

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 NAVIDAD".

En cumplimiento a lo dispuesto por los Artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 22 fracción II, 25, 26, fracción III, 40 y 41 fracción III de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; 71 de su Reglamento; la Dirección de Comunicación Institucional solicita al H. Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Instituto FONACOT, dictamine procedente la excepción a la Licitación Pública para llevar a cabo el procedimiento 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 NAVIDAD".**

I.- ANTECEDENTES

En lo que va del 2017 se han realizado cuatro campañas publicitarias que han buscado impulsar y promover 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 llevó a cabo la difusión de la Campaña denominada: "**CRÉDITOS FONACOT, VERSIÓN: CRÉDITOS CON DESCUENTO VÍA NÓMINA**", en la cual se promovió el crédito FONACOT y se impulsó el turismo social a través del uso del crédito FONACOT, dando oportunidad a los trabajadores formales y a sus familias para aprovechar de la mejor manera su crédito.

En el periodo de agosto-septiembre del presente, se dio difusión a la **CAMPAÑA VACACIONES Y REGRESO A CLASES**, promoviendo el acceso a créditos para los trabajadores formales del país en apoyo a su economía y en la compra de bienes y servicios de la temporada.

De manera simultánea también se 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**, la cual tuvo como tema específico *Rendición de Cuentas* relativas a acciones y logros generados en el periodo gubernamental 2016-2017. Asimismo, se mostró 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 favorecen el desarrollo social y las condiciones de vida de los trabajadores y sus familias.

Para el periodo de noviembre se impulsó la Campaña **PUBLICITARIA DENOMINADA: "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN BUEN FIN**, la cual se dio aprovechando la coyuntura que permite la temporada "DEL BUEN FIN", ya que es un periodo en el cual se presentan ofertas en bienes y servicios, siendo la oportunidad para los trabajadores del país adquirirlos en pro de su bienestar y progreso económico de 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 Institucional del Instituto FONACOT está impulsando la Campaña **PUBLICITARIA DENOMINADA: "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD"** 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 para la temporada navideña 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 del Instituto FONACOT.
- ✓ 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 Institucional 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 NAVIDAD"**.

II.- PLANTEAMIENTO

En cumplimiento a las facultades y atribuciones conferidas a la Dirección de Comunicación Institucional 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 la temporada de navidad y fin de año.

Por lo anterior 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 y Televisión), 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 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 la temporada navideña.

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 NAVIDAD”**, 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 y Televisión), Medios Impresos (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	➤ RADIO
	➤ TELEVISIÓN
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 PUENTES PEATONALES, KIOSKOS
	➤ INSERCIONES EN RECIBOS DE GAS NATURAL
	➤ CINEMINUTO

MEDIOS ELECTRÓNICOS

Para el caso de los medios electrónicos (Radio y Televisión), 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.

RAZÓN SOCIAL	FORMATO	CANAL	NUMERO DE SPOTS
GRUPO TELEvisa, S.A.B.	SPOT 30"	TNT, FOX, WARNER, AXN, ESPN, ESPN 2, FOX SPORTS, CNN ESPAÑOL, A&E, STUDIO UNIVERSAL	364
ESTUDIOS AZTECA, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	HECHOS AM, A QUIEN CORRESPONDA (AZTECA 13)	26
AGENCIA DIGITAL, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	MILENIO TV	21

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	26
			JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA	25
			CARLOS LORET	27
			PAOLA ROJAS EN FÓRMULA	28
			ATANDO CABOS CON DENISE MEARKER	1
RADIO CENTRO	GRUPO RADIO CENTRO S.A.B. DE C.V.	SPOT 30"	LA Z Prog. Gral.	71
			JOYA Prog. Gral.	65
			JOYA Prog. Gral.	1
			UNIVERSAL Prog. Gral.	71
			RED FM SERGIO SARMIENTO	9
NRM	NRM COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	Stereo Cien 100.1 FM	7
			Stereo Cien 100.1 FM	7
			Stereo Cien 100.1 FM	4
			Stereo Cien 100.1 FM	26
			Oye 89.7 FM	24
			Beat 100.9 FM	24
			Mil 1000 AM	60



RADIORAMA	RADIORAMA, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	Sabrosita 590 AM	59
			Bandolera 1410 AM	59
			Super Stereo 100.5 FM	360
			Sabrosita 590 AM	1
			Romántica 1380	76
			Éxtasis Digital	85
			Radio BI	63
			La Bestia Grupera	76
			La Bestia Grupera	76
			Bestia Grupera	76
			Exa	76
			@ FM	85
			La Poderosa	84
			Extasis Digital	76
			La Poderosa	85
			Estereo Fiesta	76
			Love FM	76
			La Poderosa	85
			La Poderosa	63
			Fiesta Mexicana	85
			Súper 107.1	76
			La Bestia Grupera	76
			Amor 95.7	76
			Ultra 102.9	63
			Éxtasis Digital 105.9	85
			La Tapatia	85
			Neurotik	76
			Radio Ranchito	63
			Buenisima	76
			La Mas Picuda	85
Stereo Vida	85			
Estereo Huatulco	63			
La Poderosa	76			
Ultra 92.5	63			
La Poderosa	76			
La Z 97.1	85			
Top Music	63			
QFM	63			

Handwritten signature



			Factor 96.1	63
			Romántica	85
			Romance	76
			la Invasora	64
			La Invasora	64
			Los 40	77
			@ FM 99.1	86
			Radio Futurama	64
			Mega 105.9	86
			Stereo Vida	86
			Exitos	64
			La Poderosa	77
			40 Principales	77
			Nova 92.1	64
			Radio Cañon	64
			Ke Buena-Acayucan	64
			One FM	64
			La Pícosa	64
			@ FM 94.7	86
			La Poderosa	77
			La Reverenda	64
			La Reverente de Oriente	64
			Stereo Zer	64
			La Poderosa	1
GRUPO IMAGEN	IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	Primera Emisión (Pascal Beltrán)	4
			Que Tal Fernanda	4
			Bien y Saludable con Ethel Soriano	5
			Segunda Emisión (Francisco Zea)	4
			Bien y Saludable con Ethel Soriano	1
MVS	STEREOREY MÉXICO, S.A.	SPOT 30"	NOTICIAS MVS	30
			NOTICIAS MVS	21
			NOTICIAS MVS	21
			NOTICIAS MVS	30
			NOTICIAS MVS	30
			EXA	30
			EXA	1
EXA	35			

Handwritten signature



FIRMESA	FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	LA MEJOR	30
			EXA	28
			LA MEJOR	31
			SUPREMA	279
			EXTREMO	279
			HITS FM	248
			LA CALIENTE	279
			RADIO MADERA	248
			ANTENA 102.5	279
			RADIO CONTENIDO DE	248
			LA VOZ DEL BALSAS	248
			LA MEJOR	248
			RADIO IMPACTO	279
			KE BUENA	279
CADENA RASA	RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	CANDELA FM	147
			CANDELA FM	126
			LOS 40 PRINCIPALES	126
			CANDELA FM	147
			LOS 40 PRINCIPALES	147
			CANDELA FM	147
			CANDELA FM	147
			CATEDRAL DE LA MÚSICA	126
			LOS 40 PRINCIPALES	126
			CANDELA FM	147
			CANDELA FM	126
			LOS 40 PRINCIPALES	126
			LOS 40 PRINCIPALES	1
			CANDELA FM	147
			CANDELA FM	147
			LA TROPICAL CALIENTE	RJF PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.
LA TROPICAL CALIENTE	1612			

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 Institucional del Instituto FONACOT requiere llevar a cabo la inclusión de medios radiofónicos para la difusión de la campaña publicitaria **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD"**. (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:

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	FORMATO	ESTACIÓN	NO. DE SPOTS
AMARC	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MÉXICO, A.C.	SPOT 30"	RADIO CALENDAS, LA VOZ DEL VALLE, A.C.	184
			COMUNICADORES FILO DE TIERRA COLORADA, A.C.	184
			COMUNIDAD DE SANTA MARÍA TLAHUITOLTEPEC, MIXE, OAXACA, (KUKOJ, A.C.)	184
			COMUNIDAD MAZATECA EN MAZATLÁN VILLA DE FLORES, TEOTILÁN DE FLORES MAGÓN, OAXACA, (MIE NILLU MAZATECO, A.C.)	184
			ECOS DE MANANTLÁN, A.C.	184
			LA VOLADORA COMUNICACIÓN, A.C.	184
			RADIO ARO, A.C.	184
			UANDARHI, A.C.	184
			RADIO CULTURA DE TEPALTEPEC, A.C.	184
			TEPONAZTLÉ, CULTURA Y COMUNICACIÓN, A.C.	184
AVERCOP	ASOCIACION VERACRUZANA DE COMUNICADORES POPULARES A.C.	SPOT 30"	AVERCOP	184
RADIO TIERRA Y LIBERTAD	POR LA IGUALDAD SOCIAL, A. C.	SPOT 30"	RADIO TIERRA Y LIBERTAD	184
ZAACHILA RADIO	COMERCIALIZADORA DE SERVICIOS PUBLICITARIOS Y MULTIMEDIOS MAYANN, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	ZAACHILA RADIO	184

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 NAVIDAD"**.

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 presentan las características requeridas por el Instituto FONACOT en cuanto a capacidad técnica, humana, financiera, cobertura, costo y oportunidad, así como estar registrados en el Padrón de Medios Impresos, La unión de las características antes señaladas es a fin de alcanzar el objetivo de que el mensaje publicitario llegue al mayor número de lectores meta del instituto FONACOT.



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

MEDIO	ESTADO	CUARTOS DE PLANA		
		MEDIDA MECÁNICA EN CMS.		
		BASE	X	ALTURA
LE GRITAMOS LA VERDAD A AGUAS	AGUASCALIENTES	16.5	X	14
HIDROCALUDO LA VERDAD POR DELANTE	AGUASCALIENTES	17.5	X	20.3
LA CRONICA DIARIO INDEPENDIENTE DE BAJA CALIFORNIA	BAJA CALIFORNIA	12.8	X	14.7
FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	BAJA CALIFORNIA	12.57	X	14.02
FRONTERA ENSENADA	BAJA CALIFORNIA	12.57	X	14.02
TRIBUNA DE LOS CABOS	BAJA CALIFORNIA	14.7	X	17
DIARIO INDEPENDIENTE TRIBUNA	CAMPECHE	13.8	X	26.2
CRÓNICA DE CAMPECHE	CAMPECHE	13.75	X	27
EL ORBE	CHIAPAS	12.8	X	16
EL DIARIO EXPRESION DE CHIAPAS	CHIAPAS	9.8	X	16.2
EL DIARIO DE CHIHUAHUA	CHIHUAHUA	13.1	X	27
EL PESO DE CHIHUAHUA (De Lunes a Sábado Pública)	CHIHUAHUA	12.7	X	15
DIARIO DE JUÁREZ	CHIHUAHUA	13.1	X	25.5
EL GUARDIAN	COAHUILA	13.9	X	26
INFORMACIÓN CON VALOR VANGUARDIA	COAHUILA	13.9	X	26
DIARIO DE COLIMA	COLIMA	13.3	X	26
VICTORIA DE DURANGO	DURANGO	14.7	X	26
LA NETA	DURANGO	12.75	X	14.24
AL DÍA	GUANAJUATO	15.66	X	13.88
A.M. LAS NOTICIAS COMO SON	GUANAJUATO	13.54	X	25.89
NOVEDADES DE ACAPULCO	GUERRERO	13.3	X	27
CRITERIO LA VERDAD IMPRESA	HIDALGO	14.8	X	17.5
PERIODICO RUTA	HIDALGO	12.5	X	17
TRIBUNA DE LA BAHIA	JALISCO	15.13	X	16.29
EL DIARIO GRANDE DE MICHOACÁN PROVINCIA	MICHOACAN	12.8	X	27
TESTIGO DIARIO DE LOS SUCESOS URBANOS	MICHOACAN	15	X	16.5
LA VOZ DE MICHOACÁN	MICHOACAN	15.4	X	15
DIARIO DE MORELOS , AL SERVICIO DE LA COMUNIDAD	MORELOS	14.2	X	27
EL PORVENIR	NUEVO LEON	14.52	X	26.5
EL IMPARCIAL, EL MEJOR DIARIO DE OAXACA	OAXACA	14.4	X	27
EL IMPARCIAL DEL ISTMO	OAXACA	13	X	17

Handwritten signature



EL POPULAR	PUEBLA	14.6	X	25
EL MUNDO DE TEHUACÁN	PUEBLA	13.6	X	26
NOTICIAS LA VERDAD CADA MAÑANA	QUERETARO	15	X	27
NOVEDADES DE QUINTANA ROO	QUINTANA ROO	14.5	X	26
NOVEDADES DE CHETUMAL	QUINTANA ROO	14.5	X	26
PULSO DIARIO DE SAN LUIS POTOSÍ	SAN LUIS POTOSÍ	14.5	X	27
EL DEBATE DE CUIACÁN	SINALOA	12.8	X	13.5
LA SIRENA CUIACÁN	SINALOA	12.8	X	13.6
CUIACÁN LA I NOTICIAS PARA MÍ	SINALOA	12.8	X	13.6
EL DEBATE DE GUAMÚCHIL	SINALOA	12.8	X	13.5
LA SIRENA DE GUAMÚCHIL	SINALOA	12.8	X	13.6
GUAMÚCHIL LA I NOTICIAS PARA MÍ	SINALOA	12.8	X	13.6
EL DEBATE DE GUÁSAVE	SINALOA	12.8	X	13.5
LA SIRENA GUÁSAVE	SINALOA	12.8	X	13.6
GUÁSAVE LA I NOTICIAS PARA MÍ	SINALOA	12.8	X	13.6
EL DEBATE DE LOS MOCHIS	SINALOA	12.8	X	13.5
LA SIRENA LOS MOCHIS	SINALOA	12.8	X	13.6
LOS MOCHIS LA I NOTICIAS PARA MÍ	SINALOA	12.8	X	13.6
EL DEBATE DE MAZATLÁN	SINALOA	12.8	X	13.5
LA SIRENA MAZATLÁN	SINALOA	12.8	X	13.6
MAZATLÁN LA I NOTICIAS PARA MÍ	SINALOA	12.8	X	13.6
TRIBUNA DEL YAQUI	SONORA	12.5	X	26.2
EL IMPARCIAL DIARIO INDEPENDIENTE DE SONORA	SONORA	12.8	X	24.5
HERMOSILLO LA I NOTICIAS PARA MÍ	SONORA	12.75	X	12
NUEVO DÍA EL PERIÓDICO DE NOGALES	SONORA	13.3	X	26
NOTICIAS DIARIO BINACIONAL SIN FRONTERAS	SONORA	14	X	16.5
EL SOL DEL SURESTE	TABASCO	13	X	19
PRESENTE DIARIO DEL SURESTE	TABASCO	13	X	19
EXPRESO DE CIUDAD MANTE	TAMAULIPAS	13	X	15
EL MERCURIO DE TAMAULIPAS	TAMAULIPAS	13.79	X	26
EL BRAVO	TAMAULIPAS	14.3	X	25.8
EL MAÑANA DE NUEVO LAREDO	TAMAULIPAS	13.1	X	27
LA TARDE, EN NUEVO LAREDO, TAMPS	TAMAULIPAS	13.1	X	27
HORA CERO	TAMAULIPAS	12.7	X	15.2
EL MAÑANA GRAN DIARIO REGIONAL INDEPENDIENTE	TAMAULIPAS	10.69	X	24.84
LA TARDE DE REYNOSA	TAMAULIPAS	13.5	X	15.5
LA RAZON	TAMAULIPAS	12.4	X	22.8
DIARIO DEL ISTMO	VERACRUZ	15	X	26
ORALE LAS NOTICIAS EN CALIENTE	VERACRUZ	15	X	16
EL MUNDO DE CORDOBA	VERACRUZ	13.6	X	26
LA OPINION DE POZA RICA	VERACRUZ	16	X	26



EL DICTAMEN	VERACRUZ	13.78	X	26
EL MUNDO DE ORIZABA	VERACRUZ	13.6	X	26
DE PESO	YUCATAN	13	X	17
MILENIO NOVEDADES	YUCATAN	15.5	X	16.5

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	10
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	16
			1
LA RAZÓN	L.R.H.G. INFORMATIVO, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA COLOR VERTICAL	7
		1/8 DE PLANA A COLOR VERTICAL	1
LA CRÓNICA	LA CRÓNICA DIARIA, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA COLOR VERTICAL	8
MILENIO	MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V.	MEDIA PLANA A COLOR	2
			1
IMPACTO DIARIO	CEMGISA, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA A COLOR	9
24 HORAS	INFORMACION INTEGRAL 24/7, S.A.P.I. DE C.V.	ROBAPLANA VERTICAL	3
		1/2 PLANA A COLOR	1
LA PRENSA	EDITORIA LA PRENSA, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA VERTICAL	16

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	2
		PLANA A COLOR	CON REBASE: 22.0 BASE X 28.5 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	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
LÍDERES 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

Handwritten signature

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 NAVIDAD"**.

SITIO WEB	RAZÓN SOCIAL	FORMATO	MEDIDAS
www.elarsenal.net	LUCILA ORTIZ CALDERON	BANNER	300 X 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.am.com.mx www.provincia.com.mx www.diariodemorelos.com www.hidrocalidodigital.com www.diariodelistmo.com www.diariopresente.com.mx www.debate.com.mx www.tribunadeloscabos.com.mx www.elmanana.com.mx www.diariodechiapas.com www.elpopular.mx www.frontera.info www.eldictamen.mx www.elimparcial.com http://novedadesaca.mx/ www.pulsoslp.com.mx www.vanguardia.com.mx www.eldiariodechihuahua.mx www.elsiglodetorreon.com.mx www.yucatan.com.mx www.elsiglodedurango.com.mx www.diario.mx www.sipse.com www.expreso.press www.tabascohoy.com	YARIKTEL S.A. DE C.V.	BANNER LAYER	800x600 PÍXELES
www.expansion.mx	EXPANSIÓN S.A. DE C.V.	HALF PAGE MOBILE HIGH BANNER BOX BANNER ESTÁNDAR BANNER MOBILE	300 X 600 PÍXELES 320 X 100 PÍXELES 300 X 250 PÍXELES 320 X 50 PÍXELES
www.diariociudadano.com.mx	MCUH COMUNICADORES ASOCIADOS, S.C.	BANNER	300 X250
www.mesarevuelta.com.mx	THOT COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	BANNER	1263 X 443 PÍXELES





www.contramuro.com	CORPORATIVO PUBLICITARIO EN COMUNICACIÓN MULTIMEDIA, S.A.	BANNER	728 X 90 PÍXELES 200 X 200 PÍXELES
www.lahoguera.mx	COMMERCIAL MEDIA BIZCOM, S.A. DE C.V.	BANNER	1000 X 540 PÍXELES
www.pautamx.com	PAUTA COMUNICACIONES S.A. DE C.V.	BANNER	1900 X 120 PÍXELES
www.voxpopuli.mx	YARIKTEL S.A. DE C.V.	FULL BANNER, BOXBANNER, BOX BANNER, CINTIULLO, BOTON, DOBLE, BOX	728X90 PÍXELES, 300X250 PÍXELES, 300X90 PÍXELES, 200X200 PÍXELES, 300X600 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.telefonorojo.mx	CAMACHO, UREÑA Y ASOCIADOS S.A. DE C.V.	BANNER	300 X 250 PÍXELES
www.lapoliticamedarisa.mx	MARIA YAZMIN ALESSANDRINI MORALES	BANNER SUPERIOR	1000X90 PÍXELES
www.orosolido.com.mx	ROSSANA GUADALUPE DÍAZ AVENDAÑO	BANNER	300 X 300 PÍXELES
puntos de wifi	FULL DIGITAL MEDIA S.A.P.I. DE C.V.	BANNER Y SPOT 30"	400x400 PÍXELES SPOT 30"
www.vozyvoto.com.mx	NUEVO HORIZONTE EDITORES S.A. DE C.V.	BANNER	1200 X 900 PÍXELES
www.acento-radio.com.mx	UTILITIES & PROFESSIONAL SERVICES AMR, S.A. DE C.V.	BANNER HOMEPAGE Y LEADERBOARD BOXBANNER	180X150 PÍXELES 250X250 PÍXELES
www.mexicoinforma.mx	EDICIONES KUKULCANCUN S.A. DE C.V.	BANNER	300 X 300 PÍXELES
www.serpientesyescaleras.mx	COMMERCIAL MEDIA BIZCOM, S.A. DE C.V.	LEADER BOARD, BOX BANNER, BANNER MEDIO	728X90 PÍXELES, 300X 250 PÍXELES, 428 X 60 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, Puebla y Guadalajara, publicidad impresa en recibos de gas, entre otros medios, los cuales se listan a continuación:



MEDIO	RAZÓN SOCIAL	PLAZA	CANTIDAD DE PARABUSES
GRUPO IMU (PARABUSES)	COMERCIALIZADORA IMU, S.A. DE C.V.	CDMX	50
		EDO MEX - AM	50
		GUADALAJARA	50
		ZAPOPAN	52
		CULIACAN	26
		MAZATLAN	26
		PUERTO VALLARTA	26
		OAXACA	26
		ACAPULCO	26
		BOCA DEL RIO	26
		TIJUANA	26
		MERIDA	26
		PACHUCA	26
		TOTAL	436

	RAZÓN SOCIAL	PLAZA	CANTIDAD DE SPOTS DE 30" EN PANTALLAS DE TELEURBAN.
SPOTS DE 30" CADA UNO EN PANTALLAS DE TELEURBAN	AP&H COMMUNICATION GROUP, S.A. DE C.V.	CDMX	143,220
		EDO MEX - AM	126,511
		PUEBLA	57,288
		GUADALAJARA	97,867
		TOTAL	424,886
			CANTIDAD DE SPOTS DE 30" EN PANTALLAS EN AUTOBUSES FORÁNEOS
SPOTS DE 30" CADA UNO EN PANTALLAS EN AUTOBUSES FORÁNEOS	TRANS- COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	AUTOBÚSES DE BAJA CALIFORNIA	69
		AUTOBUSES DEL NORESTE	151
		OVNIBUS	85
		AUTOTRANSPORTE FLECHA ROJA	350
		AUTOTRANSPORTE VALLE DEL MEZQUITAL	83
		AUTOBUSES TRANSPAIS	250
		TRANSPORTES COSTEÑOS	70
		AUTOBUSES PRIMERA PLUS	400
		AUTOBÚSES EXPRESO AZUL	60
		TOTAL	1,518

Handwritten signature



MEDIO	RAZÓN SOCIAL	SERVICIOS		FECHA
		TIPO DE MEDIO	COBERTURA	
CMI (PUENTES PEATONALES, KIOSKOS Y CIRCUITO)	CONGLOMERADO DE MEDIOS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.	PUENTES PEATONALES	TLALNEPANTLA	5
			COACALCO	4
			NUEVO LAREDO	5
			PUEBLA	2
			SAN NICOLÁS	4
			TONALÁ	3
			ZAPOPAN	3
		KIOSKOS	MIGUEL HIDALGO	4
			BENITO JUÁREZ	3
			CUAUHTÉMOC	1
			TLALNEPANTLA	5
		CIRCUITO	ACAPULCO	3
			GUADALAJARA	1
TOTAL				43

MEDIO	EMPRESA	PLAZA	LÍNEA DE METUBÚS	ESPACIOS 8M2	ESPACIOS 4M2	ESPACIOS 2M2
MUPIS EN METROBUS CDMX	SM2 ANDENES S.A.P.I. DE C.V.	CIUDAD DE MÉXICO	L-1	3	4	4
			L-2	0	6	2
			L-2	0	0	1
			L-3	3	3	0
			L-4	2	3	0
			L-5	3	3	3
TOTAL				11	19	10

Handwritten signature

MEDIO	EMPRESA	FORMATO	COBERTURA	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"		TRANSMISIÓN DE SPOTS DE 30" EN PANTALLAS DE TERMINALES DE AUTOBUSES
		SPOTS DE 30"		

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

MEDIO	EMPRESA	COBERTURA	CANTIDAD DE PANTALLAS DIGITALES (ESPECTACULARES)
A, A AND F PANTALLAS DIGITALES EN ÁREA METROPOLITANA	A, A AND F PRODUCCIONES MÉXICO, S.A. DE C.V.	ÁREA METROPOLITANA	19
TOTAL			19

MEDIO	EMPRESA	FORMATO	COBERTURA	CANTIDAD DE CINEMINUTOS
CINEMEX	RACK STAR, S.A. DE C.V.	CINEMINUTO	A NIVEL NACIONAL	116,585

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 NAVIDAD" tendrán una vigencia del 1 al 31 de diciembre 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, Complementarios y de Cineminuto para la difusión de la campaña "**BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD**", comprobarán la prestación de estos dentro de los primeros 5 (cinco) días hábiles siguientes a la conclusión del total de los servicios y conforme al cumplimiento en fechas establecidas en órdenes de trabajo.

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 impreso 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 20% 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 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 2 (dos) publicaciones impresas en originales.
- ✓ **MEDIOS DIGITALES, INTERNET** Al término de la prestación del servicio que indique la orden de exhibición, entregará un reporte impreso 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 Institucional. 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 un reporte impreso de la transmisión de los spots junto con 2 (dos) CD's, en donde se incluyan 15 cineminutos elegidos de forma aleatoria del total de los complejos en donde se transmitirán los spots con una parte de la publicidad previa y posterior al anuncio de la Campaña "**BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD**".



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 NAVIDAD”**, 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 NAVIDAD”**:

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.
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 la temporada navideña 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 prevaletentes al momento de llevar a cabo la contratación.



Cabe hacer mención que conforme al calendario del proceso electoral extraordinario 2017 para el municipio de San Blas, Nayarit, se tiene veda electoral en dicho sitio, la cual tiene una vigencia del 15 de noviembre 2017 al 03 de diciembre 2017. Lo anterior conforme al oficio circular No. SMN/052/2017 de fecha 14 de noviembre 2017, emitido por la Subsecretaría de Normatividad de Medios. Se adjunta copia de documentación soporte relativa a veda electoral extraordinaria.

Por lo anterior, en dicho municipio, así como en entidades que colindan, la campaña "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD" se transmitirá hasta después del día 3 de diciembre 2017.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

Televisión

Transmisión de Spots de Televisión de 30 segundos cada uno en diversos horarios durante el periodo del 1 al 31 de diciembre 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
GRUPO TELEvisa, S.A.B./ SKY	\$ 2,000,000.00
ESTUDIOS AZTECA, S.A. DE C.V./ TV AZTECA	\$ 2,000,000.00
AGENCIA DIGITAL S.A. DE C.V. / MILENIO TV	\$ 250,000.00
TOTAL	\$ 4,250,000.00

Radio

Transmisión de Spots de Radio de 30 segundos cada uno en diversos horarios durante el periodo del 1 al 31 de diciembre 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V.	\$ 2,000,000.00
GRUPO RADIO CENTRO, S.A.B. DE C.V./ GRC	\$ 1,500,000.00
NRM COMUNICACIONES, S.A. DE C.V. / NÚCLEO RADIO MIL	\$ 1,500,000.00
RADIORAMA, S.A. DE C.V.	\$ 1,500,000.00
IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V. / IMAGEN	\$ 1,000,000.00
STEREOREY MÉXICO, S.A.	\$ 1,300,000.00
FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS S.A. DE C.V.	\$ 1,499,999.75
RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A. DE C.V./ RASA	\$ 1,000,000.00
RJF PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. / TROPICAL CALIENTE	\$ 1,300,000.00
TOTAL	\$ 12,599,999.75



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 31 de diciembre 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MÉXICO, A.C.	\$ 460,000.00
ASOCIACION VERACRUZANA DE COMUNICADORES POPULARES A.C.	\$ 46,000.00
POR LA IGUALDAD SOCIAL, A. C.	\$ 46,000.00
COMERCIALIZADORA DE SERVICIOS PUBLICITARIOS Y MULTIMEDIOS MAYANN S.A. DE C.V.	\$ 46,000.00
TOTAL	\$ 598,000.00

MEDIOS IMPRESOS

Diarios Provincia

Publicidad impresa en Diarios de provincia del 1 al 31 de diciembre de 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
MEDIOS MASIVOS MEXICANOS, S.A. DE C.V.	\$ 5,999,918.83
TOTAL	\$ 5,999,918.83

Diarios Ciudad de México

Publicidad impresa en Diarios de la Ciudad de México del 1 al 31 de diciembre 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	\$ 599,999.92
PERIODICO EXCELSIOR, S.A. DE C.V./ EXCELSIOR	\$ 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	\$ 250,000.00
CEMGISA, S.A. DE C.V./ IMPACTO	\$ 299,997.00
INFORMACION INTEGRAL 24/7 S.A.P.I DE C.V. / 24 HORAS	\$ 300,000.00
EDITORIA LA PRENSA S.A. DE C.V./ LA PRENSA	\$ 300,000.00
TOTAL	\$ 4,149,996.92

Handwritten signature

Revistas

Publicidad impresa en Revistas del 1 al 31 de diciembre 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	\$ 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	\$ 1,220,000.00

MEDIOS DIGITALES

Publicidad en medios digitales del 1 al 31 de diciembre 2017.

RAZÓN SOCIAL	MONTO (No Incluye IVA)
LUCILA ORTIZ CALDERON	\$ 50,000.00
MARCO ANTONIO MARES GARCÍA	\$ 50,000.00
M&A COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	\$ 50,000.00
MAURICIO FLORES ARELLANO	\$ 50,000.00
YARIKTEL S.A. DE C.V.	\$ 224,137.80
EXPANSIÓN S.A. DE C.V.	\$ 431,034.48
MCUH COMUNICADORES ASOCIADOS, S.C.	\$ 129,310.34
THOT COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	\$ 258,620.69
CORPORATIVO PUBLICITARIO EN COMUNICACIÓN MULTIMEDIA S.A.	\$ 128,700.00
COMMERCIAL MEDIA BIZCOM, S.A. DE C.V.	\$ 81,896.55
PAUTA COMUNICACIONES S.A. DE C.V.	\$ 137,931.03
YARIKTEL S.A. DE C.V.	\$ 422,000.00
LAMAR COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	\$ 30,172.41
CLAUDIA ARELLANO BELLOC LIMÓN	\$ 50,000.00
CAMACHO, UREÑA Y ASOCIADOS S.A. DE C.V.	\$ 50,000.00
MARIA YAZMIN ALESSANDRINI MORALES	\$ 43,103.45
ROSSANA GUADALUPE DÍAZ AVENDAÑO	\$ 30,172.42
FULL DIGITAL MEDIA S.A.P.I. DE C.V.	\$ 387,916.24
NUEVO HORIZONTE EDITORES S.A. DE C.V.	\$ 258,620.69
UTILITIES & PROFESSIONAL SERVICES AMR, S.A. DE C.V.	\$ 50,000.00
EDICIONES KUKULCANCUN, S.A. DE C.V.	\$ 50,000.00
COMMERCIAL MEDIA BIZCOM, S.A. DE C.V.	\$ 120,689.66
TOTAL	\$ 3,084,305.76

MEDIOS COMPLEMENTARIOS

Publicidad en Medios complementarios del 1 al 31 de diciembre 2017.

NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
COMERCIALIZADORA IMU, S.A. DE C.V.	\$ 1,999,430.00
AP&H COMMUNICATION GROUP, S.A. DE C.V./TELEURBAN	\$ 8,999,610.62
TRANS-COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	\$ 1,499,906.61
CONGLOMERADO DE MEDIOS INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.	\$ 1,494,684.00
5M2 ANDENES S.A.P.I. DE C.V.	\$ 1,000,000.00
FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS, S.A. DE C.V.	\$ 1,799,655.17
PLATAFORMAS Y SERVICIOS NETWORKS, S.A. DE C.V. / (Publicidad en recibos de Gas).	\$ 1,000,000.00
A, A AND F PRODUCCIONES MÉXICO, S.A. DE C.V.	\$ 1,710,000.00
TOTAL	\$ 19,503,286.40



NOMBRE DE LA EMPRESA	MONTO (No Incluye IVA)
RACK STAR, S.A. DE C.V.	\$ 20,998,190.97
TOTAL	\$ 20,998,190.97

CUADRO RESUMEN DE MONTOS POR TIPO DE MEDIO:

MEDIO DE COMUNICACIÓN	MONTO (No Incluye IVA)
TELEVISIÓN	\$ 4,250,000.00
RADIO	\$ 12,599,999.75
CONCESIONES DE RADIODIFUSIÓN DE USO SOCIAL COMUNITARIO E INDÍGENA	\$ 598,000.00
DIARIOS PROVINCIA	\$ 5,999,918.83
DIARIOS CIUDAD DE MÉXICO	\$ 4,149,996.92
REVISTAS	\$ 1,220,000.00
MEDIOS DIGITALES	\$ 3,084,305.76
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	\$ 19,503,286.40
CINEMINUTO	\$ 20,998,190.97
TOTAL	\$ 72,403,698.63

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 NAVIDAD"** 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 NAVIDAD**", 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 navideño (diciembre), 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 NAVIDAD**", 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 Institucional 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 NAVIDAD**". 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 Institucional 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 NAVIDAD"**, 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 metrobus de la Ciudad de México, Estado de México, Puebla y Guadalajara, 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 NAVIDAD"** 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 NAVIDAD"**, asciende a la cantidad de **\$ 72,403,698.63 (Setenta y Dos Millones Cuatrocientos Tres Mil Seiscientos Noventa y Ocho Pesos 63/100 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 institucional 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, trasmisión 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 Institucional, 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.	TEL721214GK7	AV. VASCO DE QUIROGA #2000 COL. SANTA FE DEL. ÁLVARO OBREGÓN CIUDAD DE MÉXICO CP 01210	JULIO BARBA HURTADO
ESTUDIOS AZTECA S.A. DE C.V.	EAZ0311047B6	CALZADA DE TLALPAN 2818 COL. SAN PABLO TEPETLAPA DEL. COYOACÁN	JOSÉ GUADALUPE BOTELLO MEZA



		CIUDAD DE MÉXICO CP 04840	
AGENCIA DIGITAL S.A. DE C.V.	ADI0809035M0	AYUNTAMIENTO 125, COL. CENTRO CIUDAD DE MÉXICO CP. 06040	PEDRO CÉSAR GONZALEZ LEAL

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
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
RIF 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

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 PUBLICITARIOS Y MULTIMEDIOS MAYANN S.A. DE C.V.	CSP111003QY6	CALLE ALHELÍES NÚMERO 45 D, COLONIA EXMARQUEZADO, OAXACA DE JUÁREZ, OAXACA	MARCOS MARTÍNEZ HERNÁNDEZ

Handwritten signature or mark



DIARIOS PROVINCIA			
RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
MEDIOS MASIVOS MEXICANOS, S.A. DE C.V.	MMM920105QU1	LUZ SAVIÑON 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
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 TELEVISIA, 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.	ELE120330552	ALDAMA 74, INTERIOR 8, COL. DEL CARMEN, DELEGACIÓN COYOACÁN, CP 04100, CIUDAD DE MÉXICO	C.P. ROCÍO TRINIDAD GARCÍA BADILLO



ROSSANA GUADALUPE DÍAZ AVENDAÑO			ROSSANA DÍAZ AVENDAÑO
FUÚL DIGITAL MEDIA S.A.P.I. DE C.V.	MDI130927EM8	INSURGENTES 303, PISO 3 COL. HIPODROMO DEL CUAUHTÉMOC CP. 06100 CIUDAD DE MÉXICO	EDUARDO GUERRERO GONZALEZ Y RAFAEL ZALDIVAR RAMOS
NUEVO HORIZONTE EDITORES S.A. DE C.V.	NHE9211136J9	GABRIEL MANCERA NÚM. 1654 COL. DEL VALLE DE. BENITO JUÁREZ CP 03100 CIUDAD DE MÉXICO	MARÍA GUADALUPE MARTÍNEZ ORIBE
UTILITIES & PROFESSIONAL SERVICES AMR, S.A. DE C.V.	UAP120412TJ6	BOLIVAR N. 488, COL. ALGARÍN DEL. CUAUHTEMOC CIUDAD DE MÉXICO CP 06880	MIGUEL ANGEL AMACENDE CABAÑAS
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
COMMERCIAL MEDIA BIZCOM, S.A. DE C.V.	CMB050202A94	PALMAS 731-PB LOMAS BARRILACO C.P. 11010 CIUDAD DE MÉXICO	CARLOS CHÁVEZ DE ICAZA

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
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
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 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
A, A AND F PRODUCCIONES MÉXICO, S.A. DE C.V.	FPM1110217M6	AV. EJÉRCITO NACIONAL # 505, INT. 1004, COL. GRANADA, DELEG. MIGUEL HIDALGO, C.P. 11520, CDMX	MARTHA PACHECO VALENCIA

CINEMINUTO

RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
RACK STAR, S.A. DE C.V.	RST050531L66	SÓCRATES NO. 136 COL. MORALES SECCIÓN ALAMEDA, DEL. MIGUEL HIDALGO, 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 concurren en cada caso, en criterios de economía, eficacia, eficiencia, imparcialidad, honradez y transparencia que resulten procedentes para obtener las mejores condiciones para el Estado..."

El procedimiento de contratación propuesto, representa la mejor alternativa para el Instituto FONACOT, ya que permite contratar con medios de comunicación solventes, con amplia experiencia y capacidad, técnica, legal y financiera, 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.

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**.

Con oficio No. DCI/154/2017 de fecha 24 de noviembre 2017, la Dirección de Comunicación Institucional 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 justificación. (Se adjunta documentación soporte de los oficios antes señalados).

XI.- VIGENCIA DEL SERVICIO


El plazo de la prestación de los servicios a contratar para la campaña "BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD" tendrán una vigencia del 1 al 31 de diciembre 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 NAVIDAD"**, la cual se llevará a cabo **del 1 al 31 de diciembre de 2017**. El monto total de la campaña es por **\$ 72,403,698.63 (Setenta y Dos Millones Cuatrocientos Tres Mil Seiscientos Noventa y Ocho Pesos 63/100 M.N.)** más el Impuesto al Valor Agregado, conforme al esquema de pago expuesto en la presente justificación.

ATENTAMENTE



DANTE OMAR PINAL BARRA
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Ciudad de México a 28 de noviembre de 2017.