

J U S T I F I C A C I Ó N

CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ESPACIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES".

En cumplimiento a lo dispuesto por los Artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 22 fracción II, 25, 26, fracción III, 40 y 41 fracción III de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; 71 de su Reglamento; la Dirección de Comunicación Social solicita al H. Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Instituto FONACOT, dictamine procedente la excepción a la Licitación Pública para llevar a cabo los procedimientos de Adjudicación Directa para la **CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES"**.

I.- ANTECEDENTES

Las campañas realizadas en 2016 impulsaron y promovieron al Instituto FONACOT como la mejor Institución de Crédito para los trabajadores formales del país, dando cabal cumplimiento a los fines para los cuales fue creado. Por lo anterior resulta necesario dar a conocer al público en general en el ámbito de sus respectivas competencias como patrones, trabajadores, o como iniciadores de una empresa, la necesidad de adoptar una cultura del trabajo formal para que los trabajadores cuenten con las prestaciones laborales como son, entre otros, el otorgamiento de créditos que les permitan adquirir y/o pagar bienes y servicios para el bienestar de sus familiares.

Para el primer trimestre de 2017 se contrató la prestación del servicio de espacios publicitarios para la difusión de la Campaña denominada: **"CRÉDITOS FONACOT, VERSIÓN: CRÉDITOS CON DESCUENTO VÍA NÓMINA"**, en la cual se promovió el crédito FONACOT, proporcionará la información necesaria a los trabajadores respecto al otorgamiento de créditos en efectivo que los apoyen en la adquisición de bienes de consumo, contratación y/o pago de bienes y servicios. Además, se impulsó el turismo social a través del crédito FONACOT, dando oportunidad a los trabajadores formales y a sus familias para aprovechar de la mejor manera su crédito.

En este sentido y a fin de dar cumplimiento a la Estrategia Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio Fiscal 2017, la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT está impulsando la segunda campaña publicitaria en este ejercicio fiscal, la cual busca consolidar al Instituto FONACOT como la mejor institución financiera del Estado que otorga a los trabajadores formales créditos con los mayores beneficios y las mejores tasas de interés en el mercado, todo ello bajo criterios que favorezcan el desarrollo social y las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias. Asimismo, se está promoviendo el crédito FONACOT como apoyo para los trabajadores en la compra de bienes y servicios en la temporada de vacaciones y regreso a clases con las mejores tasas de interés en el mercado.

La finalidad de llevar a cabo campañas publicitarias es difundir y dar a conocer al público en general los productos que ofrece el Instituto, haciendo énfasis en:

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

A fin de dar continuidad y cumplimiento a la Estrategia Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio Fiscal 2017, la Dirección de Comunicación Social requiere llevar a cabo las acciones pertinentes para dar a conocer los servicios y productos crediticios del Instituto por medio de la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES"**.

II.- PLANTEAMIENTO

En cumplimiento a las facultades y atribuciones conferidas a la Dirección de Comunicación Social en el Estatuto Orgánico del Instituto FONACOT, así como a la *Estrategia Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio Fiscal 2017*, esta Dirección tiene la encomienda de llevar a cabo a través de los medios de comunicación que se presentan, la difusión de los diversos productos y servicios con los que cuenta el Instituto FONACOT, así como los principales beneficios de éstos.

Con el objetivo de coadyuvar en las metas de colocación de créditos para el ejercicio 2017 así como de apoyar la economía de los trabajadores formales del país, se requiere promover los productos y servicios del Instituto FONACOT en este verano para la compra de bienes y servicios en los temas de vacaciones y regreso a clases.

Resulta conveniente para los intereses del Instituto FONACOT, el contratar a diversos proveedores de espacios publicitarios para llegar al público objetivo y a empresas para su afiliación a través de la difusión de mensajes en las siguientes vías: medios electrónicos (Televisión, Radio), Medios Impresos (Diarios editados en la Ciudad de México, Diarios editados en los Estados y Revistas), Medios Digitales (internet), Medios Complementarios y Cineminuto. Lo anterior con el objetivo de apoyar a los trabajadores de centros de trabajo afiliados y garantizar el acceso a créditos, otorgar financiamiento y promover el ahorro para su bienestar social y el de su familia.

Derivado de la reforma a la *Ley Federal de Trabajo* del 30 de noviembre de 2012 y su entrada en vigor a partir de noviembre de 2013, el mercado objetivo de las campañas publicitarias del Instituto se amplió significativamente, ya que se continúa con incentivar a los patrones para la afiliación de sus empresas, así como a los trabajadores informales a integrarse a la formalidad.

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

Con la difusión de la campaña que nos ocupa en esta justificación, el Instituto FONACOT proporcionará la información necesaria a los trabajadores respecto al otorgamiento de créditos en efectivo que los apoyen en la adquisición de bienes de consumo, contratación y/o pago de bienes y servicios para vacaciones y regreso a clases de sus familiar.

Además, se dará a conocer a los trabajadores la información necesaria para que tengan acceso a los servicios financieros que ofrece el Instituto FONACOT, con lo cual se estará apoyando al cumplimiento de lo planteado en el *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 impulsado por el Gobierno de la República*, ya que éste destaca la importancia de acelerar el crecimiento económico para construir un México Próspero, en donde, en materia de empleo, resulta imprescindible e impostergable impulsar políticas públicas que propicien la generación de empleos y de empresas formales para brindar certidumbre a los trabajadores en el acceso a los mecanismos de previsión social, tomando como medida de acción, entre otras, la de promover el acceso y uso responsable de productos y servicios financieros, con base en la *Estrategia 4.3.4 Perfeccionar los Sistemas y Procedimientos de Protección de los Derechos del Trabajador, Consistente en: Otorgar Créditos Accesibles y Sostenibles a los Trabajadores Formales*.

III.- DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:

Para llevar a cabo la difusión de la campaña publicitaria: **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES"**, se requiere de la prestación de servicios en espacios publicitarios por parte de diversos medios de comunicación, por lo que la transmisión de la campaña se considera será a través de medios Electrónicos (Televisión y Radio), Medios Impresos, entre los que destacan Diarios editados en la Ciudad de México, Diarios editados en los Estados y Revistas, Medios Digitales, Medios Complementarios y Cineminuto.

Con base a los resultados de estudios cuantitativos realizados en Campañas de difusión de 2016, se han considerado medios de comunicación que resultan ser los más vistos, escuchados y consultados por el público objetivo del Instituto FONACOT; en este sentido se han tomado en cuenta los siguientes:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
ELECTRÓNICOS	✓ TELEVISIÓN
	✓ RADIO
IMPRESOS	✓ DIARIOS EDITADOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO
	✓ DIARIOS EDITADOS EN PROVINCIA
	✓ REVISTAS
DIGITALES	✓ INTERNET
COMPLEMENTARIOS	✓ METRO
	✓ METROBÚS (PANTALLAS, MUPIS)
	✓ PUBLICIDAD EN PANTALLAS DE AUTOBUSES FORÁNEOS
	✓ METRO
	✓ CINEMINUTO

MEDIOS ELECTRÓNICOS

Para el caso de los medios electrónicos (Televisión y Radio), los cuales representan los principales canales de comunicación masiva para la difusión de mensajes publicitarios, se han considerado a prestadores de servicio que cumplen con la experiencia, capacidad técnica y humana.

De las empresas para la publicidad en medios electrónicos se tienen los siguientes:

Televisión

Transmisión de Spots de Televisión de 30 segundos cada uno en los que ofrece mejores retornos de la inversión en horarios donde hay más televidentes del público meta y generan un impacto mayor en la audiencia.





RAZÓN SOCIAL	FORMATO	CANAL	NUMERO DE SPOTS
GRUPO TELEvisa, S.A.B.	SPOT 30"	TNT, FOX, WARNER CHANNEL, UNIVERSAL CHANNEL, ESPN, FOX SPORTS, CNN ESPAÑOL	274
ESTUDIOS AZTECA, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	HECHOS AM Y COCINEROS MEXICANOS	19
PROVEEDORA DE SERVICIOS DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V.	SPOT 30"	TVC, TVC DEPORTÉS, CINE MEXICANO Y PLATINO, PÁNICO	918
OPERADORA MEXICANA DE TELEVISIÓN, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	ADN 40	36
AGENCIA DIGITAL, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	MILENIO TV	25

Radio

Transmisión de Spots de Radio de 30 segundos cada uno en diversos horarios en los que existe mayor audiencia a fin de llegar a una mayor cantidad del público objetivo del crédito FONACOT y así posicionar los productos y servicios del Instituto FONACOT.

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	DURACIÓN DE SPOT	PROGRAMA/ESTACIÓN	TOTAL DE SPOTS
RADIO FÓRMULA	GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	Javier Poza en Fórmula	16
			La Taquilla con René Franco	16
			Atando Cabos con Denise Maerker	16
			Paola Rojas en Fórmula	16
			Contraportada con Carlos Loret	16
			Todo para la mujer con Maxine Woodside	16
			La UNA (Noticias, Deportes y Estilo de Vida)	16
			Joaquín López Dóriga	16
			Eduardo Ruíz Healy	16
			José Cárdenas Informa	18
RADIO CENTRO	GRUPO RADIO CENTRO, S.A.B. DE C.V.	SPOT 30"	LA Z	34
			JOYA	33
			UNIVERSAL	33
			RED FM	15
			UNIVERSAL SPOT AJUSTE	1
NRM	NRM COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	Stereo Cien 100.1 FM	13
			Stereo Cien 100.1 FM	12



			Stereo Cien 100.1 FM	12
			Stereo Cien 100.1 FM	63
			Oye 89.7 FM	72
			Beat 100.9 FM	72
			Mil 1000 AM	73
			Sabrosita 590 AM	72
			La Más Perrona 1410 AM	72
			Súper Stereo 100.5 FM	360
			Sabrosita 590 AM	1
			Romántica 1380	45
			@ 1590	45
			La Poderosa	30
			La Bestia Grupera	50
			La Dinámica	45
			Vida 1420	50
			Cabo Mil 96.3	30
			Exa FM	50
			Ke Buena	30
			La Poderosa	45
			@ FM	45
			La Poderosa	45
			Ke Buena	50
			Extasis Digital	50
			Oye Siempre Hits	50
			La jefa Radio	40
			@ FM	45
			Estero Mexicana	45
			Romantica	50
			La Poderosa	48
			Fiesta Mexicana	45
			Extasis Digital	45
			La Campirana	30
RADIORAMA	RADIORAMA, S.A. DE C.V.	SPOT 30"		

Handwritten signature



			Super 107.1	50
			La Mas Picuda	45
			Estereo Vida	30
			Amor 95.7	50
			Ultra 102.9	30
			La Mejor	45
			Maxima	50
			@ FM	45
			Neurotik	50
			Ultra 101.3	30
			Top 91.5 FM	30
			La Mexicana	45
			Ke buena 88.5	50
			Los 40 93.3	45
			@ FM	50
			Fusion	30
			Estereo Huatulco	30
			La Mexicana	50
			Extasis Digital	50
			Ke buena 1010 AM	30
			La Z 97.1	45
			91 Dat Tu FM	30
			QFM	30
			La Poderosa	50
			Factor 96.1	30
			Romantica	45
			La JL	30
			Romantica	45
			Romance	30
			La Que Manda	50
			Toño	50
			Toño	45
			Radio Visa	30

[Handwritten signature]



			Stereo 100	30
			Z 93 FM	45
			Toño 95.5	50
			Sin Limites	50
			Los 40	50
			@ FM 99.1	45
			Radio Futurama	30
			Mega 105.9	45
			Los 40	50
			Romantica	50
			La Mexicana	50
			Radio Huamantla	30
			Radio Kañon	30
			Los 40	50
			La Mas Buena	30
			La Huasteca 89.3	45
			Azul 106.9	50
			One 94.9	51
			Sona 89.3	30
			La Reverenda de Oriente	30
			La Mejor	30
			Amor	50
			Stereo Zer	30
			Sin Limites	1
GRUPO IMAGEN	IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	Primera Emisión (Pascal Beltrán)	25
			Segunda Emisión (Francisco Zea)	16
			Segunda Emisión (Francisco Zea)	1
MVS	STEREOREY MÉXICO, S.A.	SPOT 30"	NOTICIERO LUIS CARDENAS LOCAL	23
			NOTICIERO EZRA SHABOT	23
			A TODO TERRENO CON PAMELA CERDEIRA	14
			AUTOS Y MAS	9
			CHARROS VS GANGSTERS	14

Handwritten signature



			Exa FM	23
			Exa FM	1
FIRMESA	FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	SUPREMA	330
			EXTREMO	363
			HITS FM	363
			LA CALIENTE	363
			RADIO MADERA	363
			ANTENA 102.5	363
			F.L. RADIO DE CONTENIDO	363
			LA VOZ DEL BALSAS	363
			LA MEJOR	363
			RADIO IMPACTO	363
			KE BUENA	330
			PROMOSAT	PROMOSAT DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
POWER 98	125			
KT LA SÚPER ESTACIÓN	125			
MORE FM 98.9	125			
FIESTA MEXICANA	125			
HALCON STEREO	125			
LA RANCHERITA	150			
BLU FM	150			
LA GRANDE	150			
ULTRA	150			
FIESTA MEXICANA	108			
FIESTA MEXICANA	108			
FIESTA MEXICANA	1			
RADIO MUJER 1040 am	150			
LA TRIPLE A	150			
FIESTA MEXICANA	150			
ZONA TRES	150			
RADIOLÓGICO	134			
LA KE BUENA	126			

[Handwritten signature]



			RADIO HIT- LA EXPLOSIVA	125
			RETRO 103.1	125
SOMER	SOCIEDAD MEXICANA DE RADIO, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	LA KALIENTE 102.9	100
			THE MIGHTY	100
			RADIO CHAPULTEPEC	100
			EXA FM	100
			EXA FM	100
			EXA FM	100
			LA KE BUENA	144
			LA BUENA ONDA	100
			BEAT FM 90.1	100
			EXA	100
			LA MEJOR FM	100
			LA MANDONA	98
			ULTRA	101
			POP FM	100
			EXA FM	100
			LA COMADRE	100
			EXA	100
			SO GOOD	100
			DIGITAL 106.5	100
			CADENA RASA	RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A. DE C.V.
CANDELA FM	138			
LOS 40 PRINCIPALES	138			
CANDELA FM	138			
LOS 40 PRINCIPALES	138			
CANDELA FM	138			
CANDELA FM	139			
CANDELA FM	1			
CATEDRAL DE LA MÚSICA	138			
LOS 40 PRINCIPALES	138			
CANDELA FM	139			

9



			CANDELA FM	138
			LOS 40 PRINCIPALES	138
			CANDELA FM	139
			CANDELA FM	139
RNC	RADIO CADENA NACIONAL, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	STEREO TIEMPO	200
			RADIO SAN MIGUEL	205
			LA MAS BONITA	200
			JAZZ RADIO	200
			RADIO TROPICAL	200
			LA GRANDE DE RIO GRANDE	225
			LA GRANDE DE RIO GRANDE	1

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	DURACIÓN DE SPOT	COBERTURA	TOTAL DE SPOTS
RADIO CAPITAL	GRUPO RADIODIFUSORAS CAPITAL, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	RADIO CAPITAL	78
			RADIO CAPITAL	38
			RADIO CAPITAL	93
			RADIO CAPITAL	44
			CAPITAL MÁXIMA	93
			CAPITAL MÁXIMA	44
			CAPITAL MÁXIMA	93
			CAPITAL MÁXIMA	44
			CAPITAL MÁXIMA	93
			CAPITAL MÁXIMA	44
			CAPITAL FM	93
			CAPITAL FM	44
			CAPITAL FM	93
			CAPITAL FM	44
CAPITAL FM	73			
CAPITAL FM	44			
CAPITAL MÁXIMA	62			

				44
			CAPITAL FM	61
				44
			CAPITAL FM	62
				44
			CAPITAL FM	62
				44
			CAPITAL FM	1
LA TROPICAL CALIENTE	RJF PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	TROPICAL CALIENTE	500
			TROPICAL CALIENTE	2,145

MEDIOS IMPRESOS

De los medios más vistos por el público objetivo del Instituto FONACOT se encuentran los medios impresos, es por ello que se requiere contratar espacios publicitarios considerando los que son editados en la Ciudad de México y en el Interior de la República, asimismo, incluir la difusión impresa en Revistas de circulación nacional. En estos medios se efectuará la inserción del material para difusión y promoción de la campaña **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES"**.

La contratación de espacios publicitarios en la versión impresa de los diarios de mayor circulación en la Ciudad de México y de la República, así como en revistas, tiene como principal objetivo difundir oportunamente la campaña de promoción de los productos, servicios y principalmente del crédito en efectivo que el Instituto FONACOT ofrece a los trabajadores formales del país, lo cual forma parte de la Estrategia y Programa Anual de Promoción y Publicidad 2017 del Instituto FONACOT.

De esta manera cada uno de los medios impresos listados, son únicos al no haber ningún otro medio con las mismas características y que se encuentran registrados en el Padrón de Medios Impresos, con el objetivo de que el mensaje publicitario llegue al mayor número de lectores.

Las inserciones en los periódicos de mayor circulación de la Ciudad de México y distintos periódicos estatales y revistas, se considera puede ser conforme al siguiente cuadro:

DIARIOS EN LOS ESTADOS

MEDIOS MASIVOS MEXICANOS, S.A. DE C.V.	CIUDAD	CUARTOS DE PLANA			NÚMERO DE INSERCIÓNES
		MEDIDA MECÁNICA EN CMS.			
		BASE	X	ALTURA	
LE GRITAMOS LA VERDAD A AGUAS	AGUASCALIENTES	16.5	X	14	4
HIDROCALIDO LA VERDAD POR DELANTE	AGUASCALIENTES	17.5	X	20.3	4



LA CRONICA DIARIO INDEPENDIENTE DE BAJA CALIFORNIA	MEXICALI	12.57	X	14.02	4
FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	TIJUANA	12.57	X	14.02	4
FRONTERA ENSENADA	ENSENADA	12.57	X	14.02	4
TRIBUNA DE LOS CABOS	SAN JOSE DE LOS CABOS	14.7	X	17	4
DIARIO INDEPENDIENTE TRIBUNA	CAMPECHE	13.8	X	26.2	4
CRÓNICA DE CAMPECHE	CAMPECHE	13.75	X	27	4
EL ORBE	TAPACHULA	12.8	X	16	4
EL DIARIO EXPRESION DE CHIAPAS	TUXTLA GUTIERREZ	9.8	X	16.2	4
EL DIARIO DE CHIHUAHUA	CHIHUAHUA	13.1	X	27	4
EL PESO DE CHIHUAHUA (De Lunes a Sabado Pública)	CHIHUAHUA	12.7	X	15	3
DIARIO DE JUÁREZ	CIUDAD JUÁREZ	13.1	X	25.5	4
EL GUARDIAN	SALTILLO	13.9	X	26	3
INFORMACIÓN CON VALOR VANGUARDIA	SALTILLO	13.9	X	26	4
DIARIO DE COLIMA	COLIMA	13.3	X	26	4
VICTORIA DE DURANGO	DURANGO	14.7	X	26	4
LA NETA	DURANGO	12.75	X	14.24	3
AL DÍA	LEÓN	15.66	X	13.88	3
A.M. LAS NOTICIAS COMO SON	LEÓN	14.6	X	25.89	4
NOVEDADES DE ACAPULCO	ACAPULCO	13.3	X	27	4
CRITERIO LA VERDAD IMPRESA	PACHUCA	14.8	X	17.5	4
PERIODICO RUTA	TULANCINGO	12.5	X	17	3
TRIBUNA DE LA BAHÍA	PTO. VALLARTA	15.13	X	16.29	4
EL DIARIO GRANDE DE MICHOACÁN PROVINCIA	MORELIA	12.8	X	27	4



TESTIGO DIARIO DE LOS SUCESOS URBANOS	MORELIA	15	X	16.5	4
LA VOZ DE MICHOACAN	MORELIA	15.4	X	15	4
DIARIO DE MORELOS , AL SERVICIO DE LA COMUNIDAD	CUERNAVACA	14.2	X	27	4
MATUTINO GRAFICO	TEPIC	12.8	X	15	3
MERIDIANO DE NAYARIT	TEPIC	14.5	X	26	4
EL PORVENIR	MONTERREY	14.52	X	26.5	4
EL IMPARCIAL, EL MEJOR DIARIO DE OAXACA	OAXACA	14.4	X	27	4
EL IMPARCIAL DEL ISTMO	SALINA CRUZ	13	X	17	4
EL POPULAR	PUEBLA	14.6	X	25	4
EL MUNDO DE TEHUACÁN	TEHUACÁN	13.6	X	26	4
NOTICIAS LA VERDAD CADA MAÑANA	QUERETARO	15	X	27	4
NOVEDADES DE QUINTANA ROO	CANCÚN	14.5	X	26	4
NOVEDADES DE CHETUMAL	CHETUMAL	14.5	X	26	4
PULSO DIARIO DE SAN LUIS POTOSÍ	SAN LUIS POTOSÍ	14.5	X	27	4
EL DEBATE DE CULIACÁN	CULIACAN	12.8	X	13.5	4
LA SIRENA CULIACÁN	CULIACAN	12.8	X	13.6	3
CULIACÁN LA I NOTICIAS PARA MÍ	CULIACAN	12.8	X	13.6	4
EL DEBATE DE GUAMUCHIL	GUAMUCHIL	12.8	X	13.5	4
LA SIRENA DE GUAMÚCHIL	GUAMUCHIL	12.8	X	13.6	3
GUAMUCHIL LA I NOTICIAS PARA MÍ	GUAMUCHIL	12.8	X	13.6	4
EL DEBATE DE GUASAVE	GUASAVE	12.8	X	13.5	4
LA SIRENA GUASAVE	GUASAVE	12.8	X	13.6	3
GUASAVE LA I NOTICIAS PARA MÍ	GUASAVE	12.8	X	13.6	4
EL DEBATE DE LOS MOCHIS	LOS MOCHIS	12.8	X	13.5	4
LA SIRENA LOS MOCHIS	LOS MOCHIS	12.8	X	13.6	3

9



LOS MOCHIS LA I NOTICIAS PARA MÍ	LOS MOCHIS	12.8	X	13.6	4
EL DEBATE DE MAZATLÁN	MAZATLAN	12.8	X	13.5	4
LA SIRENA MAZATLÁN	MAZATLAN	12.8	X	13.6	3
MAZATLÁN LA I NOTICIAS PARA MÍ	MAZATLAN	12.8	X	13.6	4
TRIBUNA DEL YAQUI	CIUDAD OBREGON SON.	13.1	X	26.5	4
EL IMPARCIAL DIARIO INDEPENDIENTE DE SONORA	HERMOSILLO	12.8	X	24.5	4
HERMOSILLO LA I NOTICIAS PARA MÍ	HERMOSILLO	12.75	X	12	4
NUEVO DÍA EL PERIÓDICO DE NOGALES	NOGALES	13.3	X	26	4
NOTICIAS DIARIO BINACIONAL SIN FRONTERAS	SAN LUIS RIO COLORADO	14	X	16.5	4
EL SOL DEL SURESTE	VILLAHERMOSA	13	X	19	3
PRESENTE DIARIO DEL SURESTE	VILLAHERMOSA	13	X	19	4
EXPRESO DE CIUDAD MANTE	CIUDAD MANTE	13	X	15	4
EL MERCURIO DE TAMAULIPAS	CIUDAD VICTORIA	13.79	X	26	4
EL BRAVO	MATAMOROS	14.3	X	25.8	4
EL MAÑANA DE NUEVO LAREDO	NUEVO LAREDO	13.1	X	27	4
LA TARDE, EN NUEVO LAREDO, TAMPS	NUEVO LAREDO	13.1	X	27	3
HORA CERO	REYNOSA	12.7	X	15.2	3
EL MAÑANA GRAN DIARIO REGIONAL INDEPENDIENTE	REYNOSA	10.69	X	24.84	4
LA TARDE DE REYNOSA	REYNOSA	13.5	X	15.5	3
LA RAZON	TAMPICO	12.4	X	22.8	4
DIARIO DEL ISTMO	COATZACOALCOS	15	X	26	4
ORALE LAS NOTICIAS EN CALIENTE	COATZACOALCOS	15	X	16	3
EL MUNDO DE CORDOBA	CORDOBA	13.6	X	26	3



LA OPINION DE POZARICA	POZARICA	16	X	26	4
EL DICTAMEN	VERACRUZ	16	X	27	4
EL MUNDO DE ORIZABA	ORIZABA	13.6	X	26	3
DE PESO	MERIDA	13	X	17	3
MILENIO NOVEDADES	MERIDA	15.5	X	16.5	4
					293

Diarios Impresos en la Ciudad de México

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	INSERCIONES CARACTERÍSTICAS	NÚMERO DE INSERCIONES
EL UNIVERSAL	EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL, S.A. DE C.V.	1/4 PLANA A COLOR	12
EL GRÁFICO	ARTES GRÁFICAS EN PERIÓDICO, S.A. DE C.V.	PLANA A COLOR	15
EXCELSIOR	PERIODICO EXCELSIOR, S.A. DE C.V.	1/4 PLANA A COLOR	16
EL FINANCIERO	EL FINANCIERO MARKETING, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA VERTICAL	8
EL ECONOMISTA	EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA VERTICAL	8
LA JORNADA	DEMOS, DESARROLLO DE MEDIOS, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA VERTICAL	6
LA RAZÓN	L.R.H.G. INFORMATIVO, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA VERTICAL	7
		1/8 DE PLANA A COLOR	1
LA CRÓNICA	LA CRÓNICA DIARIA, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA VERTICAL	8
MILENIO	MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA VERTICAL	3
			1
IMPACTO DIARIO	CEMGISA, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA A COLOR	20
24 HORAS	INFORMACIÓN INTEGRAL 24/7, S.A.P.I. DE C.V.	ROBAPLANA VERTICAL	5
		ROBAPLANA JR	1
LA PRENSA	EDITORIA LA PRENSA, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA VERTICAL	8

Revistas

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	INSERCIONES CARACTERÍSTICAS	MEDIDAS	NÚMERO DE INSERCIONES
REVISTA TV NOTAS	NOTMUSA, S.A. DE C.V.	PLANA A COLOR	A CORTE: 21.0 BASE X 27.5 ALTURA	2
			CON REBASE: 22.0 BASE X 28.5 ALTURA	1
REVISTA TVYNOVELAS	EDITORIAL TELEVISA, S.A. DE C.V.	PLANA A COLOR	MEDIDAS: Caja: 18.7 x 26.5 Final: 19.7 x 27.5 Rebase: 20.7 x 28.5	4
CONTRALÍNEA	EDITORIAL LIBERTAD Y EXPRESIÓN, S.A. DE C.V.	PLANA A COLOR	21 x 27 cm.	1
FORTUNA	V&L GLOBAL SERVICES CONSULTING & ADVISORS BUSINESS, S.C.	PLANA A COLOR	26.5X20.5 cms Debe llevar un rebase de 5mms por lado	1

MEDIOS DIGITALES

Considerando la tendencia de los últimos años en los cuales la publicidad en medios digitales se ha incrementado y se ha mantenido en crecimiento constante, consolidándose como un medio masivo ampliamente segmentable y de alta transparencia en su medición, se tiene como un canal de comunicación idóneo para dar difusión a la campaña **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES"**.

SITIO WEB	RAZÓN SOCIAL	FORMATO	MEDIDAS
www.eluniversal.com.mx	EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL, S.A. DE C.V.	BANNER	300 X 250 PÍXELES
www.msn.com	CONGLOMERADO DE MEDIOS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.	RUN OF CHANNELLS	300X600 728X90 300X250 PÍXELES
www.sdnoticias.com	PERIODICO DIGITAL SENDERO, S.A. DE C.V.	BANNER	1200x627 PÍXELES
www.aztecatrece.com	ESTUDIOS AZTECA, S.A. DE C.V.	BANNER	300 X250, 950X90, 400X400, 600X480 PÍXELES
www.facebook.com/INFONACOT	AGAVIS DIGITAL, S.C.	BANNER Y VIDEO	1200x627 PÍXELES
www.twitter.com/INFONACOT	AGAVIS DIGITAL, S.C.	BANNER Y VIDEO	800 x 320 PÍXELES
www.pablohiriart.com	COMUNICACIÓN EXTENSA, S.C.	BANNER	900X 70 PÍXELES
www.elcristalazo.com	LUGAR COMÚN, S.A. DE C.V.	BANNER	300X250 PÍXELES
www.laotraopinion.com.mx	COMUNÍCALO, S.A DE CV.	BANNER	300 X 250 PÍXELES

www.adelamicha.com	PROABRI, S.A. DE C.V.	BOX BANNER HALF PAGE LEADERBOARD	300 X 250 PÍXELES 300X600 PÍXELES 728X90 PÍXELES
www.ejecentral.com	ESTRICTAMENTE DIGITAL, S.C.	BOX BANNER	300 X 250 PX 728X90 PÍXELES
www.lopezdoriga.com	PREMIUM DIGITAL GROUP, S.A.P.I. DE C.V.	BOX BANNER HALF PAGE LEADERBOARD	300 X 250 PÍXELES 1290X90 PÍXELES 300X600 PÍXELES 728X90 PÍXELES
www.elarsenal.com	LUCILA ORTIZ CALDERON	BANNER	300 X 250 PÍXELES
www.publimetro.com.mx	PUBLICACIONES METROPOLITANAS, S.A. DE C.V.	BANNER	300 X 250 PÍXELES
www.chilango.com.mx	CIUDAD CHILANGO S.A. DE C.V.	BANNER	300 X 250 728X90 270X600 PÍXELES
www.animalpolitico.com	EDITORIAL ANIMAL, S. DE R.L. DE C.V.	LEADER BOARD	728X90 PÍXELES 970X 250 PÍXELES
www.marcomares.com.mx	MARCO ANTONIO MARES GARCÍA	TOP BANNER CARROUSEL Y BANNER	728 X 90 PÍXELES
www.indiccecorporativo.com	M&A COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	BANNER	728 X 90 PÍXELES
www.gentedetrasdeldinero.com	MAURICIO FLORES ARELLANO	BANNER TOP	350 X 250 PÍXELES
www.paolaroia.com.mx	PRH COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	HOME BANNER	728X270 PÍXELES
www.federicolamont.com	LAMAR COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	BANNER	300 X 250 PÍXELES
www.claudiaarellanob.com	CLAUDIA ARELLANO BELLOC LIMÓN	SUPER BANNER	1000 x 100 PÍXELES
www.telefonojojo.mx	CAMACHO, UREÑA Y ASOCIADOS S.A. DE C.V.	BANNER	300 X 250 PÍXELES
www.mexicoinforma.mx	EDICIONES KUKULCANCUN, S.A. DE C.V.	BANNER	300 X 300 PÍXELES

COMPLEMENTARIOS

Como una estrategia de reforzamiento adicional, se consideró la difusión de la Campaña en medios complementarios como el sistema de transporte público metro, el cual se ubica en las principales ciudades del país: Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara. Asimismo, se ha considerado la publicidad en Terminales de Autobuses de la Ciudad de México, Pantallas en Metrobus de Ciudad de México, Estado de México y Puebla, publicidad impresa en recibos de gas, entre otros medios, los cuales se listan a continuación:

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN	FORMATO	No. DE ESPACIOS
METRO CD. DE MÉX., GUADALAJARA Y MONTERREY	ISA CORPORATIVO, S.A. DE C.V. (METRO)	METRO CIUDAD DE MÉXICO		
		L1	DOVELA SENCILLA	140
		L2	DOVELA SENCILLA	175



	L3	DOVELA SENCILLA	156
	L9	DOVELA SENCILLA	75
	L7	DOVELA SENCILLA	54
METRO MONTERREY			
	L1	DOVELA SENCILLA	96
METRO GUADALAJARA			
	L2	DOVELA SENCILLA	32
TOTAL			728

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	PLAZA	# DE CARTELES
GRUPO IMU	COMERCIALIZADORA IMU, S.A. DE C.V.	CDMX	80
		EDO MEX - AM	80
		GUADALAJARA	80
		ZAPOPAN	54
		CULIACAN	56
		MAZATLAN	56
		PUERTO VALLARTA	56
		OAXACA	56
		ACAPULCO	56
		BOCA DEL RIO	56
		TIJUANA	56
		MERIDA	56
		PACHUCA	58
TOTAL			800

	RAZÓN SOCIAL	PLAZA	# DE SPOTS
TELEURBAN	AP&H COMMUNICATION GROUP, S.A. DE C.V.	CIUDAD DE MÉXICO	152,460
		ESTADO DE MÉXICO	134,673
		PUEBLA	68,607
			355,740
		CIUDAD DE MÉXICO	300
			107
TOTAL			407



MEDIO	RAZÓN SOCIAL	LÍNEA DE AUTOBÚSES	COBERTURA	CANTIDAD DE AUTOBÚSES	CANTIDAD DE SPOTS
PANTALLAS EN AUTOBUSES FORÁNEOS	TRANS-COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	ÓMNIBUS DE MÉXICO	AGUASCALIENTES, CHIHUAHUA, COLIMA, DURANGO, GUANAJUATO, GUERRERO, HIDALGO, JALISCO, ESTADO DE MEXICO, MICHOACAN, NAYARIT, NUEVO LEON, COAHUILA, QUERETARO, SAN LUIS POTOSI, SONORA, TAMAULIPAS, VERACRUZ, ZACATECAS, CIUDAD DE MEXICO	800	45,984
		AUTOBÚSES DE BAJA CALIFORNIA	BAJA CALIFORNIA, SONORA	80	5,850
		AUTOBÚSES DEL NORESTE	CHIHUAHUA, NUEVO LEON, SAN LUIS POTOSI, TAMAULIPAS	150	7,860
		AUTROTRANSPORTES FLECHA ROJA	HIDALGO, ESTADO DE MEXICO, QUERETARO, SAN LUIS POTOSI	400	29,968
		AUTOBÚSES MÉXICO-TOLUCA-ZINCANTEPEC	ESTADO DE MEXICO, CIUDAD DE MEXICO	140	5,490
		ÓMNIBUS DE TEQUILA	JALISCO, NAYARIT	60	4,260
		AUTRANSPORTES ORO GRAN TURISMO	GUERRERO, MORELOS, OAXACA, PUEBLA, TLAXCALA	60	3,810
		ÓMNIBUS DE LA COMARCA	CHIHUAHUA, DURANGO, COAHUILA, ZACATECAS	50	1,140
		AUTOTRANSPORTES TUFESA	BAJA CALIFORNIA, NAYARIT, SINALOA, SONORA	160	8,880
		AUTOBÚSES EXPRESO AZUL	CHIAPAS	60	5,130
		TRANSPORTES COSTEÑOS	GUERRERO, MICHOACAN, OAXACA, CIUDAD DE MEXICO	69	1,183
		SERVICIOS COORDINADOS	AGUASCALIENTES, GUANAJUATO, JALISCO, MICHOACAN, CIUDAD DE MEXICO	376	34,517
				2,405	154,072

9



MEDIO	RAZÓN SOCIAL	COBERTURA	MUNICIPIO	CANTIDAD
PANTALLAS Y PUENTES PEATONALES CMI	CONGLOMERADO DE MEDIOS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.	AGUASCALIENTES, NUEVO LEÓN, TLALNEPANTLA, JALISCO Y MORELOS	AGUASCALIENTES	3
			APODACA	1
				1
			MONTERREY	2
			SANTA CATARINA	1
			SAN NICOLÁS	1
			SAN PEDRO GARZA	1
			COACALCO	1
			TLALNEPANTLA	2
				1
		ZAPOPAN	1	
		MORELOS	1	
		CIUDAD DE MÉXICO, AGUASCALIENTES, PUEBLA Y VERACRUZ	DEL VALLE	1
			INSURGENTES MIXCOAC	1
			ROMA NORTE	1
			VERACRUZ	3
			BOCA DEL RÍO	2
			PUEBLA	5
AGUASCALIENTES	3			
GUADALAJARA	GUADALAJARA	2		
				34

MEDIO	EMPRESA	PLAZA	CANTIDAD DE SPOTS
ISA TV	ISA TV, S.A. DE C.V.	CIUDAD DE MÉXICO	249
			261
			93
			90
			693

MEDIO	EMPRESA	PLAZA	LÍNEA DE METUBÚS	ESPACIOS 8M2	ESPACIOS 4M2	ESPACIOS 2M2
MUPIS EN METROBUS	5M2 ANDENES S.A.P.I. DE C.V.	CIUDAD DE MÉXICO	L-1	5	3	2
			L-2	0	6	5
			L-2	0	0	1
			L-3	6	3	0
			L-4	2	3	0
			L-5	3	1	7
				16	16	15

MEDIO	EMPRESA	FORMATO	SERVICIO	PANTALLAS
FIRMESA	FUNCIONAMIENTO ÍNTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS, S.A. DE C.V.	SPOTS DE 30"	A NIVEL NACIONAL	TRANSMISIÓN DE SPOTS EN LAS AEROLÍNEAS DE INTERJET Y VOLARIS
		SPOTS DE 30"		TRANSMISIÓN DE SPOTS DE 30" EN TERMINALES DE AUTOBUSES
		SPOTS DE 30"	AGUASCALIENTES, CIUDAD DE MÉXICO, CHIHUAHUA, COAHUILA COLIMA, DURANGO, EDO DE MEX., GUANAJUATO, GUERRERO, HIDALGO, JALISCO, MICHOACÁN, MORELOS, NAYARIT, NUEVO LAREDO, QUERÉTARO, S.L.P. TAMAULIPAS, VERACRUZ	149
		SPOTS DE 30"	CIUDAD DE MÉXICO	1

MEDIO	EMPRESA	PLAZA	IMPRESIONES
RECIBOS DE GAS	PLATAFORMAS Y SERVICIOS NETWORKS. S.A. DE C.V.	CIUDAD DE MÉXICO, MONTERREY, NUEVO LAREDO, BAJÍO SUR Y BAJÍO NORTE	1,000,000

MEDIO	EMPRESA	FORMATO	COBERTURA	CANTIDAD DE CINEMINUTOS
CINEMEX	RACK STAR, S.A. DE C.V.	CINEMINUTO	A NIVEL NACIONAL	102,760

Los medios de comunicación antes descritos fueron seleccionados a fin de cumplir con el objetivo de llegar al mayor número de personas que se encuentran como el público meta del Instituto FONACOT para que conozcan los beneficios del crédito en efectivo.

La proyección de la campaña se plantea que sea en toda la República Mexicana, dirigida específicamente a personas de Nivel Socioeconómico C+, C, y E con un empleo formal, que son el mercado objetivo del Crédito FONACOT.

IV.- PLAZO Y CONDICIONES DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El plazo de la prestación de los servicios a contratar para la campaña "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES" tendrán una vigencia del 14 de agosto al 15 de septiembre de 2017 para Medios Electrónicos (Radio y Televisión), Medios Impresos (Diarios Provincia, Ciudad de México y Revistas), Medios Digitales (internet), Medios Complementarios y Cineminuto.

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

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

Por lo que las empresas que presten los servicios Electrónicos, Impresos, Digitales y Complementarios, para la difusión de la campaña **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES"**, 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 órdenes.

Los entregables (testigos) requeridos por cada medio se describen a continuación:

- ✓ **MEDIOS ELECTRÓNICOS (RADIO Y TELEVISIÓN).** Para demostrar el cumplimiento fiel y exacto de los servicios conforme a la orden de trabajo, el prestador del servicio deberá entregar de forma aleatoria un reporte de la transmisión de los spots junto con (2) dos CD's, en donde se incluya al menos un 10% (diez por ciento) para el caso de Radio, un 50% (cincuenta por ciento) para el caso de Televisión abierta y un 30% para Televisión de paga, dichas cantidades serán del total de los spots transmitidos con una parte de los programas contratados y el anuncio.

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

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

- ✓ **MEDIOS IMPRESOS (DIARIOS EDITADOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO, PROVINCIA Y REVISTAS).** Para demostrar el cumplimiento de las órdenes de inserción, el prestador del servicio deberá entregar como testigos 3 (tres) publicaciones impresas en originales.
- ✓ **MEDIOS DIGITALES, INTERNET** Al término de la prestación del servicio que indique la orden de exhibición, entregará un reporte del número de impresiones realizadas y los clics que se dirigieron a la URL del Instituto FONACOT. En el reporte se deberá poner un ejemplo que muestre la creatividad utilizada con el objetivo de demostrar que la exhibición de la publicidad se realizó en tiempo y forma. Asimismo se deberá entregar como testigos de la exhibición 2 (dos) ejemplares en originales y 2 (dos) CD's de todos los días de exhibición que se hayan contratado de cada una de las empresas contratadas. Para los demás portales se tendrá que realizar una impresión de pantalla por cada día de publicación del banner en su página de internet.
- ✓ **MEDIOS COMPLEMENTARIOS,** las condiciones de entrega serán de conformidad a las órdenes de trabajo, anexando los diseños emitidos por la Dirección de Comunicación Social. Asimismo, para demostrar el cumplimiento de las órdenes de trabajo deberá entregar 1 (un) testigo fotográfico y 2 (dos) CD's, ambos deben contener el 20% del total de las imágenes que demuestren la difusión de la campaña durante la vigencia del servicio a fin de comprobar que se realizó en tiempo y forma.
- ✓ Para el caso de Cineminuto, el prestador del servicio deberá entregar de forma aleatoria un reporte de la transmisión de los spots junto con 2 (dos) CD's, en donde se incluya al menos un 5% (cinco por ciento) del total de los spots transmitidos con una parte de los programas contratados y el anuncio.

NOTA: Los horarios y programas de cineminuto están sujetos a cambios sin previo aviso. Cabe destacar que en estos medios la programación tiene constantes cambios, sin embargo los spots se contratan en el horario establecido conforme al público objetivo del Instituto.

Cabe señalar que las órdenes de servicio, trabajo, trasmisión, inserción y de exhibición, serán entregadas el día de la notificación de adjudicación a cada prestador del servicio junto con el arte, a fin de dar inicio a la difusión de la campaña.

V.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para efectos de la identificación de los medios de comunicación a considerar en la prestación de los servicios requeridos para la Campaña Publicitaria denominada **“BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES”**, se consideraron los resultados de estudios realizados para la evaluación de Campañas del Instituto FONACOT anteriores y de acuerdo a los criterios tomados respecto a los hábitos de exposición y consumo de medios de usuarios y no usuarios del crédito FONACOT y a fin de valorar la efectividad de éstos, destacando los que fueron más eficientes, con el objetivo de conocer reacciones y actitudes específicas hacia los mensajes, así como el grado de recordación, comprensión, claridad y entendimiento de los mensajes transmitidos, se tiene lo siguiente:

- ✓ FONACOT confirma su arraigo y preferencia por los usuarios de la misma institución y ratifican su preferencia hacia la utilización de los créditos de forma recurrente.
- ✓ Se identificó que la publicidad en radio es de las principales al contar con mayor impacto y recordación.
- ✓ En cuanto a medios impresos se tiene un excelente nivel de aceptación y para la publicidad audiovisual se presenta con buena aceptación.

Por lo anterior, se han recabado algunas de las ventajas que presentan los medios de comunicación considerados para la transmisión y difusión de mensajes publicitarios de la Campaña **“BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES”**:

VENTAJAS DE LAS DIFUSIÓN Y TRANSMISIÓN DE MENSAJES EN ESTOS MEDIOS:	
RADIODIFUSORAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. La radio y sus mensajes se mueven con su audiencia. Pueden ser escuchados en cualquier lugar donde se encuentre el radioescucha. 2. El mensaje puede transmitirse con la frecuencia que se seleccione. 3. La compra de tiempo en radio es menos costosa que en televisión y su penetración es mayor.
DIARIOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los periódicos diarios alcanzan una audiencia diversa y amplia. 2. Los consumidores buscan los anuncios en los periódicos; así pues, son más receptivos a los mensajes publicados en ese medio. 3. El espacio es ilimitado en los periódicos. Pueden ser largos mensajes, o sólo unas cortas líneas. 4. La prensa ha logrado avanzar en cuanto a sus capacidades tecnológicas para poder ofrecer una reproducción de fotos y colores de mejor calidad, esto hace captar mejor el mensaje. 5. Los lectores se involucran activamente en la lectura del periódico.
REVISTAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las revistas se imprimen en papel de buena calidad lo que permite una excelente calidad en colores y reproducción de fotos, lo que hace captar mejor la publicidad. 2. La selección de una audiencia específica es mucho más fácil. Es decir, se tiene la opción de elegir la publicación más conveniente de acuerdo al público objetivo al que se quiera llegar. 3. Por su diseño y formato, las revistas son más flexibles, los anuncios pueden contener muchos colores o muestras. 4. Las revistas tienen mayor permanencia. Las personas las guardan para leerlos con detenimiento.

INTERNET	<ol style="list-style-type: none">1. Costo eficiente, son independientes del tamaño de la audiencia o sea, el costo será el mismo no importa cuántas personas visiten su página.2. Los banners pueden dirigirse a las audiencias específicas al colocar sus cintillos en Páginas de temas relacionados.3. Los mensajes pueden actualizarse fácil y rápido.4. Los anuncios en el Internet pueden ser interactivos. Se puede solicitar una respuesta inmediata del lector, se puede comprar o contestar preguntas instantáneamente.5. Los anunciantes en el Internet pueden alcanzar una audiencia global.
TRANSPORTES	<ol style="list-style-type: none">1. El tiempo de exposición se amplía debido a que la publicidad se encuentra en los andenes.2. El número de veces en que las personas están expuestas al mensaje dependerá de si usa ese transporte rutinariamente.3. El mensaje puede tener un efecto inmediato puesto que probablemente la persona que lo utiliza reciba la comunicación en el transcurso del viaje.4. Pueden ser dirigidos a un estilo de vida específico. Todo dependerá de los vecindarios por los que pase la ruta de transportación.
PUBLICIDAD EXTERIOR (AUTOBUSES)	<ol style="list-style-type: none">1. Los anuncios gigantescos y coloridos atraen la atención. Al utilizar este medio, el mensaje debe ser corto y directo.2. El elemento publicitario se ubica a nivel de calle, facilitando el alcance visual del consumidor.3. La presencia de la publicidad en cada punto de venta, permite un mayor tiempo de exposición (entre 7 y 10 minutos) promedio, conforme a estudios de mercado.
TELEVISORAS	<ol style="list-style-type: none">1. La TV ofrece alternativas visuales de sonido, movimiento, color y efectos especiales. Es un medio con gran impacto visual.2. Los televidentes no tienen que estar involucrados en el proceso para recibir el mensaje.3. La TV puede realzar el mensaje, se considera la gran liga de publicidad.4. Los anuncios pueden apelar a las emociones y empatía de los televidentes.5. La publicidad en TV puede ser muy efectiva en ayudar a crear una imagen para el Instituto.

A través de los medios de comunicación señalados, se busca llegar al público meta del Instituto FONACOT con información clara y oportuna que informe a los trabajadores y centros de trabajo (afiliados y no afiliados) las bondades del crédito FONACOT por medio de los servicios que ofrece; Crédito en efectivo y Tarjeta FONACOT. Asimismo, destacando que el Instituto FONACOT promueve el ahorro en pro del bienestar social y de las familias de los trabajadores del país y en esta temporada de Vacaciones y Regreso a Clases se busca apoyarlos a través del crédito FONACOT para la adquisición de bienes y servicios.

Con esto, se pretende coadyuvar en el logro de los objetivos y metas planteadas por el Instituto FONACOT en la colocación de créditos buscando siempre salvaguardar el patrimonio e intereses de los trabajadores.

En términos de lo establecido por los Artículos 2, fracción X, 26, párrafo sexto de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; así como 28 y 29 de su Reglamento, se procedió a realizar la investigación de mercado de acuerdo a los criterios que definen el mercado potencial del Instituto FONACOT los cuales son: edad, sexo y NSE con énfasis en medios locales que permitan impactar a una mayor cantidad de personas de nuestro público objetivo, con el propósito de verificar la existencia del servicio en la cantidad, calidad y oportunidad requeridas, y su proveeduría a nivel nacional con posibilidad de cumplir con las necesidades de contratación y así obtener los precios prevalecientes al momento de llevar a cabo la contratación.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

Televisión

Transmisión de Spots de Televisión de 30 segundos cada uno en diversos horarios durante el periodo del 14 de agosto al 15 de septiembre 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
GRUPO TELEVISA, S.A.B./ SKY	\$ 1,500,000.00
ESTUDIOS AZTECA, S.A. DE C.V./ TV AZTECA	\$ 1,500,000.00
PROVEEDORA DE SERVICIOS DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V. /PSTV	\$ 799,974.71
OPERADORA MEXICANA DE TELEVISIÓN, S.A. DE C.V. / ADN 40	\$ 800,000.00
AGENCIA DIGITAL S.A. DE C.V. / MILENIO TV	\$ 300,000.00
TOTAL	\$ 4,899,974.71

Radio

Transmisión de Spots de Radio de 30 segundos cada uno en diversos horarios durante el periodo del 14 de agosto al 15 de septiembre 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V.	\$ 3,000,000.00
GRUPO RADIO CENTRO, S.A.B. DE C.V./ GRC	\$ 1,000,000.00
NRM COMUNICACIONES, S.A. DE C.V. / NÉCLEO RADIO MIL	\$ 2,800,000.00
RADIORAMA, S.A. DE C.V.	\$ 1,000,000.00
IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V. / IMAGEN	\$ 3,000,000.00
STEREOREY MÉXICO, S.A.	\$ 800,000.00
FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS S.A. DE C.V.	\$ 2,000,000.00
PROMOSAT DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	\$ 1,000,000.00
SOCIEDAD MEXICANA DE RADIO, S.A. DE C.V./ SOMER	\$ 1,000,000.00
RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A. DE C.V./ RASA	\$ 1,000,000.00
RADIO CADENA NACIONAL, S.A. DE C.V.	\$ 800,000.00
GRUPO RADIODIFUSORAS CAPITAL, S.A. DE C.V./ RADIO CAPITAL	\$ 2,000,000.00
RJF PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. / TROPICAL CALIENTE	\$ 1,200,000.00
TOTAL	\$ 20,600,000.00

MEDIOS IMPRESOS

Diarios Provincia

Publicidad impresa en Diarios de provincia del 14 de agosto al 15 de septiembre de 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
MEDIOS MASIVOS MEXICANOS, S.A. DE C.V.	\$ 4,000,000.00
TOTAL	\$ 4,000,000.00

Diarios Ciudad de México

Publicidad impresa en Diarios de la Ciudad de México del 14 de agosto al 15 de septiembre 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL, S.A. DE C.V.	\$ 600,000.00
ARTES GRÁFICAS EN PERIÓDICO, S.A. DE C.V./ EL GRÁFICO	\$ 600,000.00
PERIODICO EXCELSIOR, S.A. DE C.V./ EXCELSIOR	\$ 600,000.00
EL FINANCIERO MARKETING, S.A. DE C.V. / EL FINANCIERO	\$ 600,000.00
EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S.A. DE C.V./ EL ECONOMISTA	\$ 600,000.00
DEMOS, DESARROLLO DE MEDIOS, S.A. DE C.V. / LA JORNADA	\$ 600,000.00
L.R.H.G. INFORMATIVO, S.A. DE C.V./ LA RAZÓN	\$ 600,000.00
LA CRÓNICA DIARIA, S.A. DE C.V./ LA CRÓNICA	\$ 600,000.00
MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V./ MILENIO DIARIO	\$ 500,000.00
CEMGISA, S.A. DE C.V./ IMPACTO	\$ 600,000.00
INFORMACION INTEGRAL 24/7 S.A.P.I DE C.V. / 24 HORAS	\$ 500,000.00
EDITORIA LA PRENSA S.A. DE C.V./ LA PRENSA	\$ 150,000.00
TOTAL	\$ 6,550,000.00

Revistas

Publicidad impresa en Revistas del 14 de agosto al 15 de septiembre 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
NOTMUSA, S.A. DE C.V./ TV NOTAS	\$ 400,000.00
EDITORIAL TELEvisa, S.A. DE C.V. /TV Y NOVELAS	\$ 400,000.00
EDITORIAL LIBERTAD Y EXPRESIÓN, S.A. DE C.V./ CONTRALÍNEA	\$ 80,000.00
V&L GLOBAL SERVICES CONSULTING & ADVISORS BUSINESS, S.C./ FORTUNA	\$ 80,000.00
TOTAL	\$ 960,000.00

MEDIOS DIGITALES

Publicidad en medios digitales del 14 de agosto al 15 de septiembre de 2017.

RAZÓN SOCIAL	MONTO (No Incluye IVA)
EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL, S.A. DE C.V.	\$ 387,931.03
CONGLOMERADO DE MEDIOS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.	\$ 146,551.73
PERIODICO DIGITAL SENDERO, S.A. DE C.V.	\$ 284,482.76
ESTUDIOS AZTECA, S.A. DE C.V.	\$ 258,620.69
AGAVIS DIGITAL, S.C.	\$ 344,827.59
AGAVIS DIGITAL, S.C.	\$ 86,206.90
COMUNICACIÓN EXTENSA, S.C.	\$ 129,310.34
LUGAR COMÚN, S.A. DE C.V.	\$ 51,724.13
COMUNÍCALO, S.A DE C.V.	\$ 172,413.80
PROABRI, S.A. DE C.V.	\$ 258,620.69

ESTRICTAMENTE DIGITAL, S.C.	\$ 60,344.83
PREMIUM DIGITAL GROUP, S.A.P.I. DE C.V.	\$ 517,241.00
LUCILA ORTIZ CALDERON	\$ 43,103.45
PUBLICACIONES METROPOLITANAS, S.A. DE C.V.	\$ 86,206.89
CIUDAD CHILANGO S.A. DE C.V.	\$ 86,206.90
EDITORIAL ANIMAL, S. DE R.L. DE C.V.	\$ 43,103.45
MARCO ANTONIO MARES GARCÍA	\$ 43,103.45
M&A COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	\$ 30,172.41
MAURICIO FLORES ARELLANO	\$ 30,172.41
PRH COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	\$ 30,171.95
LAMAR COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	\$ 30,172.41
CLAUDIA ARELLANO BELLOC LIMÓN	\$ 30,172.41
CAMACHO, UREÑA Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V.	\$ 30,172.41
EDICIONES KUKULCANCUN, S.A. DE C.V.	\$ 30,172.42
TOTAL	\$ 3,211,206.05

MEDIOS COMPLEMENTARIOS

Publicidad en Medios complementarios del 14 de agosto al 15 de septiembre 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
ISA CORPORATIVO, S.A. DE C.V./ METRO	\$ 500,000.00
COMERCIALIZADORA IMU, S.A. DE C.V.	\$ 3,498,150.00
AP&H COMMUNICATION GROUP, S.A. DE C.V./TELEURBAN	\$ 6,999,999.63
TRANS-COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	\$ 1,999,916.73
CONGLOMERADO DE MEDIOS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.	\$ 1,500,000.00
ISA TV, S.A. DE C.V. / PANTALLAS EN METRO	\$ 499,999.34
5M2 ANDENES S.A.P.I. DE C.V.	\$ 1,200,000.00
FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS, S.A. DE C.V.	\$ 2,000,000.00
PLATAFORMAS Y SERVICIOS NETWORKS, S.A. DE C.V. / (Publicidad en recibos de Gas).	\$ 800,000.00
TOTAL	\$ 18,998,065.70

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
RACK STAR, S.A. DE C.V./ CINEMEX	\$ 18,886,394.52
TOTAL	\$ 18,886,394.52

CUADRO RESUMEN DE MONTOS POR TIPO DE MEDIO:

MEDIO DE COMUNICACIÓN	MONTO (No Incluye IVA)
TELEVISIÓN	\$ 4,899,974.71
RADIO	\$ 20,600,000.00
DIARIOS PROVINCIA	\$ 4,000,000.00
DIARIOS CIUDAD DE MÉXICO	\$ 6,550,000.00
REVISTAS	\$ 960,000.00
MEDIOS DIGITALES	\$ 3,211,206.05
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	\$ 18,998,065.70
CINEMINUTO	\$ 18,886,394.52
TOTAL	\$ 78,105,640.98

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

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

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 la requerida por el Instituto FONACOT para la Campaña Publicitaria Denominada **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES"** y contar con costos como referencia para la contratación que nos ocupa.

De los resultados obtenidos se encontraron contrataciones de Medios Electrónicos, Medios Digitales, Medios Impresos y Medios Complementarios, sin embargo los costos que se indican en las contrataciones 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.

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

VI.- PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN PROPUESTO

Fundamentación:

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

Motivación:

La difusión de la campaña publicitaria "**BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES**", tiene el objetivo de dar a conocer los beneficios específicos del Crédito FONACOT, haciendo énfasis en el crédito FONACOT para la compra de bienes y servicios en el periodo de vacaciones y regreso a clases, pretendiendo apoyar a los trabajadores del país en el ahorro y bienestar de sus familias.

Asimismo, a través de la difusión de la campaña se busca mantener y reafirmar al Instituto FONACOT como la mejor opción para los trabajadores formales en la obtención de créditos que les permitan mejorar la calidad de vida de sus familias y fomentar el ahorro y protección a su patrimonio.

La ejecución de la campaña publicitaria "**BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES**", de acuerdo al Programa Anual de Publicidad y Promoción para el ejercicio fiscal 2017 del Instituto FONACOT, está dirigida a hombres y mujeres en edades de 19 a 24, 25 a 34, 35 a 44 y 45 a 60 años, en poblaciones urbanas y rurales (semiurbanas) y en un nivel socioeconómico C+, C y E.

Tomando en consideración este público objetivo, así como estudios de evaluación realizados a campañas pasadas, la *Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT* analizó y consideró los medios masivos de comunicación a utilizar para la difusión de mensajes de la campaña "**BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES**". Asimismo, para la selección de los medios de comunicación se atendieron las sugerencias emitidas por la Dirección General de Normatividad de Comunicación (DGNC), de la Subsecretaría de Normatividad de Medios, toda vez que conforme a lo señalado en el ACUERDO por el que se establecen los *Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2017*, en su Artículo 23 señala lo siguiente:

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

Los medios de comunicación propuestos por la DGNC, así como los identificados y seleccionados en la Investigación de Mercado realizada por la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT, contemplan medios que ofrecen costos convenientes por sus servicios, presentan bonificaciones, descuentos y precios preferenciales para el Instituto, lo cual se puede identificar en las cotizaciones que integran la Investigación de Mercado.

A través de la contratación de los medios de comunicación indicados en esta Justificación se estará haciendo uso de los recursos de manera eficiente, eficaz y apegándose al criterio de economía. También se tendrá la certeza de estar contratando medios de comunicación que cuentan con la experiencia necesaria, la capacidad técnica y económica para llevar a cabo la difusión de la Campaña Publicitaria Denominada: "**BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES**", ya que son medios que han

prestado servicios a diversas dependencias del Gobierno Federal y por lo tanto garantizan la prestación de los servicios en las mejores condiciones para el estado.

De no contratarse los medios a través del procedimiento de excepción a la Licitación Pública para ser a través de Adjudicación Directa, se pudiera generar que no se cumplan los objetivos del Instituto y que el ejercicio del gasto autorizado no cumpla el objeto de la campaña, no se logre el impacto proyectado y por ende no se coadyuve al cumplimiento de la meta institucional tanto de proyección como de captación.

Esta situación, imposibilitaría al Instituto FONACOT para dar a conocer de una forma directa a los trabajadores formales, el derecho que tienen de acceder a un crédito del Instituto, así como los beneficios del mismo, lo que afectaría negativamente el crecimiento esperado para el Instituto en el presente ejercicio fiscal.

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

Aunado a lo anterior, se reitera que los medios de comunicación propuestos reúnen los requisitos necesarios para la difusión de la campaña requeridas y se apegan a la forma de pago y condiciones propuestas.

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

También es importante destacar que algunas de los prestadores de servicio que se propone contratar, cuentan con concesiones para la difusión de publicidad, promoción y propaganda en algunos medios como lo son el sistema de transporte colectivo metro en las ciudades de México, Guadalajara, Monterrey y MetroBus, que de igual forma son medios estratégicos para la difusión de la campaña, toda vez que la gran afluencia de personas que a diario viajan en este transporte hace que la cobertura y difusión de la Campaña **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES"** impacte en un mayor volumen del público objetivo del Instituto.

Por lo antes expuesto, se concluye que las condiciones para llevar a cabo una Licitación Pública no son favorables ya que se abriría la posibilidad del ingreso de empresas con poca cobertura o enfocadas a segmentos de la población diferentes al público objetivo, y no se logre la meta de captación y colocación de créditos programada para el presente ejercicio fiscal.

En cuanto a los medios concesionados son la única opción disponible, por lo que en su conjunto, existen circunstancias que puedan provocar pérdidas o costos adicionales importantes, cuantificados y justificados que no permiten realizar una Licitación Pública.

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

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

El costo de los servicios a contratar con los diferentes medios para la difusión de la campaña de publicidad del Instituto denominada **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES"**, asciende a la cantidad de \$ **78,105,640.98 (Setenta y Ocho Millones Ciento Cinco Mil Seiscientos Cuarenta Pesos 98/100 M.N.)** más el Impuesto al Valor Agregado.

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

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

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

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

VIII.- EMPRESAS QUE SE PRETENDEN CONTRATAR:

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

TELEVISIÓN			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
GRUPO TELEvisa, S.A.B./ SKY	GTE901219GK3	AV. VASCO DE QUIROGA #2000 COL. SANTA FE, DEL. ÁLVARO OBREGÓN CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 01210	JORJE AGUSTIN LUTTEROTH ECHEGOYEN Y JOSE ANTONIO LARA DEL OLMO
ESTUDIOS AZTECA, S.A. DE C.V./ TV AZTECA	EAZ0311047B6	CALZADA DE TLALPAN No. 2818, COL. SAN PABLO TEPETLAPA DEL. COYOACÁN CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 04840	JOSÉ GUADALUPE BOTELLO MEZA
PROVEEDORA DE SERVICIOS DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V.	PST940628JNA	CALZADA DEL HUESO N. 10, COL. SANTA ÚRSULA COAPA CIUDAD DE MÉXICO CP 04850	LIC. JUAN CARLOS HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ
OPERADORA MEXICANA DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V. / PROYECTO 40	OMT9306023A6	PERIFÉRICO SUR 4121 COL. FUENTES DEL PEDREGAL DELEGACIÓN TLALPAN CP 14140	RAFAEL RODRIGUEZ SÁNCHEZ
AGENCIA DIGITAL S.A. DE C.V. / MILENIO TV	ADIO809035M0	AYUNTAMIENTO 125, COL. CENTRO CIUDAD DE MÉXICO C.P. 06040	PEDRO CÉSAR GONZALEZ LEAL

Handwritten mark



RADIO			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V.	GRA9406213L3	PRIVADA DE HORACIO No 10, 5to. PISO, COL. CHAPULTEPEC MORALES, DELEG. MIGUEL HIDALGO, C.P.11570, CIUDAD DE MÉXICO.	C.P. IGNACIO GALLARDO ISLAS
GRUPO RADIO CENTRO, S.A.B. DE C.V.	GRC920714CG2	AV. CONSTITUYENTES # 1154, COL. LOMAS ALTAS, DEL. MIGUEL HIDALGO, C.P.11950 CIUDAD DE MÉXICO.	C.P. ARTURO YAÑEZ FLORES
NRM COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	PRA821220592	PROLONGACIÓN PASEO DE LA REFORMA No. 115 INT. 401 B, COL. PASEO DE LAS LOMAS C.P. 01330, CIUDAD DE MÉXICO.	LIC. EMILIO RAÚL SANDOVAL NAVARRETE
RADIORAMA, S.A. DE C.V.	RAD701209N34	REFORMA LOMAS # 2620, 2DO. PISO, COL. LOMAS ALTAS, DEL. MIGUEL HIDALGO, CP. 11950, CIUDAD DE MÉXICO	LIC. EMILIO RAÚL SANDOVAL NAVARRETE
IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V.	IRC151203F8A	AV. UNIVERSIDAD 2014, COL COPILCO UNIVERSIDAD, DEL. COYOACÁN, CDMX. C.P. 04360	CPF. SERGIO SUILO OROZCO
STEREOREY MÉXICO, S.A.	SME741219F83	MARIANO ESCOBEDO # 532, FRACC. ANZURES, DELEG. MIGUEL HIDALGO, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 11590	JUAN CARLOS CORTÉS ROSAS
FUNCIONAMIENTO INTEGRADO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS S.A. DE C.V.	FIR7207197X7	AV. EJÉRCITO NACIONAL # 552, COL. POLANCO REFORMA, DEL. MIGUEL HIDALGO, C.P. 11550, CDMX	LUIS IGNACIO FLORES SANTIBAÑEZ
PROMOSAT DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	PME921215PW3	AV. MARIANO OTERO # 3405, DESP. 214, FRACC. VERDE VALLE, CP. 44550, GUADALAJARA, JAL.	RICARDO HUMBERTO MOJICA CARRILLO
SOCIEDAD MEXICANA DE RADIO, S.A. DE C.V.	SMR850920UR7	PROLONGACIÓN PASEO DE LA REFORMA # 1015, INT. 1902 Y 1903, COL SANTA FE CUAJIMALPA DE MORELOS, C.P. 05348	HUMBERTO HUESCA BUSTAMANTE
RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A. DE C.V.	RAS560314PK7	DURANGO # 341, PISO 1, COL. ROMA, DEL. CUAUHTÉMOC, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 06700	DR. EDUARDO LUIS LARIS RODRÍGUEZ
RADIO CADENA NACIONAL, S.A. DE C.V.	RCN510216QJ5	LAGO VICTORIA # 78, COL. GRANADA, DELEG. MIGUEL HIDALGO, C.P. 11520	LIC. SERGIO FAJARDO ORTÍZ
GRUPO RADIODIFUSORAS CAPITAL, S.A. DE C.V.	GRC981221UE8	MONTES URALES # 425, PISO 1, COL. LOMAS DE CHAPULTEPEC, I SECCIÓN, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11000, CIUDAD DE MÉXICO	RAÚL JESÚS ANAYA MANZANERO
RJF PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	RPU130624425	AV. SAN MARTIN TEXMELUCAN No.57, COL. LA PAZ, PUEBLA PUE. C.P. 72160	JOSÉ RAFAEL CAÑEDO CARRIÓN

DIARIOS PROVINCIA			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
MEDIOS MASIVOS MEXICANOS, S.A. DE C.V.	MMM920105QU1	LUZ SAVIÑÓN 13 – 602 COL. DEL VALLE C.P. 03100 DEL. BENITO JUÁREZ, CIUDAD DE MÉXICO.	RENATO INIESTA LACALLE



DIARIOS CIUDAD DE MÉXICO			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL, S.A. DE C.V	UPN830920KC4	BUCARELI 8 COL. CENTRO DEL. CUAUHTÉMOC. C.P.06040	ILDEFONSO FERNÁNDEZ GUEVARA
ARTES GRÁFICAS EN PERIÓDICO, S.A. DE C.V.	AGP0401224R5	BUCARELI 8 COL. CENTRO DEL. CUAUHTÉMOC. C.P.06040	ILDEFONSO FERNÁNDEZ GUEVARA
PERIODICO EXCELSIOR, S.A. DE C.V.	PEX051012GW2	AV. UNIVERSIDAD 2014, COL. COPILCO UNIVERSIDAD, C.P. 04360, CIUDAD DE MÉXICO	CPF. SERGIO SUILO OROZCO
EL FINANCIERO MARKETING, S.A. DE C.V.	FMA120905UA6	GUILLERMO GONZALEZ CAMARENA 600 P.B. SANTA FE, DELEG. ALVARO OBREGÓN, C.P. 01210	GABRIELA MONTAÑO ZUÑIGA
EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S.A. DE C.V.	EGE101130F25	CALLE BALDERAS 44-118, COL. CENTRO, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 06060, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC.	C.P. ANTONIO LÓPEZ MORANTE
DEMOS, DESARROLLO DE MEDIOS, S.A. DE C.V.	DDM840626PM2	AV. CUAUHTÉMOC # 1236, COL. SANTA CRUZ ATOYAC, C.P. 03300, DELE. BENITO JUÁREZ, CIUDAD DE MÉXICO.	LIC. ELIZABETH CRISTINA SANTELIZ DOMÍNGUEZ
L.R.H.G. INFORMATIVO, S.A. DE C.V.	LIN090430G35	CALLE HIDALGO 1150 NORTE REYNOSA CENTRO, REYNOSA TAMAULIPAS C.P. 88500.	GUILLERMO MARTÍNEZ DÍAZ
LA CRÓNICA DIARIA, S.A. DE C.V.	CDI070111F89	AV. AZCAPOTZALCO LA VILLA # 160 COL. SAN MARCOS, C.P. 02020 DELEG. AZCAPOTZALCO CIUDAD DE MEXICO.	JORGE CERÓN MEDINA
MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V.	MDI991214A74	MORELOS 16, COL. CENTRO, CIUDAD DE MEXICO, C.P. 06040	C.P. JAVIER CHAPA CANTÚ
CEMGISA, S.A. DE C.V.	CEM1512014M6	AV. CEYLÁN NO. 517. COL. INDUSTRIAL VALLEJO, DEL. AZCAPOTZALCO. C.P.02300	FERNANDO ARENAS CASTELA
INFORMACION INTEGRAL 24/7, S.A.P.I DE C.V	IIN1110125F3	EJERCITO NACIONAL 216, PISO 13, COL. ANZURES, DELEG. MIGUEL HIDALGO, C.P. 11590, CIUDAD DE MÉXICO	YOLANDA RAMÍREZ ORTÍZ
EDITORIA LA PRENSA, S.A. DE C.V.	EPR930506DT1	BASILIO VADILLO NO.40, COL. TABACALERA, DELG. CUAUHTEMOC, C.P.06030, CIUDAD DE MEXICO	LIC. JESUS SANCHEZ Y VILLAREAL

REVISTAS			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
NOTMUSA, S.A. DE C.V.	NOT011226T29	BOULEVARD PERIFÉRICO SUR 4293 PISO 5, COL. JARDINES EN LA MONTAÑA , DELEGACIÓN TLALPAN, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 14210	JESÚS LÓPEZ VILLAGÓMEZ ANTONIO SEGURA ORTEGA
EDITORIAL TELEvisa, S.A. DE C.V.	ETE950324R23	AV. VASCO DE QUIROGA 2000 EDIFICIO E COL. SANTA FE CP. 01210, DELEG. ÁLVARO OBREGÓN, CIUDAD DE MEXICO.	OZIEL FONTECHA FLORES Y JULIO BARBA HURTADO
EDITORIAL LIBERTAD Y EXPRESIÓN, S.A. DE C.V.	ELE120330S52	ALDAMA 74, INTERIOR 8, COL. DEL CARMEN, DELEGACIÓN COYOACÁN, CP 04100, CIUDAD DE MÉXICO	C.P. ROCÍO TRINIDAD GARCÍA BADILLO



MARCO ANTONIO MARES GARCÍA			MARCO ANTONIO MARES GARCÍA
M&A COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	MCO130731LC1	SAN FRANCISCO FIGURACO NO. 48, COYOACÁN. CP 04000, CIUDAD DE MÉXICO.	RÓGELIO FRANCISCO VARELA DOMÍNGUEZ
MAURICIO FLORES ARELLANO			MAURICIO FLORES ARELLANO
PRH COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	PCO1312051N2	SOR JUANA INES DE LA CRUZ 204 COL. METROPOLITANA SEGUNDA SECCIÓN, C.P. 57740, NEZAHUALCOYOTL, ESTADO DE MÉXICO	ROSA DEL CARMEN LÓPEZ CORREA
LAMAR COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	LCO10073049A	1ª CERRADA DE MELCHOR OCAMPO 23, COL. ROMERO DE TERREROS, DEL COYOACÁN, CP. 04310, CIUDAD DE MÉXICO	SOFÍA EUGENIA MARTÍNEZ CORVERA
CLAUDIA ARELLANO BELLOC LIMÓN			CLAUDIA ARELLANO BELLOC LIMÓN
CAMACHO, UREÑA Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V.	CUA110214944	MARIANO OTERO #5733-8B COL. PASEOS DEL SOL PRIMERA SECCIÓN C.P. 45079 ZAPOPAN JALISCO	IRMA MARTINEZ CUEVAS
EDICIONES KUKULCANCUN, S.A. DE C.V.	EKU0705026V9	INSURGENTES CENTRO 132, DESPACHO 406. EDIFICIO MALLORCA, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC. COLONIA TABACALERA, C.P. 06030. CIUDAD DE MÉXICO.	ANTONI CHÁVEZ SÁNCHEZ

MEDIOS COMPLEMENTARIOS			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
ISA CORPORATIVO, S.A. DE C.V.	ICO960722VD7	CULTURAS PREHISPÁNICAS, No. 172, COL GRANJAS SAN ANTONIO, C.P. 09070, CIUDAD DE MÉXICO.	ING. RAÚL CAMOU RODRÍGUEZ
COMERCIALIZADORA IMU, S.A. DE C.V. (GRUPO IMU)	CIM060124GG7	BLVD. MANUEL ÁVILA CAMACHO # 32, OF. 401, TORRE ESMERALDA 3, COL. LOMAS DE CHAPULTEPEC, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11000, CDMX	FILIBERTO MARTÍN TRINIDAD VIAMONTES
AP&H COMMUNICATION GROUP, S.A. DE C.V.	ACG090929BM2	BOSQUE DE CIRUELOS # 168, PISO 3, COL. BOSQUES DE LAS LOMAS, C.P. 11700, CIUDAD DE MÉXICO.	JUAN CARLOS ASTURIANO ZUÑIGA Y PEDRO ASTURIANO ZUÑIGA
TRANS-COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	TRA1201314F1	CALZADA VALLEJO # 705, COL. NUEVA VALLEJO, DELEGACIÓN GUSTAVO A. MADERO, C.P. 07750, CIUDAD DE MÉXICO	LIC. JORGE LUIS GALINA VERAZA
CONGLOMERADO DE MEDIOS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.	CMI151023DM2	LAGO ZÜRICH # 245, COL. AMPLIACIÓN GRANADA, DELEG. MIGUEL HIDALGO, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 11529	DANIEL ALEJANDRO TAPIA MEJÍA
ISA TV, S.A. DE C.V.	ITC170112TC6	JUVENTINO ROSAS # 70-402, COL. GUADALUPE IN, DELEGACIÓN ÁLVARO OBREGÓN, C.P. 01020, CIUDAD DE MÉXICO	ING. HUGO CÉSAR CAMOU CAMPOY
5M2 ANDENES S.A.P.I. DE C.V.	MAN0710026M3	AV. INSURGENTES SUR # 303, INT. 301, COL. HIPÓDROMO, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC, C.P. 06100, CDMX	JOSÉ MANUEL FARAH CHAJÍN RAFAEL ZALDIVAR RAMOS
FUNCIONAMIENTO INTEGRAL DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS S.A. DE C.V.	FIR7207197X7	EJERCITO NACIONAL #552 COL. REFORMA POLANCO C.P. 11550 CIUDAD DE MÉXICO	LUIS IGNACIO FLORES SANTIBAÑEZ

PLATAFORMAS Y SERVICIOS NETWORKS, S.A. DE C.V.	PSN140808523	AV. HACIENDA DE VALPARAISO #133, COL. HACIENDA DE ECHEGARAY, NAUCALPAN DE JUÁREZ, C.P. 53300, EDOMEX.	JESÚS HUMBERTO CARBONEY CORTES
--	--------------	---	--------------------------------

EMPRESA	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
RACK STAR, S.A. DE C.V.	RST050531L66	CALLE JULIO VERNE NO. EXTERIOR 56 NO. INTERIOR PISO 6 COL. POLANCO CHAPULTEPEC, DEL MIGUEL HIDALGO, CIUDAD DE MÉXICO C.P. 11560.	JOSÉ FERNANDO FLORES ARIAS

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

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

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

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

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

EFICIENCIA

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

EFICACIA

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

ECONOMÍA

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

HONRADEZ

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

TRANSPARENCIA

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

IMPARCIALIDAD

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

X.- RECURSOS PRESUPUESTALES

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

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

XI.- VIGENCIA DEL SERVICIO

El plazo de la prestación de los servicios a contratar para la campaña "**BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES**" tendrán una vigencia del 14 de agosto al 15 de septiembre de 2017 para Medios Electrónicos (Radio y Televisión), Medios Impresos (Diarios Provincia, Ciudad de México y Revistas), Medios Digitales (internet), Medios Complementarios y Cineminuto.

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

PROPUESTA

Con fundamento en lo dispuesto por los Artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 22 fracción II, 25, 26, fracción III, 40 y 41 fracción III, de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; 71 de su Reglamento; se somete a la aprobación de este H. Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios, la Adjudicación Directa como caso de excepción a la Licitación Pública, para la contratación del "**BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN VACACIONES Y REGRESO A CLASES**", la cual se llevará a cabo del 14 de agosto al 15 de septiembre de 2017 para Medios Electrónicos (Radio y Televisión), Medios Impresos (Diarios Provincia, Ciudad de México y Revistas), Medios Digitales (internet), Medios Complementarios y Cineminuto. El monto total de la campaña es por \$ 78,105,640.98 (Setenta y Ocho Millones Ciento Cinco Mil Seiscientos Cuarenta Pesos 98/100 M.N.) más el Impuesto al Valor Agregado, conforme al esquema de pago expuesto en la presente justificación.

ATENTAMENTE



DANTE OMAR PINAL IBARRA
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Ciudad de México a 9 de Agosto de 2017.