identificación del bien, arrendamiento o servicio (3)	Proporción y cumple las condiciones técnicas solicitadas de calidad, cantidad y oportunidad? (4)	Cantidad que puede surgir? (5)	Origen del bien (6)	Precio (8)	Mediana
			Petición de ofertas a organismos especializados, de cámaras, asociaciones o agrupaciones industriales, comerciales o de servicios, o bien de fabricantes, proveedores, distribuidores o comercializadores del ramo correspondiente	páginas de internet, por vía telefónica o por algún otro medio. Debiendo anotar el teléfono, fecha, hora y persona que atendió la solicitud.							
LUMI INTERNACIONAL, S.A DE C.V.			X		SERVICIO INTEGRAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS Y ACOMPAÑAMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LOS CANALES DE DIFUSIÓN E INFORMACIÓN Y CAPTACIÓN COMERCIAL A TRAVÉS DE INTERNET Y REDES SOCIALES PARA EL INSTITUTO FONACOT.	PARTIDA PRESUPUESTAL	NO	N/A	N/A	35,567,850.00	35,283,348.55
SUNLUTIONS, S.A. DE C.V.		SE REALIZÓ LA BÚSQUEDA DE CONTRATACIONES SIMILARES SIN ENCONTRAR INFORMACIÓN AL RESPECTO	X				NO			37,987,650.00	
LIRA CENTER, S.A. DE C.V.			X				SI			28,575,660.00	
CADENA COMERCIAL OCEANIC, S.A. DE C.V.			X				NO			35,000,000.00	

Resultado de la investigación:

* **LUMI INTERNACIONAL, S.A DE C.V.-** No cumple con las especificaciones solicitadas toda vez que requiere de 45 días naturales posteriores a la notificación de la adjudicación para iniciar la elaboración del manual o libro y realizar el registro correspondiente.

* **SUNLUTIONS, S.A. DE C.V.-** No cumple con las especificaciones solicitadas toda vez que requiere de 40 días naturales posteriores a la notificación de la adjudicación para iniciar la elaboración del manual o libro y realizar el registro correspondiente.

* **CADENA COMERCIAL OCEANIC, S.A. DE C.V.-** No cumple con las especificaciones solicitadas toda vez que requiere de 30 días naturales posteriores a la notificación de la adjudicación para iniciar la elaboración del manual o libro y realizar el registro correspondiente.

* **LIRA CENTER, S.A DE C.V.-** Una vez evaluada la proposición presentada por la empresa, se determina que cumple con las especificaciones solicitadas y cuenta con los registros y permisos necesarios para transmitir la información y la metodología, así como, con el personal para dar el acompañamiento para el desarrollo de los canales de difusión además que es la cotización económica que ofertó el precio más bajo. (SE ANEXA REGISTRO ANTE EL INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR.)

IV. PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN PROPUESTO, FUNDADO Y MOTIVADO.

El procedimiento de contratación que se propone es el de Adjudicación Directa fundamentado en el Artículo 41, fracción I de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y 72 fracción II del Reglamento.

Lo anterior, derivado de que como resultado de la investigación de mercado, se determinó que la empresa "Lira Center", S.A. de C.V. cuenta con la capacidad humana y tecnológica para la prestación del servicio, asimismo, cuenta con los Derechos de Autor relativos a la Obra Literaria con Título "LA MERCADOTECNIA POR INTERNET, PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS", inscrita ante el Registro Público del Derecho de Autor con número 03-2016-112312275100-01, que consta en el certificado de fecha 23 de noviembre de 2016; obra que contiene la información y conocimiento que requiere el Instituto FONACOT para satisfacer sus necesidades y aplicarlo con los recursos humanos y materiales con que cuenta, bajo el acompañamiento del prestador de servicios; la contratación del **"SERVICIO INTEGRAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS Y ACOMPAÑAMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LOS CANALES DE DIFUSIÓN E INFORMACIÓN Y CAPTACIÓN COMERCIAL, A TRAVÉS DE INTERNET Y REDES SOCIALES PARA EL INSTITUTO FONACOT"**, se propone efectuarse mediante un procedimiento de adjudicación directa, en términos de lo dispuesto por el Artículo 41 fracción I de la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Sector Público, 72 fracción II de su Reglamento y el Artículo 50 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y 148 de su reglamento que a letra dicen:

"Artículo 41. Las dependencias y entidades, bajo su responsabilidad, podrán contratar adquisiciones, arrendamientos y servicios, sin sujetarse al procedimiento de licitación pública, a través de los procedimientos de invitación a cuando menos tres personas o de adjudicación directa, cuando:

I. No existan bienes o servicios alternativos o sustitutos técnicamente razonables, o bien, que en el mercado sólo existe un posible oferente, o se trate de una persona que posee la titularidad o el licenciamiento exclusivo de patentes, derechos de autor, u otros derechos exclusivos, o por tratarse de obras de arte;"

Artículo 72. Para los efectos de lo establecido en el artículo 41 de la Ley deberá considerarse, respecto de las fracciones de dicho precepto legal, lo que se cita a continuación:

...

II. **Para acreditar que en el mercado sólo existe un posible oferente, o se trata de una persona que posee la titularidad o el licenciamiento exclusivo de patentes, derechos de autor, u otros derechos exclusivos, a que hace referencia la fracción I, se deberán acompañar los documentos con los que se acredite tal situación, como son los registros, títulos, certificaciones, acuerdos comerciales, autorizaciones, designaciones, contratos de licenciamiento o cesión emitidos por o registrados ante las autoridades nacionales competentes en su caso, o conforme a las disposiciones o prácticas del país de origen, así como con los que se determine el alcance o implicaciones jurídicas de los derechos mencionados.**

“Artículo 50. Artículo 50.- Los ejecutores de gasto podrán celebrar contratos plurianuales de obras públicas, adquisiciones, y arrendamientos o servicios durante el ejercicio fiscal.

Artículo 148 (RLFRH). Las entidades que pretendan celebrar contratos plurianuales se sujetarán a la autorización de su titular, de conformidad con las disposiciones que al efecto aprueben sus respectivos órganos de gobierno, las cuales deberán considerar como mínimo lo dispuesto en los incisos a) a d) de la fracción I del artículo anterior, así como evitar contraer compromisos contractuales plurianuales que impliquen riesgos de incumplimiento de sus obligaciones o que restrinjan su disponibilidad presupuestaria necesaria para la operación.”

FUNDAMENTACION

La propuesta de Excepción a la Licitación Pública que aquí se plantea, para realizar la contratación a través de un procedimiento de Adjudicación Directa del **“SERVICIO INTEGRAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS Y ACOMPAÑAMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LOS CANALES DE DIFUSIÓN E INFORMACIÓN Y CAPTACIÓN COMERCIAL, A TRAVÉS DE INTERNET Y REDES SOCIALES PARA EL INSTITUTO FONACOT”**, está debidamente fundamentada en los siguientes preceptos legales: 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículos 22 fracción II, 25, 26 fracción III, 40 y 41 fracción I de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, así como los artículos 71 y 72 fracción II de su Reglamento, así como, el Artículo 50 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y 148 de su Reglamento.

MOTIVACIÓN

El Instituto FONACOT, requiere de forma reiterada realizar la difusión de información, para de manera clara y oportuna hacer del conocimiento público los productos y servicios que ofrece a los trabajadores, tales como Tarjeta mujer FONACOT, programa de apoyo por desastres naturales, apertura y ubicación de sucursales, eventos del Instituto FONACOT, canales de consulta y servicio (call center y unidades de trámites y servicio), conferencias de prensa, firmas de convenios con autoridades, centros de trabajo y organismos empresariales, los nuevos procesos e implementación del Crédito Seguro, como mecanismo de modernidad para mejorar la atención a los trabajadores formales y centro de trabajo.

Como se ha señalado existe una forma de realizar la difusión de todos los productos y servicios de una manera más efectiva, a través de las redes sociales tales como google +, Facebook, twitter e Instagram, en este sentido dicha difusión se puede realizar personalizada.

Para lo anterior, se requiere del servicio integral anteriormente expuesto para que a través del empleo de los recursos humanos y materiales del Instituto se pueda realizar una difusión personalizada de la información que el Instituto FONACOT genera para dar a conocer sus productos y servicios, de manera eficiente empleando técnicas y procedimientos creados para esos efectos, de forma especializada por la empresa "Lira Center", S.A. de C.V.

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

MONTO TOTAL A CONTRATAR

El costo total del servicio será de \$28'575,689.00 (Veintiocho millones quinientos setenta y cinco mil seiscientos ochenta y nueve pesos 00/100 M.N.) más I.V.A el cual se desglosará de la siguiente manera:

NOMBRE DEL SERVICIO	2016	2017	TOTAL
"SERVICIO PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS PARA EL DESARROLLO DE CANALES DE DIFUSIÓN E INFORMACIÓN Y CAPTACIÓN COMERCIAL, A TRAVÉS DE INTERNET Y REDES SOCIALES PARA EL INSTITUTO FONACOT".	\$17'145,413.40	\$11'430,275.60	\$28'575,689.00

FORMA DE PAGO

Con fundamento en el artículo 51 de la Ley Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, el pago de los servicios efectivamente prestados, se realizará contra la recepción de cada uno de los siguientes entregables:

- 40% por la entrega del manual o libro, así como la cesión de los derechos de uso de la obra literaria inscrita el Registro Público del Derecho de Autor.
- 20% a la entrega del estudio específico en el que establezca, el diagnóstico y análisis de la información sobre la parte de internet y redes sociales que más conviene para la estructura de negocio que tiene el Instituto Fonacot, de igual forma las ventajas, características y beneficios que traería este tipo de conocimiento para transmitir la información que tiene que difundir el instituto Fonacot.
- 40% por los recursos humanos y tecnológicos que estarán a cargo de la capacitación y acompañamiento del personal del Instituto Fonacot hasta la total implementación del servicio (implant). dividido en tres pagos a mes vencido para el ejercicio fiscal 2017.

Lo anterior una vez que se cuente con la entera satisfacción por parte del Administrador del contrato.

VI. NOMBRE Y DATOS GENERALES DE LA EMPRESA PROPUESTA

La empresa propuesta para realizar la contratación de la **DEL "SERVICIO INTEGRAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS Y ACOMPAÑAMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LOS CANALES DE DIFUSIÓN E INFORMACIÓN Y CAPTACIÓN COMERCIAL, A TRAVÉS DE INTERNET Y REDES SOCIALES PARA EL INSTITUTO FONACOT"**, es:

Razón Social: Lira Center, S.A. de C.V.

Domicilio Fiscal: Fuente Mirador, edificio 15 depto. 102, Condominio Brillante
Colonia Tultitlan, Tultitlan, Estado de México, C.P. 54900

Teléfonos: 58 90 46 86

Representante Legal: Ricardo Bustos Estrada

VII. ACREDITACIÓN PARA LOS CRITERIOS CONTENIDOS EN EL ART. 40 DE LA LAASSP

En apego a lo previsto en el artículo 40, segundo párrafo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público en su Capítulo Tercero "Excepciones a la Licitación Pública"....que a la letra dice:

"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 acreditamiento del o los criterios en los que se funda; así como la justificación de las razones en las que se sustente el ejercicio de la opción, deberán constar por escrito y ser firmado por el titular del área usuaria o requirente de los bienes o servicios..."

EFICIENCIA.

El Instituto FONACOT, a través del procedimiento de contratación de adjudicación directa, asegura obtener para el Estado las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio, calidad, financiamiento, oportunidad y demás circunstancias pertinentes con la contratación de la **"SERVICIO INTEGRAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS Y ACOMPAÑAMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LOS CANALES DE DIFUSIÓN E INFORMACIÓN Y CAPTACIÓN COMERCIAL, A TRAVÉS DE INTERNET Y REDES SOCIALES PARA EL INSTITUTO FONACOT"**, toda vez que se han establecido detalladamente las condiciones y características técnicas, evaluando objetivamente la necesidad del área requirente de manera oportuna para que el área contratante lleve a cabo el procedimiento propuesto conforme a la normatividad aplicable, evitándose la pérdida de tiempo y recursos.

La eficiencia del gasto se realiza con la disponibilidad presupuestaria para contratar el servicio propuesto y lograr el objeto de la contratación, ejerciendo en tiempo y forma el Presupuesto de Egresos de conformidad con la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, su Reglamento, y demás leyes aplicables; considerando que la contratación que se realiza con la

persona moral propuesta es la mejor opción para el Instituto FONACOT, en virtud de que la empresa Lira Center S.A. de C.V., es la única quien que cuenta con los derechos de autor de con Título "LA MERCADOTECNICO POR INTERNET, PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS", inscrita el Registro Público del Derecho de Autor con número 03-2016-112312275100-01, que consta en el certificado de fecha 23 de noviembre de 2016, con lo que al adquirirla se brindan las mejores condiciones de calidad y disponibilidad inmediata en apoyo de sus funciones sustantivas y con las características que el Instituto FONACOT requiere para el servicio de transferencia de conocimientos para el desarrollo de canales de difusión e información y captación comercial, a través de internet y redes sociales

Los recursos serán ejercidos de acuerdo con la normatividad aplicable, durante el presente ejercicio.

EFICACIA.

El criterio de eficacia se satisface siempre que las contrataciones se realicen para el cumplimiento de los objetivos y metas de la Administración Pública Federal, en términos de las disposiciones legales aplicables. Asimismo, la eficacia en una contratación no depende únicamente de que el producto o servicio a contratar sea necesario para el cumplimiento de los objetivos institucionales, pues también debe acreditarse que la selección del prestador del servicio permite satisfacer adecuadamente las necesidades para las que se contrata.

En este sentido, se ha verificado que la empresa **Lira Center S.A de C.V.**, cuenta con la infraestructura, capacidad técnica y el personal especializado para cumplir con los requerimientos solicitados por el Instituto FONACOT y poder brindar el **"SERVICIO INTEGRAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS Y ACOMPAÑAMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LOS CANALES DE DIFUSIÓN E INFORMACIÓN Y CAPTACIÓN COMERCIAL, A TRAVÉS DE INTERNET Y REDES SOCIALES PARA EL INSTITUTO FONACOT"**, solicitado, conforme a los requerimientos del Instituto FONACOT.

De no contar con el **"SERVICIO INTEGRAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS Y ACOMPAÑAMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LOS CANALES DE DIFUSIÓN E INFORMACIÓN Y CAPTACIÓN COMERCIAL, A TRAVÉS DE INTERNET Y REDES SOCIALES PARA EL INSTITUTO FONACOT"**, se estaría perdiendo un nicho de mercado al cual llegar para la colocación de créditos.

Con la prestación de servicios propuesta, se apoya directamente el logro de los objetivos y metas programadas para el Instituto FONACOT, dándole la oportunidad de llegar a un número mayor de personas para dar a conocer los beneficios de solicitar un crédito.

HONRADEZ.

Este criterio implica que no exista una indebida predisposición en un procedimiento de contratación o en favor de un interesado en este proceso de contratación; lo cual ha quedado debidamente acreditado con la motivación del supuesto de excepción de esta contratación y cuyo detalle quedó evidenciado en los apartados correspondientes de esta Justificación; de lo que se desprende que la Dirección de Comunicación Social como Área Requiriente de los servicios, a fin de dar cumplimiento con los requisitos establecidos en la LAASSP y su Reglamento.

En este sentido, en el presente procedimiento se da cumplimiento íntegro a estos principios, ya que la elección de la empresa participante por ser la titular de los derechos de autor de la obra: "LA MERCADOTECNICO POR INTERNET, PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS" se realizó cumpliendo con los requisitos establecidos en la LAASSP y su Reglamento.

VIII. AREA REQUIRIENTE DEL SERVICIO Y ADMINISTRADORA DEL CONTRATO.

De conformidad con lo previsto en el artículo 84 del Reglamento de la ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, el Director de Comunicación Social, C. Dante Omar Pinal Ibarra, será el encargado de vigilar y administrar el cumplimiento de los contratos por la prestación de los servicios.

IX. VIGENCIA DEL CONTRATO

El plazo de la prestación del servicio integral para la transferencia de conocimientos y acompañamiento para la realización de los canales de difusión e información y captación comercial, a través de internet y redes sociales para el Instituto Fonacot, será a partir del día hábil siguiente de la dictaminación favorable por parte del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios y hasta el 30 de marzo de 2017, para lo anterior se cuenta con la autorización plurianual No. SGA-329 de fecha 28 de octubre de 2016.

X. SOLICITUD DE DICTAMEN

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 I, de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; 71 y 72 fracción II de su Reglamento y el Artículo 50 de La Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y 148 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 INTEGRAL PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS Y ACOMPAÑAMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LOS CANALES DE DIFUSIÓN E INFORMACIÓN Y CAPTACIÓN COMERCIAL, A TRAVÉS DE INTERNET Y REDES SOCIALES PARA EL INSTITUTO FONACOT”**, , la cual se llevará a cabo del día hábil siguiente a la dictaminación favorable por parte del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios al 30 de marzo de 2017. El monto total de la renovación es por **\$28'575,689.00 (Veintiocho millones quinientos setenta y cinco mil seiscientos ochenta y nueve pesos 00/100 M.N.)** más el Impuesto al Valor Agregado, conforme al esquema de pago expuesto en la presente justificación.

XI. LUGAR Y FECHA DE EMISIÓN

Ciudad de México a 29 de Noviembre de 2016

**NOMBRE Y FIRMA DEL TITULAR
DEL ÁREA REQUIRENTE.**



C. DANTE PINAL IBARRA
Director de Comunicación Social