

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 BUEN FIN".

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 BUEN FIN".**

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.

Asimismo, en el periodo de agosto-septiembre del presente, se dio difusión a la *Campaña Vacaciones y Regreso a Clases*, promoviendo el acceso a créditos a los trabajadores formales del país en apoyo a su economía para la compra de bienes y servicios de la temporada señalada.

De manera simulatenea también de llevó a cabo la Campaña publicitaria denominada "**5to. INFORME DE GOBIERNO**", **VERSIÓN: INFORME NACIONAL 2, INFORME NACIONAL 4, INFORME NACIONAL 5, INFORME NACIONAL 6, INFORME NACIONAL 8, EN COEMISIÓN CON IMPI, PGR, S.R.E., CONADE y SEDENA, cuya vigencia fue del 25 de agosto al 6 de septiembre 2017, el cual** tuvo como tema específico: *Rendición de Cuentas* relativas a acciones y logros generados en el periodo gubernamental 2016-2017. Asimismo, mostrar al Instituto FONACOT como la mejor institución financiera del Estado que otorga a los trabajadores formales créditos con los mayores beneficios y las mejores tasas de interés en el mercado, todo ello bajo criterios que favorezcan el desarrollo social y las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias.



En 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 Campaña **PUBLICITARIA DENOMINADA: "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN BUEN FIN"** para 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. Asimismo, se está promoviendo el crédito FONACOT como apoyo para los trabajadores en la compra de bienes y servicios en la temporada de BUEN FIN 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 BUEN FIN"**.

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 aprovechando el BUEN FIN.

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 (Radio), Medios Impresos (Diarios editados en la Ciudad de México, Diarios editados en los Estados y Revistas), Medios Digitales (internet) y Medios Complementarios. 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 incentivando 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 en el BUEN FIN.

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 BUEN FIN”**, 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 (Radio), Medios Impresos (Diarios editados en la Ciudad de México, Diarios editados en los Estados y Revistas), Medios Digitales y Medios Complementarios.

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	✓ RADIO
IMPRESOS	✓ DIARIOS EDITADOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO
	✓ DIARIOS EDITADOS EN PROVINCIA
	✓ REVISTAS
DIGITALES	✓ INTERNET
COMPLEMENTARIOS	✓ PUBLICIDAD EN PANTALLAS DE INTERJET Y VOLARIS
	✓ METROBÚS (PANTALLAS, MUPIS)
	✓ PUBLICIDAD EN PANTALLAS DE AUTOBUSES FORÁNEOS
	✓ PUBLICIDAD EN VALLAS DE FÚTBOL
	✓ INSERCIONES EN RECIBOS DE GAS NATURAL



MEDIOS ELECTRÓNICOS

Para el caso de los medios electrónicos (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:

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	FORMATO	ESTACIÓN	NO. DE SPOTS
RADIO FÓRMULA	GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	ATANDO CABOS CON DENISE MEARKER	17
			JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA	16
			CARLOS LORET	17
			PAOLA ROJAS EN FÓRMULA	16
			ATANDO CABOS CON DENISE MEARKER	1
				67
RADIO CENTRO	GRUPO RADIO CENTRO S.A.B. DE C.V.	SPOT 30"	LA Z Prog. Gral.	56
			JOYA Prog. Gral.	55
			JOYA Prog. Gral.	1
			UNIVERSAL Prog. Gral.	55
			RED FM SERGIO SARMIENTO	9
				176
NRM	NRM COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	Stereo Cien 100.1 FM	6
			Stereo Cien 100.1 FM	6
			Stereo Cien 100.1 FM	6
			Stereo Cien 100.1 FM	24
			Oye 89.7 FM	12
			Beat 100.9 FM	12
			Mil 1000 AM	51
			Sabrosita 590 AM	50
			Bandolera 1410 AM	50
			Super Stereo 100.5 FM	360
			Sabrosita 590 AM	1
				578
RADIORAMA	RADIORAMA, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	Romantica 1380	81
			@ 1590	91
			La Bestia Grupera	85
			Super 89.9	81
			Radio Enciso	50
			Uniradio 1470	50
			Exa FM	81
			La Banda de la 105.1 FM	50
			@ FM	91
			Ke Buena	85



	Exa FM	50
	Radio Mexicana	91
	La Tricolor	50
	Estero Mexicana	91
	Los 40	81
	Extasis Digital	91
	La Bestia Gruperá	81
	Ultra 102.9	50
	Maxima	81
	@ FM	93
	Neurotik	50
	Ultra 101.3	50
	Top 91.5 FM	50
	La Poderosa	91
	La Mas Picuda	91
	@ FM	81
	Fusion	50
	Estereo Huatulco	50
	CIUDAD W 1170	50
	La Mexicana	91
	Los 40	81
	91 Dat Tu FM	50
	QFM	50
	Factor 96.1	50
	Los 40	81
	Pop 94.1 FM	50
	Fiesta Mexicana	91
	Romantica 1240 AM	94
	La Bestia Gruperá	86
	@ FM 99.1	91
	Exa FM	50
	Radio Mexicana	50
	Los 40	81
	Ke Buena	81
	La Huasteca	91
	Radio Huamantla	50
	Radio Kañon	50
	Los 40	85
	La Mas Buena	50
	La Romantica	50
	One 94.9	81
	Imagen Radio	50
	Super Stereo	50
	La Reverenda de Oriente	50
	La Mejor	50
	One 94.9	1
		3,802



GRUPO IMAGEN	IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	IMAGEN INFORMATIVA CON PASCAL BELTRÁN DEL RÍO	9
			QUÉ TAL FERNANDA CON FERNANDA FAMILIAR	10
			QUÉ TAL FERNANDA CON FERNANDA FAMILIAR	1
				20
MVS	STEREOREY MÉXICO, S.A.	SPOT 30"	NOTICIERO LUIS CARDENAS LOCAL	35
			NOTICIERO EZRA SHABOT	44
			A TODO TERRENO CON PAMELA CERDEIRA	44
			AUTOS Y MAS	44
			CHARROS VS GANGSTERS	44
			EXA	109
			EXA	1
			EXA	101
			LA MEJOR	91
			EXA	88
LA MEJOR	88			
				689
FIRMESA	FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS S.A. DE C.V.	SPOT 30"	SUPREMA	300
			EXTREMO	265
			HITS FM	220
			LA CALIENTE	220
			RADIO MADERA	219
			ANTENA 102.5	221
			F.L. RADIO DE CONTENIDO	220
			LA VOZ DEL BALSAS	271
			LA MEJOR	273
			RADIO IMPACTO	268
KE BUENA	21			
				2,498
SOMER	SOCIEDAD MEXICANA DE RADIO, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	THE MIGHTY	112
			LA KALIENTE 102.9	112
			RADIO CHAPULTEPEC	112
			EXA FM	112
			STEREO JOYA	112
			EXA	112
			EXA	112
			LA KE BUENA	139
			LA BUENA ONDA	112
			FORMULA MELODICA	112
			BEAT FM 90.1	112
			CONTACTO 11,90	112



			EXA	112
			LA MEJOR FM	112
			ULTRA	112
			POP FM	112
			EXA FM	112
			LA COMADRE	116
			LA COMADRE	1
			SO GOOD	116
			DIGITAL 106.5	112
				2,276
CADENA RASA	RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	CANDELA FM	139
			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
			CANDELA FM	138
			LOS 40 PRINCIPALES	138
			CANDELA FM	139
CANDELA FM	139			
				1,938
RADIO CAPITAL	GRUPO RADIODIFUSORAS CAPITAL, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	RADIO CAPITAL	42
			RADIO CAPITAL	35
			RADIO CAPITAL	35
			RADIO CAPITAL	35
			CAPITAL MÁXIMA	34
			CAPITAL MÁXIMA	35
			CAPITAL MÁXIMA	35
			CAPITAL MÁXIMA	35
			CAPITAL MÁXIMA	35
			CAPITAL FM	35
			CAPITAL FM	35
			CAPITAL FM	35
			CAPITAL FM	35
			CAPITAL FM	35
				35

Handwritten signature

			CAPITAL MÁXIMA	35
				35
			CAPITAL FM	35
				34
			CAPITAL FM	34
				35
			CAPITAL FM	35
				35
			CAPITAL FM	1
				914
LA TROPICAL CALIENTE	RIF PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	LA TROPICAL CALIENTE	600
			LA TROPICAL CALIENTE	1900
				2,500
RCN	RADIO CADENA NACIONAL, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	STEREO TIEMPO	220
			RADIO SAN MIGUEL	226
			LA MAS BONITA	240
			LA GRANDE DE IGUALA	240
			JAZZ RADIO	220
			RADIO TROPICAL	220
			LA GRANDE DE RIO GRANDE	220
			LA GRANDE DE RIO GRANDE	1
				1,587
CORPORACIÓN BAJÍO COMUNICACIONES	PUBLICIDAD EN MEDIOS DEL BAJÍO, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	EL Y ELLA 103.7 FM	1500
			RADIO LOBO	1500
			RADIO LOBO	1499
			RADIO LOBO	1
			RADAR	1430
				5,930

CONCESIONES DE RADIODIFUSIÓN DE USO SOCIAL COMUNITARIO E INDÍGENA

En apego al Oficio No. SNM/043/2017 emitido por la Subsecretaría de Normatividad de Medios, en el cual hace mención del Comunicado de Prensa No. 57/2017 del Instituto Federal de Telecomunicaciones, de fecha 7 de junio del año en curso, a través del cual se determinó, por primera vez, asignar presupuesto publicitario a 15 concesiones para uso social, comunitario e indígena que cumplen con los requisitos establecidos al efecto y de conformidad con lo dispuesto por el artículo 89, fracción VII de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR), la Dirección de Comunicación Social del Instituto FONACOT requiere llevar a cabo la inclusión de los medios radiofónicos para la difusión de la campaña publicitaria **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN BUEN FIN"**. (Se adjunta copia de los oficios antes señalados para referencia)



En la siguiente lista se encuentran las concesiones de radiodifusión de uso social comunitario e indígena:

AMARC	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MÉXICO, A.C.	SPOT 30"	RADIO CALENDAS, LA VOZ DEL VALLE, A.C.	124
			COMUNICADORES FILO DE TIERRA COLORADA, A.C.	124
			COMUNIDAD DE SANTA MARÍA TLAHUITOLTEPEC, MIXE, OAXACA, (KUKOJ, A.C.)	124
			COMUNIDAD MAZATECA EN MAZATLÁN VILLA DE FLORES, TEOTILÁN DE FLORES MAGÓN, OAXACA, (MIE NILLU MAZATECO, A.C.)	124
			ECOS DE MANANTLÁN, A.C.	124
			LA VOLADORA COMUNICACIÓN, A.C.	124
			RADIO ARO, A.C.	124
			UANDARHI, A.C.	124
			RADIO CULTURA DE TEPALTEPEC, A.C.	124
			TEPONAZTLÉ, CULTURA Y COMUNICACIÓN, A.C.	124
				1,240
AVERCOP	ASOCIACION VERACRUZANA DE COMUNICADORES POPULARES A.C.	SPOT 30"	AVERCOP	124
				124
RADIO TIERRA Y LIBERTAD	POR LA IGUALDAD SOCIAL, A. C.	SPOT 30"	RADIO TIERRA Y LIBERTAD	124
				124
ZAACHILA RADIO	COMERCIALIZADORA DE SERVICIOS PUBLICITARIOS Y MULTIMEDIOS MAYANN S.A. DE C.V.	SPOT 30"	ZAACHILA RADIO	124
				124

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 BUEN FIN"**.

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 INSERCIONES
		MEDIDA MECANICA EN CMS.			
		BASE	X	ALTURA	
LE GRITAMO LA VERDAD A AGUAS	AGUASCALIENTES	16.5	X	14	3
HIDROCALIDO LA VERDAD POR DELANTE	AGUASCALIENTES	17.5	X	20.3	3
LA CRONICA DIARIO INDEPENDIENTE DE BAJA CALIFORNIA	MEXICALI	12.57	X	14.02	3
FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	TIJUANA	12.57	X	14.02	3
FRONTERA ENSENADA	ENSENADA	12.57	X	14.02	2
TRIBUNA DE LOS CABOS	SAN JOSE DE LOS CABOS	14.7	X	17	3
DIARIO INDEPENDIENTE TRIBUNA	CAMPECHE	13.8	X	26.2	3
CRÓNICA DE CAMPECHE	CAMPECHE	13.75	X	27	2
EL ORBE	TAPACHULA	12.8	X	16	3
EL DIARIO EXPRESION DE CHIAPAS	TUXTLA GUTIERREZ	9.8	X	16.2	3
EL DIARIO DE CHIHUAHUA	CHIHUAHUA	13.1	X	27	3
EL PESO DE CHIHUAHUA	CHIHUAHUA	12.7	X	15	2
DIARIO DE JUÁREZ	CIUDAD JUÁREZ	13.1	X	25.5	3
EL GUARDIAN	SALTILLO	13.9	X	26	2
INFORMACIÓN CON VALOR VANGUARDIA	SALTILLO	13.9	X	26	2
DIARIO DE COLIMA	COLIMA	13.3	X	26	3
VICTORIA DE DURANGO	DURANGO	14.7	X	26	3
LA NETA	DURANGO	12.75	X	14.24	2
AL DÍA	LEÓN	15.66	X	13.88	3
A.M. LAS NOTICIAS COMO SON	LEÓN	14.6	X	25.89	3
NOVEDADES DE ACAPULCO	ACAPULCO	13.3	X	27	3
CRITERIO LA VERDAD IMPRESA	PACHUCA	14.8	X	17.5	3
PERIODICO RUTA	TULANCINGO	12.5	X	17	2
TRIBUNA DE LA BAHÍA	PTO. VALLARTA	15.13	X	16.29	3
EL DIARIO GRANDE DE MICHOACÁN PROVINCIA	MORELIA	12.8	X	27	3



TESTIGO DIARIO DE LOS SUCESOS URBANOS	MORELIA	15	X	16.5	2
LA VOZ DE MICHOACAN	MORELIA	15.4	X	15	3
DIARIO DE MORELOS , AL SERVICIO DE LA COMUNIDAD	CUERNAVACA	14.2	X	27	3
MATUTINO GRAFICO	TEPIC	12.8	X	15	2
MERIDIANO DE NAYARIT	TEPIC	14.5	X	26	2
EL PORVENIR	MONTERREY	14.52	X	26.5	2
EL IMPARCIAL, EL MEJOR DIARIO DE OAXACA	OAXACA	14.4	X	27	3
EL IMPARCIAL DEL ISTMO	SALINA CRUZ	13	X	17	3
EL POPULAR	PUEBLA	14.6	X	25	3
EL MUNDO DE TEHUACAN	TEHUACÁN	13.6	X	26	2
NOTICIAS LA VERDAD CADA MAÑANA	QUERETARO	15	X	27	3
NOVEDADES DE QUINTANA ROO	CANCÚN	14.5	X	26	3
NOVEDADES DE CHETUMAL	CHETUMAL	14.5	X	26	3
PULSO DIARIO DE SAN LUIS POTOSÍ	SAN LUIS POTOSI	14.5	X	27	3
EL DEBATE DE CULIACÁN	CULIACAN	12.8	X	13.5	3
LA SIRENA CULIACÁN	CULIACAN	12.8	X	13.6	2
CULIACÁN LA I NOTICIAS PARA MÍ	CULIACAN	12.8	X	13.6	2
EL DEBATE DE GUAMUCHIL	GUAMUCHIL	12.8	X	13.5	3
LA SIRENA DE GUAMÚCHIL	GUAMUCHIL	12.8	X	13.6	2
GUAMUCHIL LA I NOTICIAS PARA MÍ	GUAMUCHIL	12.8	X	13.6	2
EL DEBATE DE GUASAVE	GUASAVE	12.8	X	13.5	2
LA SIRENA GUASAVE	GUASAVE	12.8	X	13.6	2
GUASAVE LA I NOTICIAS PARA MÍ	GUASAVE	12.8	X	13.6	2
EL DEBATE DE LOS MOCHIS	LOS MOCHIS	12.8	X	13.5	3
LA SIRENA LOS MOCHIS	LOS MOCHIS	12.8	X	13.6	2
LOS MOCHIS LA I NOTICIAS PARA MÍ	LOS MOCHIS	12.8	X	13.6	2
EL DEBATE DE MAZATLÁN	MAZATLAN	12.8	X	13.5	3
LA SIRENA MAZATLÁN	MAZATLAN	12.8	X	13.6	2
MAZATLÁN LA I NOTICIAS PARA MÍ	MAZATLAN	12.8	X	13.6	2
TRIBUNA DEL YAQUI	CIUDAD OBREGON SON.	13.1	X	26.5	3
EL IMPARCIAL DIARIO INDEPENDIENTE DE SONORA	HERMOSILLO	12.8	X	24.5	3
HERMOSILLO LA I NOTICIAS PARA MÍ	HERMOSILLO	12.75	X	12	3
NUEVO DÍA EL PERIÓDICO DE NOGALES	NOGALES	13.3	X	26	3
NOTICIAS DIARIO BINACIONAL SIN FRONTERAS	SAN LUIS RIO COLORADO	14	X	16.5	2
EL SOL DEL SURESTE	VILLAHERMOSA	13	X	19	2
PRESENTE DIARIO DEL SURESTE	VILLAHERMOSA	13	X	19	3
EXPRESO DE CIUDAD MANTE	CIUDAD MANTE	13	X	15	2
EL MERCURIO DE TAMAULIPAS	CIUDAD VICTORIA	13.79	X	26	2

Q

EL BRAVO	MATAMOROS	14.3	X	25.8	2
EL MAÑANA DE NUEVO LAREDO	NUEVO LAREDO	13.1	X	27	3
LA TARDE, EN NUEVO LAREDO, TAMP	NUEVO LAREDO	13.1	X	27	2
HORA CERO	REYNOSA	12.7	X	15.2	2
EL MAÑANA GRAN DIARIO REGIONAL INDEPENDIENTE	REYNOSA	10.69	X	24.84	3
LA TARDE DE REYNOSA	REYNOSA	13.5	X	15.5	2
LA RAZON	TAMPICO	12.4	X	22.8	3
DIARIO DEL ISTMO	COATZACOALCOS	15	X	26	2
ORALE LAS NOTICIAS EN CALIENTE	COATZACOALCOS	15	X	16	2
EL MUNDO DE CORDOBA	CORDOBA	13.6	X	26	2
LA OPINION DE POZA RICA	POZARICA	16	X	26	2
EL DICTAMEN	VERACRUZ	16	X	27	3
EL MUNDO DE ORIZABA	ORIZABA	13.6	X	26	2
DE PESO	MERIDA	13	X	17	2
MILENIO NOVEDADES	MERIDA	15.5	X	16.5	3
TOTAL					197

Diarios Impresos en la Ciudad de México

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	INSERCIÓNES CARACTERÍSTICAS	NÚMERO DE INSERCIÓNES
EL UNIVERSAL	EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL, S.A. DE C.V.	1/4 PLANA A COLOR	15
EL GRÁFICO	ARTES GRÁFICAS EN PERIÓDICO, S.A. DE C.V.	PLANA A COLOR	13
EXCELSIOR	PERIODICO EXCELSIOR, S.A. DE C.V.	1/4 PLANA A COLOR	22
			1
EL FINANCIERO	EL FINANCIERO MARKETING, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA VERTICAL	6
EL ECONOMISTA	EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA VERTICAL	7
LA JORNADA	DEMOS, DESARROLLO DE MEDIOS, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA COLOR VERTICAL	3
		PLANA COLOR BUEN FIN	1
		PLANA A COLOR ANUARIO	1
LA RAZÓN	L.R.H.G. INFORMATIVO, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA COLOR VERTICAL	8
		ROBAPLANA COLOR VERTICAL BUEN FIN	1
		ROBAPLANA COLOR VERTICAL	1
LA CRÓNICA	LA CRÓNICA DIARIA, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA COLOR VERTICAL	7
MILENIO	MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA VERTICAL	3
			1
IMPACTO DIARIO	CEMGISA, S.A. DE C.V.	PLANA A COLOR	16
24 HORAS	INFORMACION INTEGRAL 24/7, S.A.P.I. DE C.V.	ROBAPLANA VERTICAL	5
		1/4 PLANA A COLOR	1
LA PRENSA	EDITORIA LA PRENSA, S.A. DE C.V.	PLANA COLOR VERTICAL	17

Revistas

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	INSERCIÓNES CARACTERÍSTICAS	MEDIDAS	NÚMERO DE INSERCIÓNES
REVISTA TV NOTAS	NOTMUSA, S.A. DE C.V.	PLANA A COLOR	A CORTE: 21.0 BASE X 27.5 ALTURA CON REBASE: 22.0 BASE X 28.5 ALTURA	1
		MEDIA PLANA A COLOR	A CORTE: 21.0 BASE X 13.7 ALTURA	1
REVISTA TVNOVELAS	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	2
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
LIDERES MEXICANOS	FERRÁEZ COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	DOBLE PLANA	CORTE 40 X 25.5 CM REBASE 41 X 26.5 Y CAJA 17.5 X 23.5	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 BUEN FIN"**.

SITIO WEB	RAZÓN SOCIAL	FORMATO	MEDIDAS
www.eluniversal.com.mx	EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODISTICA 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 300X250 728X90 320X50 PÍXELES
www.sdpnoticias.com	PERIODICO DIGITAL SENDERO, S.A. DE C.V.	BANNER	300X250 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	300 X250, 950X90, 400X400, 600X480 PÍXELES
www.twitter.com/INFONACOT	AGAVIS DIGITAL, S.C.	BANNER Y VIDEO	1200x627 PÍXELES
www.pablohiriart.com	COMUNICACIÓN EXTENSA, S.C.	BANNER	240 X 200 PÍXELES
www.elcristalazo.com	LUGAR COMUN 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.net	LUCILA ORTIZ CALDERON	BANNER	300 X 250 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	728x90PÍXELES 434X60PÍXELES
www.indiccecorporativo.com	M&A COMUNICACIONES S.A. DE C.V.	BANNER	300X250 PÍXELES 300X600 PÍXELES
www.gentedetrasdeldinero.com	MAURICIO FLORES ARELLANO	BANNER TOP	350 X 250 PÍXELES
www.eldebate.com www.diario.mx www.sipse.com www.elimparcial.com www.am.com.mx www.vanguardia.com.mx www.frontera.info www.pulsoslp.com.mx www.elsiglodetorreon.com.mx www.eldiariodechihuahua.com.mx www.elmanana.com.mx www.lacronica.com www.tabascohoy.com www.yucatan.com.mx www.imparcialoaxaca.mx	YARIKTEL S.A. DE C.V.	BANNER LAYER	1000x540 PÍXELES 800x600 PÍXELES
www.paolarojas.com.mx	PRH COMUNICACIÓN S.A. DE C.V.	HOME BANNER	728 X 90 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.lapoliticamedarisa.mx	MARIA YAZMIN ALESSANDRINI MORALES	BANNER	1000X90 PÍXELES
www.telefonorojo.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 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	PLAZA	PARABUSES
GRUPO IMU	COMERCIALIZADORA IMU, S.A. DE C.V.	CDMX	26
		EDO MEX - AM	30
		GUADALAJARA	30
		ZAPOPAN	27
		CULIACAN	27
		MAZATLAN	27
		PUERTO VALLARTA	27
		OAXACA	27
		ACAPULCO	26
		BOCA DEL RIO	26
		TIJUANA	26
		MERIDA	26
		PACHUCA	26
TOTAL			351

	RAZÓN SOCIAL	PLAZA	PANTALLAS EN METROBUSEN METROBUS. # DE SPOTS
SPOTS DE 30" CADA UNO EN PANTALLAS DE TELEURBAN	AP&H COMMUNICATION GROUP, S.A. DE C.V.	CIUDAD DE MÉXICO	105,600
		ESTADO DE MÉXICO	93,280
		PUEBLA	36,960
TOTAL			235,840

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	LÍNEA DE AUTOBÚSES	COBERTURA	CANTIDAD DE AUTOBÚSES	CANTIDAD DE SPOTS
SPOTS DE 30" CADA UNO EN PANTALLAS EN AUTOBUSES FORÁNEOS	TRANS- COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	ÓMNIBUS DE MÉXICO	AGUASCALIENTES, CHIHUAHUA, COAHUILA, COLIMA, DURANGO, GUANAJUATO, GUERRERO, JALISCO, ESTADO DE MEXICO, MICHOCAN, NAYARIT, NUEVO LEON, QUERETARO, SAN LUIS POTOSI, SONORA, TAMAULIPAS, VERACRUZ, ZACATECAS, CIUDAD DE MEXICO	686	39,431



	AUTOBÚSES DE BAJA CALIFORNIA	BAJA CALIFORNIA, SONORA	80	5,850
	AUTOTRANSPORTES FLECHA ROJA	HIDALGO, ESTADO DE MEXICO, QUERETARO, SAN LUIS POTOSI	360	26,971
	AUTOBÚSES MÉXICO-TOLUCA-ZINCANTEPEC	ESTADO DE MEXICO, CIUDAD DE MEXICO	110	4,314
	AUTRANSPORTES ORO GRAN TURISMO	GUERRERO, MORELOS, OAXACA, PUEBLA, TLAXCALA	60	3,810
	SERVICIOS COORDINADOS	AGUASCALIENTES, CIUDAD DE MEXICO, GUANAJUATO, JALISCO Y MICHOACÁN	300	27,540
	TRANSPORTES COSTEÑOS	CIUDAD DE MÉXICO, GUERRERO, OAXACA, MICHOACAN	69	1,183
	AUTOBÚSES EXPRESO AZUL	CHIAPAS	60	5,130
TOTAL			1,725	114,229

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	PARTIDOS		FECHA	TOTAL MINUTOS
		LOCAL	VISITANTE		
VALLAS DE FUTBOL CMI	CONGLOMERADO DE MEDIOS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.	PACHUCA	QUERÉTARO	4-NOV.-2017	4
		CRUZ AZUL	VERACRUZ	18-NOV.-2017	4
		RAYADOS	TIGRES	18-NOV.-2017	4
		LEÓN	CHIVAS	18-NOV.-2017	4
		TOLUCA	TIJUANA	19-NOV.-2017	4
TOTAL					20

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	3	3	4
			L-2	0	6	4
			L-2	0	0	1
			L-3	3	3	0
			L-4	2	3	0
			L-5	3	3	3
TOTAL				11	18	12

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 DE 30" EN PANTALLAS DE AEROLÍNEAS DE INTERJET Y VOLARIS
		SPOTS DE 30"		
		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	TRANSMISIÓN DE SPOTS DE 30" EN TERMINALES DE AUTOBUSES
		SPOTS DE 30"	CIUDAD DE MÉXICO	

MEDIO	EMPRESA	PLAZA	IMPRESIONES
IMPRESIONES EN RECIBOS DE GAS NATURAL	PLATAFORMAS Y SERVICIOS NETWORKS, S.A. DE C.V.	CIUDAD DE MÉXICO	485,312
		MONTERREY	560,597
		NUEVO LAREDO,	33,650
		BAJÍO SUR	87,447
		BAJÍO NORTE	82,994
TOTAL			1,250,000

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 BUEN FIN" tendrán una vigencia del 1 al 20 de noviembre de 2017.

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

"Las erogaciones realizadas en materia de comunicación social, deben acreditarse únicamente con órdenes de transmisión para medios electrónicos, con órdenes de inserción para medios impresos y con órdenes de servicio para medios complementarios. En todos los casos deben especificar la tarifa convenida, concepto, descripción del mensaje, población destinataria, Cobertura, pautas de difusión en medios electrónicos y circulación certificada en medios impresos. En cuanto a la validación de pauta, las Dependencias y Entidades podrán contratar servicios de monitoreo que soporten dicha validación, a fin de certificar y corroborar la difusión realizada por los Medios de Comunicación Masivos;"

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 BUEN FIN”**, 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).** 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) de Radio, 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 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.

Cabe señalar que las órdenes de servicio, trabajo, transmisión, 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 BUEN FIN”**, 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 BUEN FIN”**:

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.



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 BUEN FIN 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

Radio

Transmisión de Spots de Radio de 30 segundos cada uno en diversos horarios durante el periodo del 1 al 20 de noviembre 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V.	\$ 1,250,000.00
GRUPO RADIO CENTRO, S.A.B. DE C.V./ GRC	\$ 1,250,000.00
NRM COMUNICACIONES, S.A. DE C.V. / NÚCLEO RADIO MIL	\$ 1,250,000.00
RADIORAMA, S.A. DE C.V.	\$ 1,250,000.00
IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V. / IMAGEN	\$ 1,250,000.00
STEREOREY MÉXICO, S.A.	\$ 2,250,000.00
FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS S.A. DE C.V.	\$ 1,250,000.00
SOCIEDAD MEXICANA DE RADIO, S.A. DE C.V./ SOMER	\$ 1,250,000.00
RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A. DE C.V./ RASA	\$ 1,000,000.00
RADIO CADENA NACIONAL, S.A. DE C.V.	\$ 1,000,000.00
GRUPO RADIODIFUSORAS CAPITAL, S.A. DE C.V./ RADIO CAPITAL	\$ 1,250,000.00
RJF PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. / TROPICAL CALIENTE	\$ 1,250,000.00
PUBLICIDAD EN MEDIOS DEL BAJÍO, S.A. DE C.V.	\$ 1,000,000.00
TOTAL	\$ 16,500,000.00



CONCESIONES DE RADIODIFUSIÓN DE USO SOCIAL COMUNITARIO E INDÍGENA

A fin de dar cumplimiento a lo señalado en el Oficio No. SNM/043/2017 y en apego al 89, Fracción VII de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, se consultaron los costos en los espacios de radiodifusión a las concesiones citadas en el Comunicado de Prensa No. 57/2017 del Instituto Federal de Telecomunicaciones y la respuesta que se obtuvo lo siguiente:

Transmisión de Spots de Radio de 30 segundos cada uno en diversos horarios durante el periodo del 1 al 20 de noviembre 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MÉXICO, A.C.	\$ 310,000.00
ASOCIACION VERACRUZANA DE COMUNICADORES POPULARES A.C.	\$ 31,000.00
POR LA IGUALDAD SOCIAL, A. C.	\$ 31,000.00
COMERCIALIZADORA DE SERVICIOS PUBLICITARIOS Y MULTIMEDIOS MAYANN S.A. DE C.V.	\$ 31,000.00
TOTAL	\$ 403,000.00

MEDIOS IMPRESOS

Diarios Provincia

Publicidad impresa en Diarios de provincia del 1 al 20 de noviembre de 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
MEDIOS MASIVOS MEXICANOS, S.A. DE C.V.	\$ 2,999,782.52
TOTAL	\$ 2,999,782.52

Diarios Ciudad de México

Publicidad impresa en Diarios de la Ciudad de México del 1 al 20 de noviembre 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL, S.A. DE C.V.	\$ 900,000.00
ARTES GRÁFICAS EN PERIÓDICO, S.A. DE C.V./ EL GRÁFICO	\$ 599,999.92
PERIODICO EXCELSIOR, S.A. DE C.V./ EXCELSIOR	\$ 900,000.00
EL FINANCIERO MARKETING, S.A. DE C.V. / EL FINANCIERO	\$ 600,000.00
EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S.A. DE C.V./ EL ECONOMISTA	\$ 599,999.95
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	\$ 900,000.00
LA CRÓNICA DIARIA, S.A. DE C.V./ LA CRÓNICA	\$ 599,998.00
MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V./ MILENIO DIARIO	\$ 550,000.00
CEMGISA, S.A. DE C.V./ IMPACTO	\$ 900,000.00
INFORMACION INTEGRAL 24/7 S.A.P.I DE C.V. / 24 HORAS	\$ 550,000.00
EDITORIA LA PRENSA S.A. DE C.V./ LA PRENSA	\$ 599,999.87
TOTAL	\$ 8,299,997.74



Revistas

Publicidad impresa en Revistas del 1 al 20 de noviembre 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
NOTMUSA, S.A. DE C.V./ TV NOTAS	\$ 299,999.99
EDITORIAL TELEvisa, S.A. DE C.V. / TV Y NOVELAS	\$ 200,000.00
EDITORIAL LIBERTAD Y EXPRESIÓN, S.A. DE C.V./ CONTRALÍNEA	\$ 100,000.00
V&L GLOBAL SERVICES CONSULTING & ADVISORS BUSINESS, S.C./ FORTUNA	\$ 100,000.00
FERRÁEZ COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V./ LIDERES MEXICANOS	\$ 220,000.00
TOTAL	\$ 919,999.99

MEDIOS DIGITALES

Publicidad en medios digitales del 1 al 20 de noviembre 2017.

RAZÓN SOCIAL	MONTO (No Incluye IVA)
EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL, S.A. DE C.V.	\$ 200,000.00
CONGLOMERADO DE MEDIOS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.	\$ 199,999.95
PERIODICO DIGITAL SENDERO, S.A. DE C.V.	\$ 200,000.00
ESTUDIOS AZTECA, S.A. DE C.V.	\$ 199,999.99
AGAVIS DIGITAL, S.C. / FACEBOOK	\$ 200,000.00
AGAVIS DIGITAL, S.C. / TWITTER	\$ 100,000.00
COMUNICACIÓN EXTENSA, S.C.	\$ 90,000.00
LUGAR COMÚN, S.A. DE C.V.	\$ 100,000.00
COMUNÍCALO, S.A DE C.V.	\$ 50,000.00
PROABRI, S.A. DE C.V.	\$ 70,000.00
ESTRICTAMENTE DIGITAL, S.C.	\$ 100,000.00
PREMIUM DIGITAL GROUP, S.A.P.I. DE C.V.	\$ 150,000.00
LUCILA ORTIZ CALDERON	\$ 50,000.00
EDITORIAL ANIMAL, S. DE R.L. DE C.V.	\$ 80,000.00
MARCO ANTONIO MARES GARCÍA	\$ 50,000.00
M&A COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	\$ 50,000.00
MAURICIO FLORES ARELLANO	\$ 30,172.41
YARIKTEL S.A. DE C.V.	\$ 431,034.45
PRH COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	\$ 30,172.41
LAMAR COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	\$ 30,172.41
CLAUDIA ARELLANO BELLOC LIMÓN	\$ 30,172.41
MARIA YAZMIN ALESSANDRINI MORALES	\$ 30,172.41
CAMACHO, UREÑA Y ASOCIADOS, S.A. DE C.V.	\$ 30,172.41
EDICIONES KUKULCANCUN, S.A. DE C.V.	\$ 30,172.41
TOTAL	\$ 2,532,241.26



MEDIOS COMPLEMENTARIOS

Publicidad en Medios complementarios del 1 al 20 de noviembre 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
COMERCIALIZADORA IMU, S.A. DE C.V.	\$ 1,499,230.00
AP&H COMMUNICATION GROUP, S.A. DE C.V./TELEURBAN	\$ 4,999,966.40
TRANS-COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	\$ 1,499,848.41
CONGLOMERADO DE MEDIOS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.	\$ 1,995,000.00
5M2 ANDENES S.A.P.I. DE C.V.	\$ 1,000,000.00
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).	\$ 1,000,000.00
TOTAL	\$ 13,994,044.81

CUADRO RESUMEN DE MONTOS POR TIPO DE MEDIO:

MEDIO DE COMUNICACIÓN	MONTO (No Incluye IVA)
RADIO	\$ 16,500,000.00
CONCESIONES DE RADIODIFUSIÓN DE USO SOCIAL COMUNITARIO E INDÍGENA	\$ 403,000.00
DIARIOS PROVINCIA	\$ 2,999,782.52
DIARIOS CIUDAD DE MÉXICO	\$ 8,299,997.74
REVISTAS	\$ 919,999.99
MEDIOS DIGITALES	\$ 2,532,241.26
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	\$ 13,994,044.81
TOTAL	\$ 45,649,066.32



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.
- Asimismo, respecto a la consulta de cotizaciones de las concesiones de radios comunitarias, de la lista del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), se contactaron a las 15 radiodifusoras, de las cuales se obtuvo respuesta de 13. La radiodifusora Autogestión Comunicativa, A.C., envió su cotización sin embargo no presentó documentación para efectos de contratación, y la Radiodifusora Comunicación Educativa y Cultural Bats'ilk'op, A.C., no dio respuesta a la solicitud de cotización. (Se adjunta copia de correos como soporte).

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN EN COMPRANET

Como parte de la Investigación de Mercado Realizada, se efectuó una consulta al Sistema de Compras Gubernamentales a través de la Página electrónica de **CompraNet** (www.compranet.gob.mx) a fin de verificar la existencia de contrataciones similares a la requerida por el Instituto FONACOT para la Campaña Publicitaria Denominada **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN BUEN FIN"** 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 BUEN FIN"**, 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 BUEN FIN, procurando 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 BUEN FIN"**, 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 BUEN FIN"**. 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 24 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 BUEN FIN**", 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 metrobús de la Ciudad de México, Estado de México y Puebla, 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 BUEN FIN"** 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 BUEN FIN"**, asciende a la cantidad de **\$ 45,649,066.32 (Cuarenta y Cinco Millones Seiscientos Cuarenta y Nueve Mil Sesenta y Seis Pesos 32/100 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:

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 INTEGRAL 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
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
PUBLICIDAD EN MEDIOS DEL BAJÍO, S.A. DE C.V.	PMB081125TC9	AVE. PROLONGACIÓN TECNOLÓGICO No. 950 B , 6 "C", BARRIO DE SAN PABLO, COL. GIRASOLES , QUERÉTARO, QRO. C.P 56179	C.P. PEDRO ALCALÁ ORTIZ



CONCESIONES DE RADIODIFUSIÓN DE USO SOCIAL COMUNITARIO E INDÍGENA			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MÉXICO, A.C.	RRC070125LI5	VISTA HERMOSA # 89 COL. PORTALES, DEL BENITO JUÁREZ. CDMX C.P. 03300	ROCIO FERNANDEZ ROMAN
ASOCIACION VERACRUZANA DE COMUNICADORES POPULARES A.C.	AVC890606IS8	BERNARDA SOTO MERCADO N.º 2, TEOCELO VER. C.P. 91615	JOSE ELFEGO DE JESUS RIVEROS HERNANDEZ
POR LA IGUALDAD SOCIAL, A. C.	ISO080723R23	CALLE 18 DE FEBRERO NÚMERO 6945, EN LA COLONIA TIERRA Y LIBERTAD, SECTOR NORTE, MUNICIPIO DE MONTERREY, NUEVO LEÓN C. P. 64249	JOSÉ IGNACIO STAINES OROZCO/ IRINA VAZQUEZ
COMERCIALIZADORA DE SERVICIOS	CSP111003QY6	CALLE ALHELÍES NÚMERO 45 D, COLONIA	MARCOS MARTÍNEZ

PUBLICITARIOS Y MULTIMEDIOS MAYANN S.A. DE C.V.		EXMARQUEZADO, OAXACA DE JUÁREZ, OAXACA	HERNÁNDEZ
---	--	--	-----------

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
V&L GLOBAL SERVICES CONSULTING & ADVISORS BUSINESS, S.C.	VGS140401A35	CÓRDOBA 131 INT. 202, COL. ROMA NORTE, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC, CP. 06700, CIUDAD DE MÉXICO	FERNANDO HORACIO LEÓN GONZÁLEZ
FERRÁEZ COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V./ LIDERES MEXICANOS	FCO901130GD6	AVENIDA REVOLUCIÓN 1267, PISO 19 INT.1976 COL. LOS ALPES C.P. 01010 DELEGACIÓN: ÁLVARO OBREGÓN	SUSANA SÁNCHEZ GASCA

MEDIOS DIGITALES			
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
CONGLOMERADO DE MEDIOS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.	CMI151023DM2	LAGO ZURICH # 245, COL. AMPLIACIÓN GRANADA, DELEG. MIGUEL HIDALGO, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 11529	DANIEL ALEJANDRO TAPIA MEJÍA
PERIÓDICO DIGITAL SENDERO, S.A. DE C.V.	PDS080402H29	PLAZA DE LA REPÚBLICA 35 PISO 4 COL. TABACALERA DEL CUAUHTÉMOC CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 06030	RENÉ TRINIDAD GARCÍA ESPAÑA
ESTUDIOS AZTECA, S.A. DE C.V.	EAZ0311047B6	CALZADA DE TLALPAN 2818 COL. SAN PABLO TEPETLAPA DEL. COYOACÁN CIUDAD DE MÉXICO C.P. 04840	JOSÉ GUADALUPE BOTELLO MEZA
AGAVIS DIGITAL, S.C.	ADI1010297ZA	ALICA #18, PISO 1 – 101. COL. MOLINO DEL REY. DEL. MIGUEL HIDALGO CP 11040, CIUDAD DE MÉXICO.	AARÓN FERNÁNDEZ MEDINA
AGAVIS DIGITAL, S.C.	ADI1010297ZA	ALICA #18, PISO 1 – 101. COL. MOLINO DEL REY. DEL. MIGUEL HIDALGO C.P. 11040, CIUDAD DE MÉXICO.	AARÓN FERNÁNDEZ MEDINA
COMUNICACIÓN EXTENSA, S.C.	CEX100319IE7	CALLE. MEXICALI 86, PISO 4, COL. CONDESA, DEL. CUAUHTÉMOC, C.P. 06140	PAUL HIRIART LE BERT
LUGAR COMÚN, S.A. DE C.V.	LCO010323C86	BLVD. A. LÓPEZ MATEOS N° 1940, A 402, COL. TLACOPAC, DEL. ÁLVARO OBREGÓN, C.P. 01049, CIUDAD DE MÉXICO	LIC. RAFAEL MARÍA DE LA CRUZ CARDONA SANDOVAL
COMUNÍCALO, S.A. DE C.V.	COM0002088G1	NIÑOS HÉROES 57, INT. 302, COL. DOCTORES, DEL. CUAUHTÉMOC, CP. 06720, CIUDAD DE MÉXICO	RICARDO ALEMÁN ALEMÁN
PROABRI, S.A. DE C.V.	PRO130131J16	MONTES URALES 770 PISO 1, LOMAS DE CHAPULTEPEC I SECCIÓN, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO C.P. 11000	MANUEL GARZA FERNÁNDEZ



ESTRICTAMENTE DIGITAL, S.C.	EDI090408FC8	RICARDO CASTRO 54-202, GUADALUPE INN, ÁLVARO OBREGÓN, CIUDAD DE MÉXICO 01020	RAYMUNDO RIVA PALACIO NERI
PREMIUM DIGITAL GROUP, S.A.P.I. DE C.V.	PDG14031ES1	PASEO DE LA REFORMA #215, 3ER. PISO, OFICINA 28, COL. LOMAS DE CHAPULTEPEC, 1ERA. SECCIÓN, DEL. MIGUEL HIDALGO, CP. 11000	PABLO AGUSTÍN GAMEZ OCHOA
LUCILA ORTIZ CALDERON	[REDACTED]	[REDACTED]	LUCILA ORTIZ CALDERÓN
EDITORIAL ANIMAL, S. DE R.L. DE C.V.	EAN 100408 JX9	AV. PASEO DE LA REFORMA 404-602, COL. JUÁREZ, CP. 06600, DEL. CUAUHTÉMOC, CIUDAD DE MÉXICO	JULIO DANIEL MORENO CHÁVEZ
MARCO ANTONIO MARES GARCÍA	[REDACTED]	[REDACTED]	MARCO ANTONIO MARES GARCÍA
M&A COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	MCO130731LC1	SAN FRANCISCO FIGURACO NO. 48, COYOACÁN. CP 04000, CIUDAD DE MÉXICO.	ROGELIO FRANCISCO VARELA DOMÍNGUEZ
MAURICIO FLORES ARELLANO	[REDACTED]	[REDACTED]	MAURICIO FLORES ARELLANO
YARIKTEL S.A. DE C.V.	YAR160830JG7	SAN BORJA NÚM.1208 COL. NARVARTE DEL. BENITO JUÁREZ CP. 03020	TALINA BERENICE ROSALES
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	[REDACTED]	[REDACTED]	CLAUDIA ARELLANO BELLOC LIMÓN
MARÍA YAZMIN ALESSANDRINI MORALES	[REDACTED]	[REDACTED]	MARÍA YAZMIN ALESSANDRINI MORALES
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
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

[Vertical text on the right side of the page, likely a signature or stamp area, partially obscured by a blue scribble.]

CONGLOMERADO DE MEDIOS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.	CMI151023DM2	LAGO ZURICH # 245, COL. AMPLIACIÓN GRANADA, DELEG. MIGUEL HIDALGO, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 11529	DANIEL ALEJANDRO TAPIA MEJÍA
SM2 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 INTEGRO 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

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

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

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

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

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

EFICIENCIA

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

EFICACIA.

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

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 8 de septiembre de 2017, el Consejo Directivo del Instituto FONACOT, en su **Décima Novena Sesión Extraordinaria, no presencial**, autorizó la adecuación al presupuesto de la partida **36201 DIFUSIÓN DE MENSAJES COMERCIALES PARA PROMOVER LA VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS**, mediante afectaciones compensadas en el Capítulo de Servicios Generales para ampliar la Campaña de difusión y publicidad por \$ 120,000,000.00 (Ciento Veinte Millones de Pesos 00/100 M.N.), sin incluir IVA.

Asimismo, mediante oficio No. SNM/DGNC/1847/17 emitido por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Subsecretaría de Normatividad de Medios, notifica la autorización en el ámbito de su competencia sobre la adecuación presupuestal en mención. *(Se adjunta documentación soporte)*

Asimismo, mediante oficio No. SGA-308 la Subdirección General de Administración emitió suficiencia presupuestal conforme a la Adecuación antes señalada para la partida 36201 **DIFUSIÓN DE MENSAJES COMERCIALES PARA PROMOVER LA VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS**. *(Se adjunta oficio original)*

CLAVE DE CAMPAÑA

Mediante el oficio No. SNM/DGNC/1954/17 emitido por la Subsecretaría de Normatividad de Medios y la Dirección General de Normatividad de Comunicación, se autorizó al difusión de la campaña **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN BUEN FIN"** con la clave **136/17-2003-SP24-14120**.

XI.- VIGENCIA DEL SERVICIO

El plazo de la prestación de los servicios a contratar para la campaña **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN BUEN FIN"** tendrán una vigencia del 1 al 20 de noviembre 2017.

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

SOLICITUD DE DICTAMINACIÓN

Con fundamento en lo dispuesto por los Artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 22 fracción II, 25, 26, fracción III, 40 y 41 fracción III, de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; 71 de su Reglamento; se somete a la aprobación de este H. Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios, la Adjudicación Directa como caso de excepción a la Licitación Pública, para la contratación del **SERVICIO DE ESPACIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN BUEN FIN"**, la cual se llevará a cabo del **1 al 20 de noviembre de 2017**. El monto total de la campaña es por **\$ 45,649,066.32 (Cuarenta y Cinco Millones Seiscientos Cuarenta y Nueve Mil Sesenta y Seis Pesos 32/100 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 27 de Octubre de 2017.