



JUSTIFICACIÓN

CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ESPACIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS 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 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: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN".**

I.- ANTECEDENTES

En 2017 se realizaron cinco campañas publicitarias que buscaron 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 en el panorama actual 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 de trabajo formal para que los trabajadores cuenten con prestaciones laborales que incentiven su productividad y competitividad, 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 2018 se llevó a cabo la difusión de la **CAMPAÑA PUBLICITARIA COEMITIDA CON LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIÓN BENEFICIOS Y PREMIO NACIONAL DEL TRABAJO"**, en la cual se promovió y se impulsaron los beneficios del crédito FONACOT como apoyo para la compra de bienes y servicios con tasas de interés competitivas en el mercado; y los incentivos de aplicar a través de buenas prácticas laborales en los Centros de Trabajo, a través del Premio Nacional de Trabajo.

Asimismo, en el mes de agosto del presente, se llevó a cabo la difusión de la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIÓN TRABAJADORES FORMALES, TEMA: REGRESO A CLASES"**, la cual buscó fortalecer 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. Además, se promovió el crédito FONACOT como apoyo para los trabajadores en la compra de bienes y servicios en la temporada de vacaciones y regreso a clases. CX

En este sentido y a fin de dar cumplimiento a la Estrategia Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio Fiscal 2018, la Dirección de Comunicación Institucional del Instituto FONACOT está impulsando la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN"**, la cual permanecerá activa en diversos medios de comunicación por un periodo de tiempo mayor al que normalmente han comprendido las campañas anteriores, ya que se busca apoyar a los trabajadores formales del país en la planeación de la compra de bienes y servicios que requieran para el último trimestre del año, considerando que son meses en los cuales perciben recursos económicos que, de manera complementaria, pueden adicionar con los servicios crediticios que ofrece el Instituto FONACOT para fortalecer su patrimonio familiar o adquirir los servicios que necesiten.

Llevar a cabo campañas publicitarias tiene como finalidad difundir y dar a conocer al público meta del Instituto FONACOT los productos que ofrece 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 al Instituto.

A fin de dar continuidad y cumplimiento a la Estrategia Anual de Promoción y Publicidad para el ejercicio Fiscal 2018, la Dirección de Comunicación Institucional requiere llevar a cabo las acciones pertinentes para dar a conocer los servicios y productos crediticios del Instituto como una prestación adicional sin costo para los Centros de Trabajo por medio de la CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN".

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 2018*, 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.

Para llevar a cabo dicha encomienda y derivado del oficio **No. 307-A-1892** emitido por la *Unidad de Política y Control, Presupuestario de la Subsecretaría de Egresos* relativo a las Disposiciones específicas para el cierre del ejercicio presupuestario de 2018, numeral 6, que a la letra dice:

"Los ejecutores de gasto no podrán iniciar procedimientos de contratación a partir del 16 de julio de 2018. Para efectos de la determinación del inicio de los procedimientos de contratación se estará a lo señalado en los artículos 26 de la Ley de Adquisiciones, arrendamientos y Servicios del Sector Público, y 27 de la Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las mismas. En el caso del procedimientos de contratación mediante adjudicación directa la fecha límite para formalizar compromiso será el 31 de julio de 2018."

La Dirección de Comunicación Institucional solicitó mediante oficio **DCI/135/2018** la adecuación presupuestal e incremento de la partida 36201 "Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios" por **\$120,000,000.00 (Ciento veinte millones de pesos 00/100 M.N.)** autorizada con el acuerdo 54-270718 en la Sexagésima primera Sesión Ordinaria del Consejo Directivo y la excepción del numeral 6 (fechas límite) del oficio **No. 307-A-1892** disposiciones del cierre presupuestario, para lo cual la Subdirección de General de Administración del Instituto mediante oficio **SGA-252** comunicó la respuesta favorable de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para realizar la adecuación del presupuesto e incremento y respecto a la excepción de contratación del numeral 6 establece que la fecha límite para iniciar los procedimientos de contratación sea hasta el 15 de octubre del presente. *Se adjuntan oficios señalado.*

OK

Por lo anterior resulta conveniente para los intereses del Instituto FONACOT el contratar a diversos proveedores de espacios publicitarios para llegar al público objetivo 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 informar a los trabajadores formales del país sobre los múltiples beneficios de contar con el Crédito FONACOT e incentivar su desarrollo social y productivo con esta prestación laboral garantizando el acceso a créditos en condiciones favorables y promover el ahorro para su bienestar y el de su familia. Asimismo, continuar con la difusión de la afiliación de Centros de Trabajo, debidamente constituidos en territorio mexicano.



Con el objetivo de coadyuvar en las metas de colocación de créditos para el ejercicio 2018 así como de apoyar la economía de los trabajadores formales del país, se requiere promover los productos y servicios del Instituto FONACOT en el periodo de octubre a noviembre para la compra de bienes y servicios que requieran los trabajadores formales del país, tomando en cuenta que en los meses del último trimestre del año adquieren sus prestaciones de ley y que las pueden reforzar por medio del crédito FONACOT.

Derivado de la reforma a la *Ley Federal del 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 y obtener los reconocimientos que sirven de motor para el incremento de la productividad y competitividad.

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 financiamientos que los apoyen en la adquisición de bienes y servicios en el último trimestre del año, considerando que en la temporada del Buen Fin permite a los trabajadores formales del país poder adquirir bienes y servicios a mejores costos.

Además, se dará a conocer a los trabajadores la información necesaria para que tengan acceso a los servicios financieros que ofrece el Gobierno de la República a través del 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*, en su Eje Rector "México Próspero" ya que éste destaca lo siguiente:

- 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*.

Con el objetivo de evaluar el impacto y analizar los resultados de la última campaña publicitaria de 2018 realizada por el INFONACOT el pasado mes de agosto; **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIÓN TRABAJADORES FORMALES, TEMA: REGRESO A CLASES"**, la empresa *Enkoll* realizó un estudio el cual tuvo como objetivo evaluar la pertinencia y efectividad de dicha campaña. Parte de los resultados son los siguientes:

En la evaluación de la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIÓN TRABAJADORES FORMALES, TEMA: REGRESO A CLASES"**, se puede ver que, en materia de alcance, la *Campaña obtuvo un 27.4% en recordación espontánea y 60.8% en recordación global*

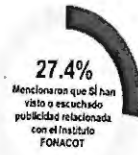
OX



RECORDACIÓN PUBLICITARIA ESPONTÁNEA



En las últimas semanas, ¿recuerda haber visto o escuchado publicidad relacionada con FONACOT?



72.6% mencionaron que NO han visto o escuchado publicidad relacionada con el Instituto FONACOT.

27.4% quienes mencionaron que sí han visto o escuchado publicidad relacionada con el Instituto FONACOT, se les preguntó:

¿En dónde recuerda haberla visto o escuchado? (Alguno otro medio?)

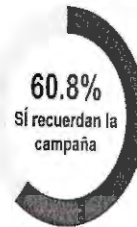


*NO se muestran los 12 menciones más relevantes.
Fuente: STPS, febrero 2019.



RECORDACIÓN GLOBAL DE CAMPAÑA

Recordación global de la campaña, en cualquiera de los formatos (Audio, video o imagen) y espontánea.



La Opinión de los usuarios y no usuarios después de ver, leer o escuchar información del Instituto FONACOT sobre las **CAMPAÑA REGRESO A CLASES**, arrojó una calificación global de percepción del 80.3% respectivamente.

CALIFICACIÓN GLOBAL DE LA CAMPAÑA



A continuación se presenta el resumen de los valores de los reactivos con los que se describen los elementos que incluyen los objetivos particulares. Todas las variables se encuentran estandarizadas en la misma escala, que es el porcentaje, es decir de 0 a 100.



La medición del **impacto** y **percepción** (Top of mind y Share of mine) de la **CAMPAÑA REGRESO A CLASES** arroja que se tuvo en promedio un 43.5% y 54.3% en sentido positivo en cada rubro utilizado de medios de comunicación expuesto a usuarios y no usuarios.

HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES



TOP OF MIND

El Instituto FONACOT, se encuentra en el primer lugar del TOP OF MIND de las instituciones con las que se compara, logrando una recordación espontánea del 43.5%.

SHARE OF MIND

Sin importar el orden de mención, el Instituto FONACOT obtuvo una recordación espontánea del 54.3%, la mejor puntuación entre las instituciones recordadas en el rubro.

CONOCIMIENTO DE LAS INSTITUCIONES /

Debanta y arco de cada cien informantes conoce al Instituto FONACOT, solamente Banco Azteca y Stanacopel lo superan por 7.7 y 3.8 puntos porcentuales respectivamente.

SALDO DE OPINIÓN

Respecto a la valoración de estas instituciones, el Instituto FONACOT obtuvo el 84.1% de opiniones positivas (Buena y Muy buena), y solo el 2.1% fueron negativas (Mala y Muy mala), por lo que obtuvo el 82.0% de saldo de opinión, la mejor puntuación dentro de las instituciones evaluadas.



Finalmente, con la evaluación de pertinencia y efectividad de la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIÓN TRABAJADORES FORMALES, TEMA: REGRESO A CLASES"**, de agosto de 2018, se obtuvo un índice de recordación del 43%.

III.- DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:

Para llevar a cabo la difusión de la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS 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 y Televisión), Medios Impresos (Diarios editados en la Ciudad de México, Diarios editados en los Estados y Revistas), Medios Digitales, Medios Complementarios y Cineminuto*. Lo anterior con base 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 2018 publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) de fecha 29 de diciembre de 2017, en sus *Artículos 19, 20, 21, 22, y puntualmente en lo referido en los Artículos 23 y 24*.

Asimismo, y tomando en cuenta los resultados de estudios cuantitativos realizados a las Campañas de difusión de 2017 (Buen Fin y Navidad), se han considerado medios de comunicación que resultan ser los más vistos, escuchados y consultados por el público objetivo al que va dirigida la presente campaña, tales como:

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 Y CENTRALES CAMIONERAS
	➤ PUBLICIDAD EN VALLAS DE FÚTBOL
	➤ PANTALLAS DIGITALES
	➤ INSERCIONES EN RECIBOS DE GAS NATURAL
	➤ IMPRESIÓN DE BOLSAS (BAGADDS)
	➤ METRO (SPOT, PANELES Y DOVELAS)
➤ 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 inversión en horarios donde hay más televidentes del público meta del Instituto FONACOT.

TELEVISIÓN			VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"	VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"
RAZÓN SOCIAL	FORMATO	CANAL	CANTIDAD DE SPOTS	CANTIDAD DE SPOTS
GRUPO TELEvisa S.A.B.	SPOT 30"	FOX, TNT, UNIVERSAL CHANNEL, WARNER CHANNEL	399	267
ESTUDIOS AZTECA S.A. DE C.V.	SPOT 30"	AZTECA TRECE / UNO	14	10
AGENCIA DIGITAL, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	MILENIO TV	31	16
PROVEEDORA DE SERVICIOS DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V.	SPOT 30"	TVC, VIDEO ROLA, TVC DEPORTES, PLATINO, CINE MEXICANO	264	159
OPERADORA MEXICANA DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V.	SPOT 30"	ADN 40	41	27

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.

RADIO		VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"			VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"	
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	FORMATO	ESTACIÓN	CANTIDAD DE SPOTS	ESTACIÓN	CANTIDAD DE SPOTS
RADIO FÓRMULA	GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	Javier Poza en Fórmula	7	Javier Poza en Fórmula	4
			La Taquilla con René Franco	7	La Taquilla con René Franco	4
			Atando Cabos con Denise Maerker	7	Atando Cabos con Denise Maerker	4
			Paola Rojas en Fórmula	7	Paola Rojas en Fórmula	4
			Azucena Uresti	7	Contraportada con Carlos Lorete	4
			Todo para la mujer con Maxine Woodside	7	Todo para la mujer con Maxine Woodside	5
			La UNA (Noticias, Deportes y Estilo de Vida)	5	La UNA (Noticias, Deportes y Estilo de Vida)	4
			Joaquín López Dóriga	5	Joaquín López Dóriga	4



			Eduardo Ruíz Healy	5	Eduardo Ruíz Healy	4
			José Cárdenas Informa	5	José Cárdenas Informa	4
			José Cárdenas Informa	1	José Cárdenas Informa	1
TOTAL				63		42
RADIO CENTRO	GRUPO RADIO CENTRO S.A.B. DE C.V.	SPOT 30"	LA Z	54	LA Z	39
			STEREO JOYA	50	STEREO JOYA	25
			STEREO JOYA	1	STEREO JOYA	1
			UNIVERSAL STEREO	36	UNIVERSAL STEREO	26
			LA RED FM	11	LA RED FM	8
TOTAL				152		99
NRM	NRM COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	Stereo Cien 100.1 FM	17	Stereo Cien 100.1 FM	9
			Stereo Cien 100.1 FM	18	Stereo Cien 100.1 FM	13
			Oye 89.7 FM	18	Oye 89.7 FM	13
			Beat 100.9 FM	18	Beat 100.9 FM	13
			Mil 1000 AM	45	Mil 1000 AM	26
			Sabrosita 590 AM	39	Sabrosita 590 AM	28
			Bandolera 1410 AM	36	Bandolera 1410 AM	28
			Super Stereo 100.5 FM	289	Super Stereo 100.5 FM	233
			Stereo Cien 100.1 FM	1	Stereo Cien 100.1 FM	1
TOTAL				481		364
RADIORAMA	RADIORAMA, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	Extasis Digital	83	Extasis Digital	55
			@ 1590	83	@ 1590	55
			La Dinámica	84	La Dinámica	55
			Toño	84	Toño	55
			@ FM	83	@ FM	55
			@ FM	84	@ FM	55
			La Más Picuda	84	La Más Picuda	55
			La Poderosa	84	La Poderosa	55
			Radio Mexicana	84	Radio Mexicana	56
			Fiesta Mexicana	84	Fiesta Mexicana	56
			La Mexicana	84	La Mexicana	56
			La Poderosa	84	La Poderosa	56
			La Mas Picuda	84	La Mas Picuda	56

OK

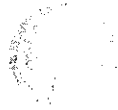


			Fiesta Mexicana	84	Fiesta Mexicana	56
			La Mejor	84	La Mejor	56
			La Tapatía	84	La Tapatía	56
			La Ribereña	84	La Ribereña	56
			@ FM	84	@ FM	56
			La Mexicana	84	La Mexicana	56
			La Mas Picuda	84	La Mas Picuda	56
			@ FM	84	@ FM	56
			La Poderosa	84	La Poderosa	56
			Stereo Vida	84	Stereo Vida	56
			La Mexicana	84	La Mexicana	56
			Mia 93.9	84	Mia 93.9	56
			La Z 97.1	84	La Z 97.1	56
			@ FM	83	@ FM	56
			Romantica	83	Romantica	56
			Toño	83	Toño	56
			100.9 Sin Limites	83	100.9 Sin Limites	56
			La Zeta 93	83	La Zeta 93	56
			Sin Limites	83	Sin Limites	56
			La Poderosa 92.5	83	La Poderosa 92.5	56
			@ FM	83	@ FM	56
			Mega 105.9	83	Mega 105.9	56
			Stereo Vida	83	Stereo Vida	56
			Xtrema 95.3	83	Xtrema 95.3	56
			Fiesta Mexicana	83	Fiesta Mexicana	56
			La Fiera Grupera 103.5	83	La Fiera Grupera 103.5	56
			@ FM	83	@ FM	56
			La Huasteca	83	La Huasteca	55
			Azul 106.9	83	Azul 106.9	56
			Azul 106.9	1	Azul 106.9	1
TOTAL				3510		2344
GRUPO IMAGEN	IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	Primera Emisión (Pascal Beltrán)	6	Primera Emisión (Pascal Beltrán)	4
			Que Tal Fernanda	6	Que Tal Fernanda	4
			Bien y Saludable con Ethel Soriano	3	Bien y Saludable con Ethel Soriano	2
			Segunda Emisión (Francisco Zea)	5	Segunda Emisión (Francisco Zea)	3

OK

			Bien y Saludable con Ethel Soriano	1	Segunda Emisión (Francisco Zea)	1
TOTAL				21		14
FIRMESA	FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS S.A. DE C.V.	SPOT 30"	VARIADA Y NOTICIAS	240	VARIADA Y NOTICIAS	130
			POP ESPAÑOL- INGLES	216	POP ESPAÑOL- INGLES	130
			VARIADA	240	VARIADA	117
			GRUPERA BANDA	240	GRUPERA BANDA	130
			VARIADA ESPAÑOL	240	VARIADA ESPAÑOL	130
			VARIADA	240	VARIADA	117
			VARIADA	240	VARIADA	1
			GRUPERA	240	VARIADA	117
			VARIADA	240	GRUPERA	130
			VARIADA TROPICAL	216	VARIADA	130
			VARIADA TROPICAL	240	VARIADA TROPICAL	117
			GRUPERA TROPICAL BANDA	216	VARIADA TROPICAL	130
			GRUPERA TROPICAL BANDA	1	GRUPERA TROPICAL BANDA	117
TOTAL				2809		1496
LA TROPICAL CALIENTE	RIF PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	LA TROPICAL CALIENTE	600	LA TROPICAL CALIENTE	690
			LA TROPICAL CALIENTE	720	LA TROPICAL CALIENTE	355
			LA TROPICAL CALIENTE	1	LA TROPICAL CALIENTE	1
TOTAL				1321		1046
CADENA RASA	RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A. DE C.V.	SPOT 30"	CANDELA FM	157	CANDELA FM	104
			CANDELA FM	157	CANDELA FM	104
			LOS 40 PRINCIPALES	156	LOS 40 PRINCIPALES	104
			LOS 40 PRINCIPALES	1	LOS 40 PRINCIPALES	105
			CANDELA FM	157	CANDELA FM	105
			LOS 40 PRINCIPALES	157	LOS 40 PRINCIPALES	104
			CANDELA FM	157	CANDELA FM	104
			CANDELA FM	157	CANDELA FM	104
			CATEDRAL DE LA MÚSICA	156	CATEDRAL DE LA MÚSICA	104
			LOS 40 PRINCIPALES	156	LOS 40 PRINCIPALES	105

OK



			CANDELA FM	156	CANDELA FM	1
			CANDELA FM	156	CANDELA FM	104
			LOS 40 PRINCIPALES	156	LOS 40 PRINCIPALES	104
			CANDELA FM	157	CANDELA FM	104
			CANDELA FM	157	CANDELA FM	104
TOTAL				2193		1460
MVS	STEREOREY MÉXICO, S.A.	SPOT 30"	NOTICIERO LUIS CARDENAS LOCAL	32	NOTICIERO LUIS CARDENAS LOCAL	18
			NOTICIERO EZRA SHABOT	20	NOTICIERO EZRA SHABOT	13
			A TODO TERRENO CON PAMELA CERDEIRA	23	A TODO TERRENO CON PAMELA CERDEIRA	13
			AUTOS Y MAS	20	AUTOS Y MAS	13
			CHARROS VS GANGSTERS	20	CHARROS VS GANGSTERS	13
			PROGRAMACION GENERAL	38	PROGRAMACION GENERAL	13
			PROGRAMACION GENERAL	1	PROGRAMACION GENERAL	1
TOTAL				154		84
GLOBAL MEDIA	CENTRO DE TELECOMUNICACIONES Y PUBLICIDAD DE MEXICO SA DE CV	SPOT 30"	GLOBAL MEDIA	387	GLOBAL MEDIA	381
				387		380
				387		380
				387		380
				387		380
				346		380
				1		1
TOTAL				2282		2282

CONCESIONES DE RADIODIFUSIÓN DE USO SOCIAL COMUNITARIO E INDÍGENA

En apego al Oficio No. SNM/043/2017 en 2017 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 de 2017, 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).

El pasado 20 de julio de 2018 la Subsecretaría de Normatividad de Medios informó a través del oficio SNM/DGNC/1275/18 la actualización de concesiones otorgadas, en la cual se adicionan tres nuevas radiodifusoras de uso Social Comunitario derivado del oficio del Instituto Federal de Telecomunicaciones IFT/213/CGCS/105/2108 del pasado 13 de julio del presente por lo que la Dirección de Comunicación Institucional del Instituto FONACOT requiere llevar a cabo la inclusión de medios radiofónicos para la difusión de la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN".**

CX



(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:

RADIO COMUNITARIAS		VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"			VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"	
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	FORMATO	ESTACIÓN	CANTIDAD DE SPOTS	ESTACIÓN	CANTIDAD DE SPOTS
AMARC	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MÉXICO, A.C.	SPOT 30"	Calenda	77	Calenda	46
			Calentana	77	Calentana	46
			Expresión de Michoacán	77	Expresión de Michoacán	46
			Cultural FM	77	Cultural FM	46
			Jénpoj	77	Jénpoj	46
			Nandhiá	77	Nandhiá	46
			MAS	77	MAS	47
			Política y Rock and Roll	77	Política y Rock and Roll	47
			Rélex	77	Rélex	47
			Tepoztlán	77	Tepoztlán	47
			Uandarhi	77	Uandarhi	47
			La Voladora Radio	77	La Voladora Radio	47
Xalli	77	Xalli	47			
TOTAL				1001		605
RADIO TIERRA Y LIBERTAD	POR LA IGUALDAD SOCIAL, A. C.	SPOT 30"	RADIO TIERRA Y LIBERTAD	77	RADIO TIERRA Y LIBERTAD	47
ZAACHILA RADIO	COMERCIALIZADORA DE SERVICIOS PUBLICITARIOS Y MULTIMEDIOS MAYANN S.A. DE C.V.	SPOT 30"	ZAACHILA RADIO	77	ZAACHILA RADIO	48
AVERCOP	ASOCIACION VERACRUZANA DE COMUNICADORES POPULARES A.C.	SPOT 30"	AVERCOP	153	AVERCOP	92
ECOS DE MANANTLÁN	ECOS DE MANANTLÁN A.C.	SPOT 30"	ECOS DE MANANTLÁN	96	ECOS DE MANANTLÁN	58
LA VOZ DEL MAR	IKE SIIDI VIAA A.C.	SPOT 30"	LA VOZ DEL MAR	96	LA VOZ DEL MAR	58

BK

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 PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS 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, el cual les permite adquirir y/o pagar bienes y servicios para el bienestar de sus familiares considerando que en el último trimestre del año es una temporada en la cual los trabajadores aprovechan descuentos y ofertas para la compra de bienes y servicios, el cual pueden fortalecer con el crédito FONACOT, planeando con tiempo la adquisición de lo que necesiten en fechas en las que pueden encontrar mejores precio que durante el resto del año como la del buen fin.

De esta manera cada uno de los medios impresos que aquí se listan, cuentan con 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. Las características antes descritas son con el 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 consideran convenientes como a continuación se detalla:

DIARIOS EN LOS ESTADOS

IMPRESOS PROVINCIA VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"						
ADC MEDIOS S.A. DE C.V.	ESTADO	CIUDAD	MEDIA PLANA A COLOR			NÚMERO DE INSERCIONES
			MEDIDA MECANICA EN CMS.			
			BASE	X	ALTURA	
LE GRITAMOS LA VERDAD A AGUAS	AGUASCALIENTES	AGUASCALIENTES	26	X	14	2
HIDROCALIDO LA VERDAD POR DELANTE	AGUASCALIENTES	AGUASCALIENTES	30	X	25.4	4
LA CRONICA DIARIO INDEPENDIENTE DE BAJA CALIFORNIA	BAJA CALIFORNIA	MEXICALI	26	X	14.7	4
FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	BAJA CALIFORNIA	TIJUANA	25.25	X	14.02	5
TRIBUNA DE LOS CABOS	BAJA CALIFORNIA	SAN JOSE DE LOS CABOS	25	X	17	5
DIARIO INDEPENDIENTE TRIBUNA	CAMPECHE	CAMPECHE	28	X	26.5	3



CRÓNICA DE CAMPECHE	CAMPECHE	CAMPECHE	28	X	27	3
EL ORBE	CHIAPAS	TAPACHULA	26	X	16	3
EL DIARIO EXPRESION DE CHIAPAS	CHIAPAS	TUXTLA GUTIERREZ	25.4	X	16.2	3
EL DIARIO DE CHIHUAHUA	CHIHUAHUA	CHIHUAHUA	26.7	X	27	3
EL PESO DE CHIHUAHUA	CHIHUAHUA	CHIHUAHUA	26	X	15	2
DIARIO DE JUÁREZ	CHIHUAHUA	CIUDAD JUÁREZ	26.7	X	25.5	3
LA VOZ DE MONCLOVA	COAHUILA	MONCLOVA	27.5	X	27	3
EL GUARDIAN	COAHUILA	SALTILLO	28.2	X	26	2
INFORMACIÓN CON VALOR VANGUARDIA	COAHUILA	SALTILLO	28.2	X	26	5
DIARIO DE COLIMA	COLIMA	COLIMA	27	X	26	4
VICTORIA DE DURANGO	DURANGO	DURANGO	29.5	X	26	2
AL DÍA	GUANAJUATO	LEÓN	26.5	X	13.88	4
A.M. LAS NOTICIAS COMO SON	GUANAJUATO	LEÓN	27.5	X	25.89	5
NOVEDADES DE ACAPULCO	GUERRERO	ACAPULCO	25.5	X	16.3	5
CRITERIO LA VERDAD IMPRESA	HIDALGO	PACHUCA	25	X	17.5	3
PERIODICO RUTA	HIDALGO	TULANCINGO	24.5	X	17	2
EL TREN	JALISCO	GUADALAJARA	25	X	14	2
TRIBUNA DE LA BAHÍA	JALISCO	PTO. VALLARTA	25.5	X	16.29	3
EL DIARIO GRANDE DE MICHOACÁN PROVINCIA	MICHOACAN	MORELIA	26	X	27	4
LA VOZ DE MICHOACAN	MICHOACAN	MORELIA	26	X	15	4
DIARIO DE MORELOS , AL SERVICIO DE LA COMUNIDAD	MORELOS	CUERNAVACA	29	X	27	4
MERIDIANO DE NAYARIT	NAYARIT	TEPIC	29.5	X	26	4
ABC DE MONTERREY	NUEVO LEON	MONTERREY	29.44	X	26.5	4
EL IMPARCIAL, EL MEJOR DIARIO DE OAXACA	OAXACA	OAXACA	29.4	X	27	4
EL IMPARCIAL DEL ISTMO	OAXACA	SALINA CRUZ	26.3	X	13.65	2
EL POPULAR	PUEBLA	PUEBLA	29.6	X	25	4
EL MUNDO DE TEHUACAN	PUEBLA	TEHUACÁN	27.5	X	26	2
NOTICIAS LA VERDAD CADA MAÑANA	QUERETARO	QUERETARO	30.5	X	27	4
NOVEDADES DE QUINTANA ROO	QUINTANA ROO	CANCÚN	27	X	26	5

OK



DE PESO QUINTANA ROO	QUINTANA ROO	CANCÚN	26.2	X	13	2
PERIODICO ESPACIO DE QUINTANA ROO	QUINTANA ROO	CANCÚN	25	X	18.7	1
PULSO DIARIO DE SAN LUIS POTOSÍ	SAN LUIS POTOSI	SAN LUIS POTOSI	29.5	X	27	4
EL DEBATE DE CULIACÁN	SINALOA	CULIACAN	26	X	13.5	4
EL DEBATE DE GUAMUCHIL	SINALOA	GUAMUCHIL	26	X	13.5	4
EL DEBATE DE GUASAVE	SINALOA	GUASAVE	26	X	13.5	4
EL DEBATE DE LOS MOCHIS	SINALOA	LOS MOCHIS	26	X	13.5	4
EL DEBATE DE MAZATLÁN	SINALOA	MAZATLAN	26	X	13.5	4
TRIBUNA DEL YAQUI	SONORA	CIUDAD OBREGON SON.	25.5	X	26.2	3
EL IMPARCIAL DIARIO INDEPENDIENTE DE SONORA	SONORA	HERMOSILLO	26	X	25.5	4
NUEVO DÍA EL PERIÓDICO DE NOGALES	SONORA	NOGALES	26.7	X	26	2
NOTICIAS DIARIO BINACIONAL SIN FRONTERAS	SONORA	SAN LUIS RIO COLORADO	28	X	16.5	4
PRESENTE DIARIO DEL SURESTE	TABASCO	VILLAHERMOSA	26	X	19	5
EXPRESO DE CIUDAD MANTE	TAMAULIPAS	CIUDAD MANTE	25	X	15	2
EL MERCURIO DE TAMAULIPAS	TAMAULIPAS	CIUDAD VICTORIA	28	X	26	3
EL BRAVO	TAMAULIPAS	MATAMOROS	29	X	25.8	4
PM DEL BRAVO	TAMAULIPAS	MATAMOROS	26.2	X	12.9	2
EL MAÑANA DE NUEVO LAREDO	TAMAULIPAS	NUEVO LAREDO	26.7	X	27	5
HORA CERO	TAMAULIPAS	REYNOSA	25.4	X	15.2	1
EL MAÑANA GRAN DIARIO REGIONAL INDEPENDIENTE	TAMAULIPAS	REYNOSA	29.21	X	24.84	5
LA RAZON	TAMAULIPAS	TAMPICO	28.9	X	30.4	4
DIARIO DEL ISTMO	VERACRUZ	COATZACOALCOS	30	X	26	4
EL MUNDO DE CORDOBA	VERACRUZ	CORDOBA	27.5	X	26	3
LA OPINION DE POZA RICA	VERACRUZ	POZARICA	32	X	26	2
IMAGEN DE VERACRUZ	VERACRUZ	VERACRUZ	30	X	26	5
EL MUNDO DE ORIZABA	VERACRUZ	ORIZABA	27.5	X	26	3
DE PESO	YUCATAN	MERIDA	26.2	X	17	3
MILENIO NOVEDADES	YUCATAN	MERIDA	26.2	X	16.5	5
					TOTAL	217

OK



IMPRESOS PROVINCIA VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"						
ADC MEDIOS S.A. DE C.V.	ESTADO	CIUDAD	MEDIA PLANA A COLOR			NÚMERO DE INSERCIONES
			MEDIDA MECANICA EN CMS.			
			BASE	X	ALTURA	
LE GRITAMOS LA VERDAD A AGUAS	AGUASCALIENTES	AGUASCALIENTES	26	X	14	2
HIDROCALIDO LA VERDAD POR DELANTE	AGUASCALIENTES	AGUASCALIENTES	30	X	25.4	4
LA CRONICA DIARIO INDEPENDIENTE DE BAJA CALIFORNIA	BAJA CALIFORNIA	MEXICALI	26	X	14.7	4
FRONTERA DIARIO INDEPENDIENTE DE TIJUANA	BAJA CALIFORNIA	TIJUANA	25.25	X	14.02	5
TRIBUNA DE LOS CABOS	BAJA CALIFORNIA	SAN JOSE DE LOS CABOS	25	X	17	3
DIARIO INDEPENDIENTE TRIBUNA	CAMPECHE	CAMPECHE	28	X	26.5	3
CRÓNICA DE CAMPECHE	CAMPECHE	CAMPECHE	28	X	27	3
EL ORBE	CHIAPAS	TAPACHULA	26	X	16	3
EL DIARIO EXPRESION DE CHIAPAS	CHIAPAS	TUXTLA GUTIERREZ	25.4	X	16.2	3
EL DIARIO DE CHIHUAHUA	CHIHUAHUA	CHIHUAHUA	26.7	X	27	3
DIARIO DE JUÁREZ	CHIHUAHUA	CIUDAD JUÁREZ	26.7	X	25.5	3
LA VOZ DE MONCLOVA	COAHUILA	MONCLOVA	27.5	X	27	3
INFORMACIÓN CON VALOR VANGUARDIA	COAHUILA	SALTILLO	28.2	X	26	5
DIARIO DE COLIMA	COLIMA	COLIMA	27	X	26	4
AL DÍA	GUANAJUATO	LEÓN	26.5	X	13.88	3
A.M. LAS NOTICIAS COMO SON	GUANAJUATO	LEÓN	27.5	X	25.89	5
NOVEDADES DE ACAPULCO	GUERRERO	ACAPULCO	25.5	X	16.3	5
PERIODICO RUTA	HIDALGO	TULANCINGO	24.5	X	17	2
EL TREN	JALISCO	GUADALAJARA	25	X	14	1
TRIBUNA DE LA BAHÍA	JALISCO	PTO. VALLARTA	25.5	X	16.29	2
EL DIARIO GRANDE DE MICHOACÁN PROVINCIA	MICHOACAN	MORELIA	26	X	27	3
LA VOZ DE MICHOACAN	MICHOACAN	MORELIA	26	X	15	3

OK

DIARIO DE MORELOS , AL SERVICIO DE LA COMUNIDAD	MORELOS	CUERNAVACA	29	X	27	3
MERIDIANO DE NAYARIT	NAYARIT	TEPIC	29.5	X	26	3
ABC DE MONTERREY	NUEVO LEON	MONTERREY	29.44	X	26.5	3
EL IMPARCIAL, EL MEJOR DIARIO DE OAXACA	OAXACA	OAXACA	29.4	X	27	3
EL POPULAR	PUEBLA	PUEBLA	29.6	X	25	3
NOTICIAS LA VERDAD CADA MAÑANA	QUERETARO	QUERETARO	30.5	X	27	4
NOVEDADES DE QUINTANA ROO	QUINTANA ROO	CANCÚN	27	X	26	5
DE PESO QUINTANA ROO	QUINTANA ROO	CANCÚN	26.2	X	13	2
PERIODICO ESPACIO DE QUINTANA ROO	QUINTANA ROO	CANCÚN	25	X	18.7	1
NOVEDADES DE CHETUMAL	QUINTANA ROO	CHETUMAL	27	X	26	2
PULSO DIARIO DE SAN LUIS POTOSÍ	SAN LUIS POTOSI	SAN LUIS POTOSI	29.5	X	27	3
EL DEBATE DE CULIACÁN	SINALOA	CULIACAN	26	X	13.5	3
EL DEBATE DE LOS MOCHIS	SINALOA	LOS MOCHIS	26	X	13.5	3
EL DEBATE DE MAZATLÁN	SINALOA	MAZATLAN	26	X	13.5	3
TRIBUNA DEL YAQUI	SONORA	CIUDAD OBREGON SON.	25.5	X	26.2	3
EL IMPARCIAL DIARIO INDEPENDIENTE DE SONORA	SONORA	HERMOSILLO	26	X	25.5	4
NUEVO DÍA EL PERIÓDICO DE NOGALES	SONORA	NOGALES	26.7	X	26	2
NOTICIAS DIARIO BINACIONAL SIN FRONTERAS	SONORA	SAN LUIS RIO COLORADO	28	X	16.5	4
PRESENTE DIARIO DEL SURESTE	TABASCO	VILLAHERMOSA	26	X	19	5
EL MERCURIO DE TAMAULIPAS	TAMAULIPAS	CIUDAD VICTORIA	28	X	26	3
EL BRAVO	TAMAULIPAS	MATAMOROS	29	X	25.8	4
EL MAÑANA DE NUEVO LAREDO	TAMAULIPAS	NUEVO LAREDO	26.7	X	27	5
HORA CERO	TAMAULIPAS	REYNOSA	25.4	X	15.2	1
EL MAÑANA GRAN DIARIO REGIONAL INDEPENDIENTE	TAMAULIPAS	REYNOSA	29.21	X	24.84	4
LA RAZON	TAMAULIPAS	TAMPICO	28.9	X	30.4	3
DIARIO DEL ISTMO	VERACRUZ	COATZACOALCOS	30	X	26	4
EL MUNDO DE CORDOBA	VERACRUZ	CORDOBA	27.5	X	26	2

OX

LA OPINION DE POZA RICA	VERACRUZ	POZARICA	32	X	26	2
IMAGEN DE VERACRUZ	VERACRUZ	VERACRUZ	30	X	26	5
EL MUNDO DE ORIZABA	VERACRUZ	ORIZABA	27.5	X	26	2
DE PESO	YUCATAN	MERIDA	26.2	X	17	2
MILENIO NOVEDADES	YUCATAN	MERIDA	26.2	X	16.5	5
					TOTAL	173

Diarios Impresos en la Ciudad de México

MEDIOS IMPRESOS CIUDAD DE MÉXICO			VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"	VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	CARACTERÍSTICAS	NÚMERO DE INSERCIONES	NÚMERO DE INSERCIONES
EL UNIVERSAL	EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL S.A. DE C.V.	1/4 PLANA A COLOR	12	10
EL GRÁFICO	ARTES GRÁFICAS EN PERIÓDICO S.A. DE C.V.	PLANA A COLOR	8	5
EXCELSIOR	GIM COMPAÑÍA EDITORIAL S.A. DE C.V.	1/4 PLANA A COLOR	10	6
			1	1
LA RAZÓN	L.R.H.G. INFORMATIVO S.A. DE C.V.	ROBAPLANA A COLOR OCTAVO DE PLANA A COLOR	8	5
			1	1
				1
LA CRÓNICA	LA CRÓNICA DIARIA S.A. DE C.V.	ROBAPLANA A COLOR	5	3
		CINTILLO A COLOR	1	1
MILENIO	MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA A COLOR	2	1
			1	1
IMPACTO DIARIO	CEMGISA, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA A COLOR	20	17
24 HORAS	INFORMACION INTEGRAL 24/7 S.A.P.I DE C.V.	ROBAPLANA A COLOR	5	3
EL FINANCIERO	EL FINANCIERO MARKETING, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA A COLOR	8	6
			1	1
EL ECONOMISTA	EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA A COLOR	8	6
LA JORNADA	DEMOS, DESARROLLO DE MEDIOS, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA A COLOR	3	2
		PLANA A COLOR ANUARIO	1	
		12 MODULOS A COLOR		1
LA PRENSA	EDITORIA LA PRENSA S.A. DE C.V.	ROBAPLANA A COLOR	10	5

EL HERALDO DE MÉXICO	OPERADORA Y ADMINISTRADORA DE INFORMACIÓN Y EDITORIAL, S.A. DE C. V.	ROBAPLANA A COLOR	7	4
- REPORTE ÍNDIGO CINCO DÍAS	CAPITAL NEWS, S.A. DE C.V.	ROBAPLANA A COLOR	4	3
- CAPITAL MÉXICO		ROBA-PLANA A COLOR	4	3

Revistas

REVISTAS			VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"	VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	INSERCIÓNES CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD DE INSERCIÓNES	CANTIDAD DE INSERCIÓNES
REVISTA TV NOTAS	NOTMUSA, S.A. DE C.V.	PLANA A COLOR	3	1
		MEDIA PLANA A COLOR		1
REVISTA TVYNOVELAS	EDITORIAL TELEvisa, S.A. DE C.V.	PLANA A COLOR	3	3
CONTRALÍNEA	EDITORIAL LIBERTAD Y EXPRESIÓN, S.A. DE C.V.	PLANA A COLOR	1	1
FORTUNA	V&L GLOBAL SERVICES CONSULTING & ADVISORS BUSINESS, S.C.	PLANA A COLOR	1	1
REVISTA CHAMUCO	CARICATURAS, INTERNET, ANIMACIONES Y REVISTAS S.A. DE C.V.	4TA DE FORROS	1	1
GANADERÍA INTENSIVA	EDITORIAL AGRO-SINTESIS, S.A. DE C.V.	2DA Y 4TA DE FORROS A COLOR	2	2
REVISTA CEBÚ			2	2
SÍNTESIS PORCINA			2	2
SÍNTESIS AVÍCOLA			2	2

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 PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN"**.

STPS

SECRETARÍA DEL TRABAJO
Y PREVISIÓN SOCIAL

INSTITUTO
Fonacot

MEDIOS DIGITALES						
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	SITIO WEB	VERSIÓN PRODUCTOS, TEMA: "LOGROS"		VERSIÓN DESCUENTOS, TEMA: "BUEN FIN"	
			FORMATO	MEDIDAS	FORMATO	MEDIDAS
EL UNIVERSAL ON LINE	EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL S.A. DE C.V.	www.eluniversal.com.mx	BOX BANNER	300X250 PIXELES	BOX BANNER	300X250 PIXELES
SDP NOTICIAS	PERIODICO DIGITAL SENDERO S.A.P.I DE C.V.	www.sdpnoticias.com	BANNER	300 X 250 PIXELES	BANNER	300 X 250 PIXELES
ESTUDIOS AZTECA	ESTUDIOS AZTECA S.A. DE C.V.	http://www.tvazteca.com/	BOX BANNER FULL BANNER LAYER BANNER CORTINILLA AZTECA	300x250 950X90 400X400 PIXELES 30" maximo	BOX BANNER FULL BANNER LAYER BANNER CORTINILLA AZTECA	300x250 950X90 400X400 PIXELES 30" maximo
SHAZAM	MEDIOS PUBLICITARIOS USMC S. DE R.L. DE C.V.	App Shazam	LISTENING SCREEN	320X400 PIXELES	LISTENING SCREEN	320X400 PIXELES
PRODUCCIONES MCR	PRODUCCIONES MCR S.A. DE C.V.	www.saludineroyamor.com	BANNER GEADER	414 X 170 PIXELES	BANNER GEADER	414 X 170 PIXELES
LA OTRA OPINIÓN	COMUNICACIONES S.A. DE C.V.	www.laotraopinion.com.mx	LATERAL CORTO BOX BANNER HOME	300x150 PIXELES	HOME MEDIO BOX BANNER HOME	970X90 300x150 PIXELES
LA SAGA DE ADELA MICHA	CONDUCCIÓN DE TELECOMUNICACIONES, S.C	www.la-saga.com	BOX BANNER	300X 250 PIXELES	SKYCRAPER HORIZONTAL	970X90 PIXELES
EJE CENTRAL	ESTRICTAMENTE DIGITAL, S.C.	www.ejecentral.com.mx	BANNER AV. MEDIA	728X90 PIXELES	BANNER AV. MEDIA	728X90 PIXELES
JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA	PLATAFORMA DIGITAL JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA S. DE R.L. DE C.V.	www.lopezdoriga.com	BOX BANNER MOBILE BOX BANNER	300x250 PIXELES 300X250 PIXELES	HALF PAGE MOBILE MOBILE LEADERBOARD MOBILE	300x600 320X100 PIXELES

STPS

SECRETARÍA DEL TRABAJO
Y PREVISIÓN SOCIAL

INSTITUTO
fonacot

ACENTO RADIO	UTILITIES & PROFESIONAL SERVICES AMR, S.A. DE C.V.	www.acento-radio.com.mx	LEADER BOARD BOX BANNER	1500 X 125 PIXELES 250X250 PIXELES	LEADER BOARD BOX BANNER	1500 X 125 PIXELES 250X250 PIXELES
LA CARPA	ALFREDO VEGA YAÑEZ	www.carpa.com.mx	BANNER	300 X 300 PIXELES	BANNER	300 X 300 PIXELES
MARÚ ROJAS EN FÓRMULA	OBSERVACIÓN Y CREACIÓN DE MEDIOS OCM, S.A. DE C.V.	www.marurojasenfomula.com	TOP BANNER	728 x 90 PIXELES	TOP BANNER	728 x 90 PIXELES
MILENIO	AGENCIA DIGITAL, S.A. DE C.V.	www.milenio.com	BOX BANNER ROS	300 X 250 PIXELES	BOX BANNER ROS	300 X 250 PIXELES
VOX POPULI	PUBLICIDAD IMAGINARTE S.A. DE C.V.	www.voxpopulinoticias.com.mx	BANNER IMÁGENES EN NOTA	728X68 468X30 800X600 PIXELES	BANNER IMÁGENES EN NOTA	728X68 468X30 800X600 PIXELES
NRM WEB	NRM COMUNICACIONES S.A. DE C.V.	www.enfoquenoticias.com.mx www.sterocien.com.mx www.897.com.mx www.beat1009.com.mx www.100am.com.mx www.sabrosita590am.com.mx www.bandolera1410.com.mx	LEADER BOARD	728 X 90 PIXELES	LEADER BOARD	728 X 90 PIXELES
CCO NOTICIAS	ADRIÁN DJEDA CASTILLA	www.cconoticias.info	BANNER	936 x 120 PIXELES 300 x 300 PIXELES	BANNER	1100 x 120 PIXELES. 700 x 164 PIXELES
MÁS COMUNICACIÓN	MEXICANOS Y AMERICANOS SISTEMAS DE COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.,	www.uniradioinforma.com www.eldiariodecoahuila.com.mx http://periodicolavoz.com.mx/ http://www.oronoticias.com.mx/ http://www.encontacto.mx/ http://www.oronoticias.com.mx/ http://www.ort.com.mx/ http://misnoticias.mx/ http://notirivas.com/ http://www.vozenred.com/ http://naradio.com/	BANNER LB BANNER MR BANNER MOBILE BANNER MOBILE VIDEO INREAD	(728X90 PIXELES (300X250) PIXELES (320X250) PIXELES (300X250) PIXELES MPG4	BANNER LB BANNER MR BANNER MOBILE BANNER MOBILE VIDEO INREAD	(728X90 PIXELES (300X250) PIXELES (320X250) PIXELES (300X250) PIXELES MPG4
LA POLÍTICA MEDARISA	MARIA YAZMIN ALESSANDRINI MORALES	www.lapoliticamedarisa.mx	BOX BANNER	1000X90 PIXELES	BOX BANNER	1000X90 PIXELES
MÉXICO INFORMA	EDICIONES KUKULCANCUN S.A. DE C.V.	www.mexicoinforma.mx	BANNER	300X300 PIXELES	BANNER	300X300 PIXELES



MESA REVUELTA	THOT COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	www.mesarevuelta.com.mx	BANNER	940X140 PIXELES	BANNER	940X140 PIXELES
METRÓPOLI HOY	ALEJANDRO FRANCISCO ALVAREZ MANILLA FLORES	www.metropolihoy.com.mx	BANNER FIJO	160X600 PIXELES	BANNER FIJO	160X600 PIXELES
MUJERES.MX	CATÉDRA TECNOLOGÍA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN S.C.	www.mujeresmas.mx	LEADBOARD	728X90 PIXELES	BOX BANNER	300X250 PIXELES
EXPANSIÓN	EXPANSIÓN S.A. DE C.V.	www.expansion.mx	SUPERLEADERBOARD HALFBANNER BOX BANNER HIGH MOBILE BANNER LEADERBOARD	970X90 ,300X600, 300X250 ,320X100 Y 728X90 PIXELES	SUPERLEADERBOARD BOX BANNER HIGH MOBILE BANNER LEADERBOARD	970X90, 300X250 ,320X100 Y 728X90 PIXELES
ORO SOLIDO	ROSSANA GUADALUPE DÍAZ AVENDAÑO	www.orosolido.mx	BANNER	300X300 PIXELES	BANNER	300X300 PIXELES
INFORMADOR	UNIÓN EDITORIALISTA SA DE CV	www.informador.com.mx	LEADERBOARD LARGO BOX BANNER BILLBOARD BOXBANNER	970X90, 300X250, 980X250, 300X250 PIXELES	LEADERBOARD LARGO BOX BANNER BILLBOARD BOXBANNER	970X90, 300X250, 980X250, 300X250 PIXELES
CONTRAMURO	CORPORATIVO PUBLICITARIO EN COMUNICACIÓN MULTIMEDIA S.A. DE C.V.	www.contramuro.com	5 SQUARE BANNER DIFERENTES SECCIONES	300X400 PIXELES	2 MEGABANNER	980X250 PIXELES
EL IMPARCIAL	MM ON LINE S.A. DE C.V.	www.elimparcial.com	BANNER	300 X 250 PIXELES	BANNER	300 X 250 PIXELES
EL ARSENAL	LUCILA ORTIZ CALDERON	www.elarsenal.net	BANNER	300 X 250 PIXELES	VIDEO BANNER	VIDEO MP4
MARCO ANTONIO MARES	MARCO ANTONIO MARES GARCÍA	www.marcomares.com.mx	BOX BANNER, TOP BANNER CARROUSEL,	300x 250, 728x90, PIXELES	BOX BANNER, TOP BANNER CARROUSEL,	300x 250, 728x90, PIXELES

OX

STPS

SECRETARÍA DEL TRABAJO
Y PREVISIÓN SOCIAL

INSTITUTO
fonacot

ÍNDICE CORPORATIVO	M&A COMUNICACIONES S.A. DE C.V.	www.indicorporativo.com	SQUARE FATSKYSCRAPER	300X250 PIXELES 300X600 PIXELES	SQUARE FATSKYSCRAPER	300X250 PIXELES 300X600 PIXELES
GENTE DETRÁS DEL DINERO	MAURICIO FLORES ARELLANO	www.gentedetrasdeldinero.com	BANNER TOP SUPERIOR	350X250 PIXELES	BANNER TOP SUPERIOR	350X250 PIXELES
SINAPSISMX	OCHOA COMUNICACIÓN CORPORATIVA, S.A. DE C.V.	www.sinapsis.mx.com	HALF BANNER	300x250 PIXELES	HALF BANNER	300x250 PIXELES
PAOLA ROJAS	PRH COMUNICACIÓN S.A. DE C.V.	www.paalarojas.com.mx	BANNER	728 X 270 PIXELES	BANNER	728 X 270 PIXELES
FEDERICO LAMONT	LAMAR COMUNICACIONES S.A. de C.V.	www.federicolamont.com	BANNER	300X250 PIXELES	BANNER	300X250 PIXELES
CLAUDIA ARELLANO B	CLAUDIA ARELLANO BELLOC LIMÓN	www.claudiaarellanob.com	SÚPER BANNER	1000 X 100 PIXELES	SÚPER BANNER	1000 X 100 PIXELES
TÉLEFONO ROJO	CAMACHO, UREÑA Y ASOCIADOS S.A. DE C.V.	www.telefonorojo.mx	BOX BANNER EN HOME PAGE	300X250 PIXELES	BOX BANNER EN HOME PAGE	300X250 PIXELES

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:

MEDIOS COMPLEMENTARIOS							
VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"				VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"			
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	MEDIO	PLAZA	SPOTS	MEDIO	PLAZA	SPOTS
TELEURBAN (METROBUS, MEXIBUS)	AP&H COMMUNICATION GROUP, S.A. DE C.V.	PANTALLAS EN METROBUS Y MEXIBUS	CDMX	139,392	PANTALLAS EN METROBUS Y MEXIBUS	CDMX	124,146
			MEXIBUS	123,552		MEXIBUS	108,680
			PUEBLA	33,264		PUEBLA	29,260
			GUADALAJARA	86,592		GUADALAJARA	85,690
			TSU	94,848		TSU	75,088
				477,648			422,864
			PLAZA	AUTOBUSES		PLAZA	AUTOBUSES

		DOVELAS	CIUDAD DE MÉXICO	5	DOVELAS	CIUDAD DE MÉXICO	29
			EDOMEX	3		GUADALAJARA	41
				8			70

MEDIOS COMPLEMENTARIOS					
VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"				VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"	
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	LÍNEA DE AUTOBUSES	# DE AUTOBUSES	LÍNEA DE AUTOBUSES	# DE AUTOBUSES
TRANSCOM (PANTALLAS EN AUTOBUSES FORÁNEOS)	TRANS-COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	ÓMNIBUS DE MÉXICO	483	AUTOBUSES DE BAJA CALIFORNIA	80
		AUTOBUSES DE BAJA CALIFORNIA	80	AUTOTRANSPORTE FLECHA ROJA	250
		AUTOBUSES OVNI BUS	80	AUTOTRANSPORTES VALLE DEL MEZQUITAL	90
		AUTOTRANSPORTE FLECHA ROJA	250	AUTOBUSES MÉXICO-TOLUCA-ZINACANTEPEC	120
		AUTOBUSES MÉXICO-TOLUCA-ZINACANTEPEC	140	OMNIBUS DE TEQUILA	60
		OMNIBUS DE TEQUILA	60	AUTOTRANSPORTES TUFESA	120
		AUTOTRANSPORTES TUFESA	120	AUTOBUSES SERVICIOS COORDINADOS	173
		AUTOBUSES EXPRESO AZUL	45	AUTOBUSES MÉXICO-TOLUCA-ZINACANTEPEC	1
		AUTOBUSES MÉXICO-TOLUCA-ZINACANTEPEC	1		894
			1,259		

Q

MEDIOS COMPLEMENTARIOS					
VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"				VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"	
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	VALLAS EN PARTIDOS	MINUTOS	VALLAS EN PARTIDOS	MINUTOS
AMCO (VALLAS DE FUTBOL)	AMX CONTENIDO, S.A. DE C.V.	PACHUCA vs SANTOS	1	MONTERREY vs VERACRUZ	1
		MONTERREY vs TOLUCA	1	CRUZ AZUL vs LOBOS	1
		CRUZ AZUL vs AMERICA	1	TOLUCA vs PUMAS	1
		TOLUCA vs QUERETARO	1		3
		LEÓN vs PUEBLA	1		
			5		

MEDIOS COMPLEMENTARIOS									
		VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"				VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"			
		ESPACIOS							
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	LÍNEA	8 M2	4 M2	2 M2	LÍNEA	8 M2	4 M2	2 M2
5M2 (METROBUS)	5M2 ANDENES S.A.P.I. DE C.V.	L-1	3	2	4	L-1	3	2	4
		L-2		6	3	L-2		6	3
		L-2			1	L-2			1
		L-3	3	2	4	L-3	3	2	4
		L-4		6	1	L-4		6	1
		L-5	3	2	4	L-5	3	2	4
			9	18	17		9	18	17

MEDIOS COMPLEMENTARIOS							
		VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"			VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"		
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	PLAZA	MEDIO	SERVICIOS/# DE PANTALLAS	PLAZA	MEDIO	SERVICIOS/# DE PANTALLAS
FIRMESA	FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS S,A, DE C.V.	COBERTURA NACIONAL	PANTALLAS INTERJET	2	COBERTURA NACIONAL	PANTALLAS INTERJET	2
			PANTALLAS VOLARIS	2		PANTALLAS VOLARIS	2
		CDMX, AGUASCALIENTES, BAJA CALIFORNIA, CHIAPAS, CHIHUAHUA, COAHUILA, DURANGO, EDO DE MEX., GUANAJUATO, GUERRERO, HIDALGO, JALISCO, MICHOACÁN, MORELOS, NAYARIT, NUEVO LEÓN, OAXACA, QUERÉTARO, S.L.P., SINALOA, SONORA, TAMAULIPAS, VERACRUZ Y ZACATECAS.	PANTALLAS TERMINALES	159	CDMX, AGUASCALIENTES, BAJA CALIFORNIA, CHIAPAS, CHIHUAHUA, COAHUILA, DURANGO, EDO DE MEX., GUANAJUATO, GUERRERO, HIDALGO, JALISCO, MICHOACÁN, MORELOS, NAYARIT, NUEVO LEÓN, OAXACA, QUERÉTARO, S.L.P., SINALOA, SONORA, TAMAULIPAS, VERACRUZ Y ZACATECAS.	PANTALLAS TERMINALES	159



	CDMX AJUSTE	1	CDMX	1
--	-------------	---	------	---

MEDIOS COMPLEMENTARIOS							
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"			VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"		
		PLAZA	MEDIO	# DE RECIBOS	PLAZA	MEDIO	# DE RECIBOS
IMPACTA PUBLICIDAD	PLATAFORMAS Y SERVICIOS NETWORKS. S.A. DE C.V.	CIUDAD DE MÉXICO	IMPRESIÓN EN RECIBOS DE GAS	485,312	CIUDAD DE MÉXICO	IMPRESIÓN EN RECIBOS DE GAS	485,312
		MONTERREY		560,597	MONTERREY		560,597
		NUEVO LAREDO		33,650	NUEVO LAREDO		33,650
		BAJÍO SUR		87,447	BAJÍO SUR		87,447
		BAJÍO NORTE		82,994	BAJÍO NORTE		82,994
				1,250,000			1,250,000

MEDIOS COMPLEMENTARIOS							
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"			VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"		
		MEDIO	PRODUCTO	LÍNEAS	PLAZA	MEDIO	LÍNEAS
ISA	ISA CORPORATIVO, S.A. DE C.V.	METRO CDMX ESTACIONES	PANEL DE ANDEN	L1, L2, L3, L4, L5, L8, L9, L12, LA Y LB	METRO CDMX ESTACIONES	DOVELA SENCILLA	L1, L2 Y L3
			PANEL DE ESTACIÓN			DOVELA MEDIANA	L7 Y L9
		METRO CDMX TRENES	DOVELA SENCILLA	L1, L2 Y L3	METRO MONTERREY TRENES	DOVELA SENCILLA	L1 Y L2
			DOVELA MEDIANA	L7 Y L9	METRO GUADALAJARA TRENES	DOVELA SENCILLA	L1
		METRO MONTERREY	PANEL DE ANDEN	L1			
			DOVELA SENCILLA	L1 Y L2			
		METRO GUADALAJARA TRENES	PANEL DE ANDEN	L1 Y L2			
			DOVELA SENCILLA				

MEDIOS COMPLEMENTARIOS									
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"				VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"			
		MEDIO	DIAS	FRANJA	# DE SPOTS	MEDIO	DIAS	FRANJA	# DE SPOTS
ISA TV	ISA TV, S.A. DE C.V.	METRO CDMX 30"	DE LUNES A VIERNES	PRIME	216	METRO CDMX SPOTEO 30"	DE LUNES A VIERNES	PRIME	57
				REGULAR	432			REGULAR	105
				PRIME	162			PRIME	45
			SÁBADO Y DOMINGO	PRIME	36		SÁBADO Y DOMINGO	PRIME	18
				REGULAR	105			REGULAR	51

			PRIME	54			PRIME	30	
		PRODUCTO INTEGRADO SPOT (MENCIONES 20")	DE LUNES A VIERNES	PRIME/REGULAR	209	PRODUCTO INTEGRADO MENCIONES 20"	DE LUNES A VIERNES	PRIME/REGULAR	171
				1,214					477

MEDIOS COMPLEMENTARIOS					
VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"			VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"		
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	PLAZA	CONGLOMERADOS	PLAZA	CONGLOMERADOS
COMUNICACIÓN EN MEDIOS EXTERIORES	COMUNICACIÓN EN MEDIOS EXTERIORES S.A. DE C.V.	ESTADO DE MÉXICO	20	ESTADO DE MÉXICO	18

MEDIOS COMPLEMENTARIOS					
VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"			VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"		
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	PLAZA	PANTALLAS	PLAZA	PANTALLAS
A, A AND F	A, A AND F PRODUCCIONES MÉXICO, S.A. DE C.V.	CIUDAD DE MÉXICO	21	CIUDAD DE MÉXICO	8

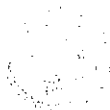
MEDIOS COMPLEMENTARIOS							
VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"				VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"			
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	FORMATO	COBERTURA	CANTIDAD DE CINEMINUTOS	FORMATO	COBERTURA	CANTIDAD DE CINEMINUTOS
CINEMEX CINEMINUTO	LCV COMUNICACIÓN VISUAL S.A. DE C.V.	CINEMINUTO	NACIONAL	42,945	CINEMINUTO	NACIONAL	8,575

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.

La proyección de la campaña se plantea que sea en toda la República Mexicana, dirigida específicamente a personas de Nivel Socioeconómico C+, C, y D+ con un empleo formal.

IV.- PLAZO Y CONDICIONES DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El plazo de la prestación de los servicios a contratar para la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN"**, tendrán



una vigencia del 8 de octubre al 19 de noviembre 2018. La campaña al estar compuesta por dos versiones, tendrá dos periodos en los que se difundirá la publicidad correspondiente a cada tema, por lo que la **VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"** estará activa del 8 al 31 de octubre y la **VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"** será del 1 al 19 de noviembre 2018.

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 2018" 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 PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN"**, comprobarán la prestación de estos dentro de los primeros 5 (cinco) días hábiles siguientes a la conclusión del total de los servicios de cada una de las versiones que la compone y conforme al cumplimiento en fechas establecidas en órdenes de trabajo.

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

- ✓ **MEDIOS ELECTRÓNICOS (RADIO).** Para demostrar el cumplimiento fiel y exacto de los servicios conforme a la orden de transmisión, 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 la orden de inserción, el prestador del servicio deberá entregar como testigos 2 (dos) juegos de la publicación impresa original y 1(uno) juego en digital de la portada y de la publicidad por cada inserción que componga la pauta.
- ✓ **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 la orden de trabajo, anexando los diseños emitidos por la Dirección de Comunicación Institucional. Asimismo, para demostrar el cumplimiento de la orden 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 transmitieron los spots con una parte de la publicidad previa y posterior al anuncio de la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN"**.

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.

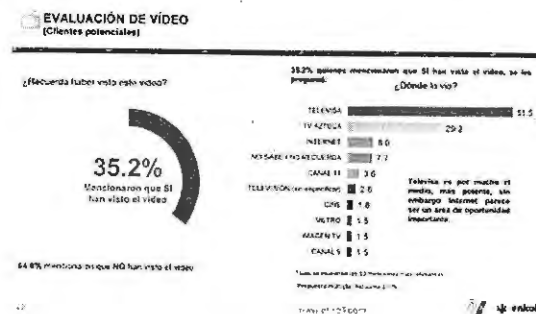
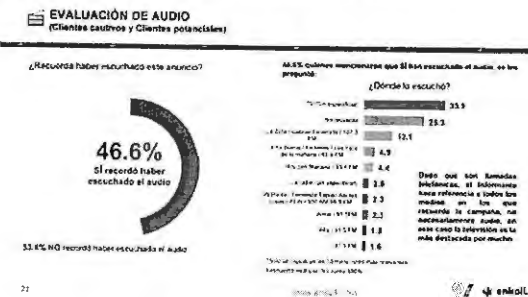
Cabe señalar que la orden de servicio, trabajo, transmisión, inserción y de exhibición, será entregada el día de la notificación de adjudicación a cada prestador del servicio junto con el arte, a fin de dar inicio a la difusión de la campaña.

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: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN"**, se consideraron los resultados del estudio realizado por la empresa *Enkoll*, referente a la evaluación de la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIÓN TRABAJADORES FORMALES, TEMA: REGRESO A CLASES** realizada en agosto del presente. Estos estudios se hicieron con base a lo establecido 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 2018" que precisan en el Artículo 8 lo siguiente:

"...realizar estudios para medir la pertinencia y efectividad de las campañas de Comunicación Social"

Uno de los aspectos a evaluar en la Campaña Regreso a Clases, fue conocer los medios de comunicación que se encuentran como los más eficaces considerando los hábitos de exposición y consumo de medios de usuarios y no usuarios del crédito FONACOT, 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, y posibles áreas de oportunidad; como resultados están los siguientes:





EVALUACIÓN DE IMAGEN
(Clientes potenciales)

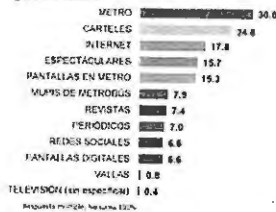
Recordación global de las imágenes



68.9% mencionaron que NO han visto la imagen

31.1% quienes mencionaron que sí han visto alguna de las imágenes, se les preguntó:

¿En dónde las vio?



HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES

RECORDACIÓN PUBLICITARIA ESPONTÁNEA

27.4% de los entrevistados, recordó publicidad relacionada con el Instituto FONACOT de manera espontánea siendo la Televisión (41.0%) y la Radio (26.3%) los dos medios de mayor recordación.

RECORDACIÓN PUBLICITARIA QUERIDA

El Audio fue el anuncio que tuvo mayor recordación de los tres formatos (audio, video e imagen), pues obtuvo una recordación del 47%, mientras el Video alcanzó el 35% y las imágenes 31%.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Uno de cada tres entrevistados declaró haber escuchado el audio a través de Televisión (30.6%); mientras que el video tiene mayor recordación a través de las televisiones Televisa (51.5%) y TV Azteca (29.2%), que fueron las más sobresalientes. Por otro lado, los medios impresos tuvieron mayor recordación por informantes que mencionaron haber visto las imágenes en el Metro (20.6%), seguido de Carteles (24.8%). No obstante, cabe destacar la relevancia de Internet, ya que las imágenes exhibidas, en sitios globales, tuvieron una recordación de 17.8% en dicho medio, si sumamos la recordación que tuvieron las mismas imágenes de la campaña en redes sociales (6.6%), obtenemos una recordación total del 24.6% de recordación global para las imágenes a través de Internet.

RECORDACIÓN PUBLICITARIA GLOBAL

La recordación global de la campaña, en cualquiera de los formatos (audio, video e imagen) y espontánea se obtuvo el 60.6% de recordación; y únicamente el 39.2% de los informantes no recordó ninguna de los anuncios ni publicidad relacionada con el Instituto FONACOT.

Los resultados indican que Televisión y Radio se encuentran como los medios con mayor impacto a través de los cuales el público objetivo del Instituto visualiza y escucha los mensajes publicitarios. Asimismo, los medios digitales y los complementarios agregan valor, alcance y frecuencia a la publicidad que lleva a cabo el Instituto para dar a conocer sus servicios.

La Opinión de los usuarios y no usuarios después de ver, leer o escuchar información del Instituto arrojó una mejora promedio en la percepción del Instituto del 60.8%.

En este sentido, los resultados reflejan que los medios de comunicación que tienen mejor respuesta para llegar al target del Instituto son: televisión (video), radio, periódicos (imagen) y complementarios, los cuales se han considerado para el desarrollo de la campaña motivo de este documento.

Además, se confirma lo siguiente:

- ✓ FONACOT confirma su arraigo y preferencia por los usuarios y ratifican su preferencia hacia la utilización de los créditos de forma recurrente.
- ✓ Se identificó que la publicidad en televisión y radio es de las principales al contar con mayor impacto y recordación.
- ✓ Los medios complementarios y digitales le agregan valor, alcance y frecuencia al mensaje publicitario.

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 PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS 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 y su penetración es mayor.



DIARIOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los periódicos 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.
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. 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.
CINE	<ol style="list-style-type: none"> 1. La ausencia total de zapping hace que el espectador se quede enganchado al mensaje que tiene delante, sea este publicitario o no, con una capacidad de recuerdo que ronda el 400%. 2. Es un medio idóneo, sobre todo si se quiere realizar una campaña publicitaria de gran alcance, pero no se cuenta con el presupuesto necesario. 3. Es un medio capaz de llegar a todos los segmentos de la población
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) los beneficios del crédito FONACOT como apoyo para los trabajadores formales en la compra de bienes y servicios con tasas de interés competitivas en el mercado, destacando primordialmente que el Instituto FONACOT promueve el ahorro en pro del bienestar social y de las familias de los trabajadores del país. La campaña en mención busca apoyar a los trabajadores formales del país en la planeación de la compra de bienes y servicios que requieran para el último trimestre del año, considerando que son meses en los cuales perciben recursos económicos que, de manera complementaria, pueden adicionar con los servicios crediticios que ofrece el Instituto FONACOT para fortalecer su patrimonio familiar o adquirir los servicios que necesiten aprovechando fechas como lo es el Buen Fin.

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.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

Televisión

Transmisión de Spots de Televisión de 30 segundos cada uno en diversos horarios durante el periodo del 8 de octubre al 19 de noviembre 2018, comprendiendo dos versiones de la campaña:

MEDIO	TELEVISIÓN RAZÓN SOCIAL	MONTOS (No incluye IVA)	
		VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"	VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"
IZZI	GRUPO TELEvisa S.A.B.	\$ 1,200,000.00	\$ 800,000.00
AZTECA TRECE / UNO	ESTUDIOS AZTECA S.A. DE C.V.	\$ 1,200,000.00	\$ 800,000.00
MILENIO TELEVISIÓN	AGENCIA DIGITAL, S.A. DE C.V.	\$ 400,000.00	\$ 200,000.00
PSTV	PROVEEDORA DE SERVICIOS DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V.	\$ 500,000.00	\$ 300,000.00
ADN40	OPERADORA MEXICANA DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V.	\$ 1,200,000.00	\$ 800,000.00
TOTAL		\$ 4,500,000.00	\$ 2,900,000.00

OK

Radio

Transmisión de Spots de Radio de 30 segundos cada uno en diversos horarios durante el periodo del 8 de octubre al 19 de noviembre 2018, comprendiendo dos versiones de la campaña:

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	MONTO (No incluye IVA)	
		VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"	VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"
RADIO FÓRMULA	GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V.	\$ 1,200,000.00	\$ 800,000.00
RADIO CENTRO	GRUPO RADIO CENTRO S.A.B. DE C.V.	\$ 1,200,000.00	\$ 800,000.00
NRM	NRM COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	\$ 1,200,000.00	\$ 800,000.00
RADIORAMA	RADIORAMA, S.A. DE C.V.	\$ 1,200,000.00	\$ 800,000.00
GRUPO IMAGEN	IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V.	\$ 1,200,000.00	\$ 800,000.00
FIRMESA	FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS S.A. DE C.V.	\$ 1,500,000.00	\$ 800,000.00
LA TROPICAL CALIENTE	RJF PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	\$ 1,200,000.00	\$ 800,000.00
CADENA RASA	RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A. DE C.V.	\$ 1,200,000.00	\$ 800,000.00
MVS	STEREOREY MÉXICO, S.A.	\$ 1,200,000.00	\$ 700,000.00
GLOBAL MEDIA	CENTRO DE TELECOMUNICACIONES Y PUBLICIDAD DE MEXICO SA DE CV	\$ 1,200,000.00	\$ 1,200,000.00
TOTAL		\$ 12,300,000.00	\$ 8,300,000.00

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 y sus actualizaciones en esta materia informadas mediante el oficio emitido por la Subsecretaría de Normatividad de Medios SNM/DGNC/1275/18 de fecha 20 de julio de 2018 derivado del comunicado del Instituto Federal de Telecomunicaciones IFT/213/CGCS/105/2108 del pasado 13 de julio del presente, la respuesta que se obtuvo es la siguiente:

Transmisión de Spots de Radio de 30 segundos cada uno en diversos horarios durante el periodo del 8 de octubre al 19 de noviembre 2018, comprendiendo dos versiones de la campaña:

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	MONTO (No incluye IVA)	
		VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"	VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"
AMARC	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MÉXICO, A.C.	\$ 499,200.00	\$ 301,600.00
RADIO TIERRA Y LIBERTAD	POR LA IGUALDAD SOCIAL, A. C.	\$ 38,400.00	\$ 23,200.00

ZAACHILA RADIO	COMERCIALIZADORA DE SERVICIOS PUBLICITARIOS Y MULTIMEDIOS MAYANN S.A. DE C.V.	\$ 38,400.00	\$ 23,200.00
AVERCOP	ASOCIACION VERACRUZANA DE COMUNICADORES POPULARES A.C.	\$ 38,400.00	\$ 23,200.00
ECOS DE MANANTLÁN	ECOS DE MANANTLÁN A.C.	\$ 38,400.00	\$ 23,200.00
LA VOZ DEL MAR	IKE SIIDI VIAA A.C.	\$ 38,400.00	\$ 23,200.00
TOTAL		\$ 691,200.00	\$ 417,600.00

MEDIOS IMPRESOS

Diarios Provincia

Publicidad impresa en Diarios de provincia durante el periodo del 8 de octubre al 19 de noviembre 2018, comprendiendo dos versiones de la campaña:

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	MONTO (No incluye IVA) VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"	MONTO (No incluye IVA) VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"
DIARIOS PROVINCIA	ADC MEDIOS S.A. DE C.V.	\$ 7,000,000.00	\$ 6,000,000.00
TOTAL		\$ 7,000,000.00	\$ 6,000,000.00

Diarios Ciudad de México

Publicidad impresa en Diarios de la Ciudad de México durante el periodo del 8 de octubre al 19 de noviembre 2018, comprendiendo dos versiones de la campaña:

DIARIOS DF			
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	MONTO (No incluye IVA) VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"	MONTO (No incluye IVA) VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"
EL UNIVERSAL EL GRAN DIARIO DE MÉXICO	EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL S.A. DE C.V.	\$ 732,000.00	\$ 600,000.00
EL GRÁFICO	ARTES GRÁFICAS EN PERIÓDICO S.A. DE C.V.	\$ 400,000.00	\$ 250,000.00
EXCELSIOR	GIM COMPAÑÍA EDITORIAL S.A. DE C.V.	\$ 400,000.00	\$ 250,000.00
LA CRÓNICA DE HOY	LA CRÓNICA DIARIA S.A. DE C.V.	\$ 400,000.00	\$ 250,000.00
MILENIO DIARIO	MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V.	\$ 400,000.00	\$ 250,000.00
IMPACTO DIARIO	CEMGISA, S.A. DE C.V.	\$ 732,000.00	\$ 599,930.00

24 HORAS	INFORMACION INTEGRAL 24/7 S.A.P.I DE C.V	\$ 400,000.00	\$ 249,999.99
EL FINANCIERO	EL FINANCIERO MARKETING, S.A. DE C.V.	\$ 732,000.00	\$ 600,000.00
EL ECONOMISTA	EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S.A. DE C.V.	\$ 732,000.00	\$ 600,000.00
LA JORNADA	DEMOS, DESARROLLO DE MEDIOS, S.A. DE C.V.	\$ 400,000.00	\$ 250,000.00
LA PRENSA	EDITORIA LA PRENSA S.A. DE C.V.	\$ 200,000.00	\$ 100,000.00
EL HERALDO DE MÉXICO	OPERADORA Y ADMINISTRADORA DE INFORMACIÓN Y EDITORIAL, S.A. DE C. V	\$ 399,999.95	\$ 250,000.00
REPORTE ÍNDIGO	CAPITAL NEWS, S.A. DE C.V.	\$ 800,000.00	\$ 499,999.98
CAPITAL DE MÉXICO			
LA RAZÓN DE MÉXICO	L.R.H.G. INFORMATIVO S.A. DE C.V.	\$ 732,000.00	\$ 600,000.00
TOTAL		\$ 7,459,999.95	\$ 5,349,929.97

Revistas

Publicidad impresa en Revistas durante el periodo del 8 de octubre al 19 de noviembre 2018, comprendiendo dos versiones de la campaña:

REVISTAS			
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	MONTO (No incluye IVA)	
		VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"	VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"
REVISTA TV NOTAS	NOTMUSA, S.A. DE C.V.	\$ 400,000.00	\$ 200,000.00
REVISTA TVYNOVELAS	EDITORIAL TELEvisa, S.A. DE C.V.	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00
CONTRALÍNEA	EDITORIAL LIBERTAD Y EXPRESIÓN, S.A. DE C.V.	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00
FORTUNA	V&L GLOBAL SERVICES CONSULTING & ADVISORS BUSINESS, S.C.	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00
REVISTA CHAMUCO	CARICATURAS, INTERNET, ANIMACIONES Y REVISTAS S.A. DE C.V.	\$ 85,000.00	\$ 85,000.00
GANADERÍA INTENSIVA	EDITORIAL AGRO-SINTESIS SA DE CV	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00
REVISTA CEBÚ			
SÍNTESIS PORCINA			
SÍNTESIS AVÍCOLA			
TOTAL		\$ 1,485,000.00	\$ 1,285,000.00

OK



MEDIOS DIGITALES

Publicidad en medios digitales durante el periodo del 8 de octubre al 19 de noviembre 2018, comprendiendo dos versiones de la campaña:

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	MONTO (No incluye IVA)	
		VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"	VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"
EL UNIVERSAL ON LINE	EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODISTICA NACIONAL S.A. DE C.V.	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00
SDP NOTICIAS	PERIODICO DIGITAL SENDERO S.A.P.I DE C.V.	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00
ESTUDIOS AZTECA	ESTUDIOS AZTECA S.A. DE C.V.	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00
SHAZAM	MEDIOS PUBLICITARIOS USMC S. DE R.L. DE C.V.	\$ 200,000.00	\$ 150,000.00
PRODUCCIONES MCR	PRODUCCIONES MCR S.A. DE C.V.	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
LA OTRA OPINIÓN	COMUNICALO S.A. DE C.V.	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
LA SAGA DE ADELA MICHA	CONDUCCIÓN DE TELECOMUNICACIONES, S.C	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
EJE CENTRAL	ESTRICTAMENTE DIGITAL, S.C.	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA	PLATAFORMA DIGITAL JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA S. DE R.L. DE C.V.	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00
ACENTO RADIO	UTILITIES & PROFESIONAL SERVICES AMR, S.A. DE C.V.	\$ 100,000.00	\$ 50,000.00
LA CARPA	ALFREDO VEGA YAÑEZ	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
MARÚ ROJAS EN FÓRMULA	OBSERVACIÓN Y CREACIÓN DE MEDIOS OCM, S.A. DE C.V	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
MILENIO	AGENCIA DIGITAL, S.A. DE C.V.	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00
VOX POPULI	PUBLICIDAD IMAGINARTE S.A DE C.V.	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00

OK



NRM WEB	NRM COMUNICACIONES S.A. DE C.V.	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00
CCO NOTICIAS	ADRIÁN OJEDA CASTILLA	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00
MÁS COMUNICACIÓN	MEXICANOS Y AMERICANOS SISTEMAS DE COMUNICACIÓN S.A. DE C.V.	\$ 200,000.00	\$ 200,000.00
LA POLÍTICA ME DA RISAS	MARIA YAZMIN ALESSANDRINI MORALES	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
MÉXICO INFORMA	EDICIONES KUKULCANCUN S.A. DE C.V.	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
MESA REVUELTA	THOT COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00
METRÓPOLI HOY	ALEJANDRO FRANCISCO ALVAREZ MANILLA FLORES	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
MUJERES.MX	CATÉDRA TECNOLOGÍA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN S.C.	\$ 100,000.00	\$ 50,000.00
EXPANSIÓN	EXPANSIÓN S.A. DE C.V.	\$ 150,000.00	\$ 50,000.00
ORO SOLIDO	ROSSANA GUADALUPE DÍAZ AVENDAÑO	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
INFORMADOR	UNIÓN EDITORIALISTA SA DE CV	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
CONTRAMURO	CORPORATIVO PUBLICITARIO EN COMUNICACIÓN MULTIMEDIA S.A. DE C.V.	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
EL IMPARCIAL	MM ON LINE S.A. DE C.V.	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
EL ARSENAL	LUCILA ORTIZ CALDERON	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
MARCO ANTONIO MARES	MARCO ANTONIO MARES GARCÍA	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
ÍNDICE CORPORATIVO	M&A COMUNICACIONES S.A. DE C.V.	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
GENTE DETRÁS DEL DINERO	MAURICIO FLORES ARELLANO	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
SINAPSISMEX	OCHOA COMUNICACIÓN CORPORATIVA, S.A. DE C.V.	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
PAOLA ROJAS	PRH COMUNICACIÓN S.A. DE C.V.	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00

R



FEDERICO LAMONT	LAMAR COMUNICACIONES S.A. de C.V.	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
CLAUDIA ARELLANO B	CLAUDIA ARELLANO BELLOC LIMÓN	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
TELÉFONO ROJO	CAMACHO, UREÑA Y ASOCIADOS S.A. DE C.V.	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
TOTAL		\$ 2,850,000.00	\$ 2,600,000.00

MEDIOS COMPLEMENTARIOS

Publicidad en Medios complementarios del 8 de octubre al 19 de noviembre 2018, comprendiendo dos versiones de la campaña:

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	MONTO (No incluye IVA)	
		VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"	VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"
TELEURBAN (METROBUS, MEXIBUS)	AP&H COMMUNICATION GROUP, S.A. DE C.V.	\$ 11,000,000.00	\$ 10,000,000.00
TRANSCOM (PANTALLAS EN AUTOBÚSES FORÁNEOS)	TRANS-COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.	\$ 1,200,000.00	\$ 1,000,000.00
AMCO VALLAS DE FUTBOL	AMX CONTENIDO, S.A. DE C.V.	\$ 500,000.00	\$ 300,000.00
5M2 (METROBUS)	5M2 ANDENES S.A.P.I. DE C.V.	\$ 1,000,000.00	\$ 1,000,000.00
FIRMESA	FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS S,A, DE C.V.	\$ 2,500,000.00	\$ 2,500,000.00
IMPACTA PUBLICIDAD	PLATAFORMAS Y SERVICIOS NETWORKS. S.A. DE C.V.	\$ 1,000,000.00	\$ 1,000,000.00
ISA	ISA CORPORATIVO, S.A. DE C.V.	\$ 1,000,000.00	\$ 400,000.00
ISA TV	ISA TV, S.A. DE C.V.	\$ 999,999.37	\$ 399,999.51
COMUNICACIÓN EN MEDIOS EXTERIORES	COMUNICACIÓN EN MEDIOS EXTERIORES S.A. DE C.V.	\$ 2,500,000.00	\$ 2,300,000.00
A, A AND F	A, A AND F PRODUCCIONES MÉXICO, S.A. DE C.V.	\$ 1,999,999.89	\$ 800,000.00
TOTAL		\$ 23,699,999.26	\$ 19,699,999.51

CINEMINUTO			
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	MONTO (No incluye IVA)	
		VERSIÓN PRODUCTOS, TEMA: "LOGROS"	VERSIÓN DESCUENTOS, TEMA: "BUEN FIN"
CINEMEX CINEMINUTO	LCV COMUNICACIÓN VISUAL S.A. DE C.V.	\$ 10,000,000.00	\$ 2,000,000.00

CUADRO RESUMEN DE MONTOS POR TIPO DE MEDIO:

MEDIO DE COMUNICACIÓN	VERSIÓN PRODUCTOS, TEMA: "LOGROS"	VERSIÓN DESCUENTOS, TEMA: "BUEN FIN"
TELEVISIÓN	\$ 4,500,000.00	\$ 2,900,000.00
RADIO	\$ 12,300,000.00	\$ 8,300,000.00
CONCESIONES DE RADIODIFUSIÓN DE USO SOCIAL COMUNITARIO E INDÍGENA	\$ 691,200.00	\$ 417,600.00
DIARIOS PROVINCIA	\$ 7,000,000.00	\$ 6,000,000.00
DIARIOS CIUDAD DE MÉXICO	\$ 7,459,999.95	\$ 5,349,929.97
REVISTAS	\$ 1,485,000.00	\$ 1,285,000.00
MEDIOS DIGITALES	\$ 2,850,000.00	\$ 2,600,000.00
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	\$ 23,699,999.26	\$ 19,699,999.51
CINEMINUTO	\$ 10,000,000.00	\$ 2,000,000.00
TOTAL	\$69,986,199.21	\$48,552,529.48

MONTOS (No incluye IVA)

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 radiodifusoras enlistadas en su Comunicado, de las cuales se obtuvo respuesta de las que se presentan en esta justificación para su contratación. De la lista del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), se contactaron a las 18 radiodifusoras, de las cuales se obtuvo respuesta de 17, no se pudo contemplar para la difusión de la campaña. 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).

OK

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 "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS 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:

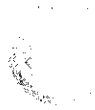
De conformidad con lo señalado en el Artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 22 fracción II, 25, 26 fracción III, 40 y 41 fracción III de la LAASSP; y 71 de su Reglamento, se propone realizar la contratación de las personas físicas y morales antes mencionadas a través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

Motivación:

La difusión de la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN"**, tiene el objetivo de dar a conocer los beneficios específicos del Crédito FONACOT, haciendo énfasis en el uso del crédito para la compra de bienes y pago de servicios; incrementar la colocación de créditos y promover el ahorro de los trabajadores formales al otorgarle financiamiento en condiciones favorables; integrar a la cadena de valor a las cámaras empresariales, sindicatos y entidades gubernamentales, para intensificar la afiliación de Centros de Trabajo; dar a conocer el Crédito FONACOT como incentivo esencial para los trabajadores, así como apoyar a los trabajadores formales del país en las temporadas de ofertas y descuentos como Buen Fin a efecto de que cuenten con el recursos necesario para la adquisición de bienes y pago de servicios que requieran.

Asimismo, se busca mantener y reafirmar al Instituto FONACOT como la opción líder para los trabajadores formales en la obtención de créditos que les permitan mejorar la calidad de vida de sus familias, fomentar el ahorro y protección a su patrimonio. Asimismo, impulsar el desarrollo social de los trabajadores formales con la prestación laboral del Crédito FONACOT.

La ejecución de la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN"**, de acuerdo al Programa Anual de Publicidad y Promoción para el ejercicio fiscal 2018 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 D+.



Tomando en consideración este público objetivo, así como estudios de evaluación realizados a las últimas dos campañas del 2017: **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN BUEN FIN"** y **"BENEFICIOS DEL CRÉDITO FONACOT, VERSIÓN NAVIDAD"**, 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 PUBLICITARIA DENOMINADA "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS 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 2018*, en sus siguientes artículos:

Artículo 23 que a la letra dice:

-Las Dependencias y Entidades no podrán realizar contrataciones sin contar con la autorización de la Dirección General de Normatividad de Comunicación, así como sin contar con la Clave de Identificación de Campaña. En caso de incumplir con la presente disposición, las Dependencias y Entidades estarán sujetas a las responsabilidades que establecen las disposiciones jurídicas que resulten aplicables.

Artículo 24 que a la letra dice:

- 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 descuentos y precios preferenciales y convenientes 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. Además de tener la certeza de estar contratando medios que cuentan con la experiencia necesaria en el ámbito, la capacidad técnica y económica para llevar a cabo la difusión de la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN"**, ya que han prestado servicios a diversas dependencias del Gobierno de la República y por lo tanto garantizan la prestación de los servicios en las mejores condiciones.

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 anuales del Instituto, se afectará la adecuación presupuestal e incremento de la partida 36201 "Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios" autorizada con el acuerdo 54-270718 en la Sexagésima primera Sesión Ordinaria del Consejo Directivo y la excepción del numeral 6 (fechas límite) del oficio **No. 307-A-1892** sobre las disposiciones del cierre presupuestario 2018 autorizada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y que marca como fecha límite para iniciar los procedimientos de contratación hasta el 15 de octubre del presente y caer en subejercicio que dañará los intereses del Instituto. Aunado a lo anterior no se podría cumplir el objeto de la campaña, no se logre el impacto proyectado y finalmente 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 en tiempo y de forma directa a los trabajadores formales, el derecho que tienen de acceder a un crédito del Gobierno de la República a través del



Instituto, así como los beneficios del mismo impidiendo impulsar su desarrollo social con la prestación laboral del Crédito FONACOT y usándolo como apoyo para la temporada de ofertas y descuentos como El Buen Fin. Asimismo, de no efectuarse la campaña que nos ocupa afectaría negativamente el crecimiento esperado 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 pago de 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 requerida 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, 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 PUBLICITARIA DENOMINADA "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN"**, impacte en un mayor volumen del público objetivo.

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.

Asimismo, 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 la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN"**, asciende a la cantidad Versión Productos "Logros" \$ **\$69,986,199.21 (SESENTA Y NUEVE MILLONES NOVECIENTOS OCHENTA Y SEIS MIL CIENTO NOVENTA Y NUEVE PESOS 21/100 M.N.)** más el Impuesto

al Valor Agregado y la Versión Descuentos "Buen Fin" \$48,552,529.48 (CUARENTA Y OCHO MILLONES QUINIENTOS CINCUENTA Y DOS MIL QUINIENTOS VEINTINUEVE PESOS 48/100 M.N.) más el Impuesto al Valor Agregado, dando un total general de \$118,538,728.69 (CIENTO DIECIOCHO MILLONES QUINIENTOS TREINTA Y OCHO MIL SETESCIENTOS VEINTIOCHO PESOS 69/100 M.N.) más el Impuesto al Valor Agregado

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

Se realizarán dos pagos conforme a la recepción de servicio y entregables (testigos) efectivamente proporcionados y descritos en la orden de servicio conforme a cada versión de la campaña, los cuales se hayan efectuado en apego a lo descrito en este anexo técnico en cuanto a tiempo y forma. Asimismo, los pagos se realizarán de acuerdo a lo señalado en el artículo 51 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público (LAASSP), dentro de los 20 días naturales posteriores a la recepción de la factura, previa validación de la misma por parte de la Dirección de Comunicación Institucional del Instituto FONACOT. En la prestación del servicio objeto del presente anexo técnico, no se otorgarán anticipos.

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 éstas 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 las actividades sustantivas del Instituto FONACOT, las cuales se listan a continuación:

TELEVISIÓN				
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
IZZI	GRUPO TELEvisa S.A.B.	GTE901219GK3	AV. VASCO DE QUIROGA 2000, COL. SANTA FE, DEL. ÁLVARO OBREGÓN, C.P. 01210, CIUDAD DE MÉXICO	JORGE AGUSTIN LUTTEROTH ECHEGOYEN Y JULIO BARBA HURTADO
AZTECA TRECE / UNO	ESTUDIOS AZTECA S.A. DE C.V.	EAZ0311047B6	CALZADA DE TLALPAN 2818 COL. SAN PABLO TEPETLAPA DELEGACIÓN COYOACÁN CIUDAD DE MÉXICO CP 04840	JOSE GUADALUPE BOTELLO MEZA
MILENIO TV	AGENCIA DIGITAL, S.A. DE C.V.	ADI0809035M0	AYUNTAMIENTO 125, CENTRO CP 06040 CIUDAD DE MÉXICO.	PEDRO CESAR GONZÁLEZ LEAL
PSTV	PROVEEDORA DE SERVICIOS DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V.	PST940628JNA	CALZADA DEL HUESO N. 10 COL. SANTA URSULA COAPA CP. 04850 CIUDAD DE MÉXICO	JUAN CARLOS HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ
ADN40	OPERADORA MEXICANA DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V.	OMT9306023A6	PERIFÉRICO SUR 4121, COL. FUENTES DEL PEDREGAL, C.P. 14140, DELG. TLALPAN, CDMX	RAFAEL RODRÍGUEZ SÁNCHEZ

RADIO

STPSSECRETARÍA DEL TRABAJO
Y PREVISIÓN SOCIAL**INSTITUTO**
Fonacot

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
RADIO FÓRMULA	GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V.	GRA9406213L3	PRIVADA DE HORACIO #10, COL. CHAPULTEPEC MORALES, DEL. MIGUEL HIDALGO C.P. 11570 CD MEX	FLORENTINO BARRITA JUÁREZ
RADIO CENTRO	GRUPO RADIO CENTRO S.A.B. DE C.V.	GRC920714CG2	AV. CONSTITUYENTES # 1154, COL. LOMAS ALTAS, DEL. MIGUEL HIDALGO, C.P.11950 CD. DE MÉXICO	ARTURO YAÑEZ FLORES
NRM	NRM COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	PRA821220S92	PROLONGACIÓN PASEO DE LA REFORMA 115-401 B COL. PASEO DE LAS LOMAS CP 01330, CD MÉXICO	EMILIO RAÚL SANDOVAL NAVARRETE
RADIORAMA	RADIORAMA, S.A. DE C.V.	RAD701209N34	REFORMA LOMAS # 2620, 2DO. PISO, COL. LOMAS ALTAS, DEL. MIGUEL HIDALGO, CP. 11950, CD. DE MÉXICO	EMILIO RAUL SANDOVAL NAVARRETE
GRUPO IMAGEN	IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V.	IRC151203F8A	AVE UNIVERSIDAD 2014, COL COPILCO UNIVERSIDAD, DEL. COYOACÁN, CDMX. C.P. 04360	CPF. SERGIO SUILO OROZCO
FIRMESA	FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS S.A. DE C.V.	FIR7207197X7	AVE. EJÉRCITO NACIONAL # 552, COL. POLANCO REFORMA, DEL MIGUEL HIDALGO, C.P. 11550 CDMEX	LUIS IGNACIO FLORES SANTIBAÑEZ
LA TROPICAL CALIENTE	RIF PUBLICIDAD, S.A. DE C.V.	RPU130624425	AVE. SAN MARTIN TEXMELUCAN No.57, COL. LA PAZ PUEBLA PUE., C.P. 72160	JOSÉ RAFAEL CAÑEDO CARRIÓN
CADENA RASA	RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A. DE C.V.	RA5560314PK7	DURANGO # 341, PISO 1, COL. ROMA, DEL. CUAUHTÉMOC, MÉXICO D.F., C.P. 06700	EDUARDO LUIS LARIS RODRÍGUEZ
MVS	STEREOREY MÉXICO, S.A.	SME741219F83	MARIANO ESCOBEDO # 532, COL. ANZURES, DEL. MIGUEL HIDALGO, CDMX., CP. 11590	JUAN CARLOS CORTÉS ROSAS
GLOBAL MEDIA	CENTRO DE TELECOMUNICACIONES Y PUBLICIDAD DE MEXICO SA DE CV	CTP080805P99	AVE. SALVADOR NAVA MARTINEZ 278, COL. EL PASEO, CP.78320, SAN LUIS POTOSI, SLP	ELIAS DE JESUS NAVARRO PARAMO

OK

CONCESIONES DE RADIODIFUSIÓN DE USO SOCIAL COMUNITARIO E INDÍGENA

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
AMARC	RED DE RADIOS COMUNITARIAS DE MÉXICO, A.C.	RRC070125LIS	VISTA HERMOSA # 89 COL. PORTALES, DEL BENITO JUÁREZ. CDMX C.P. 03300	ROCÍO ROMÁN FERNÁNDEZ
RADIO TIERRA Y LIBERTAD	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

ZAACHILA RADIO	COMERCIALIZADORA DE SERVICIOS PUBLICITARIOS Y MULTIMEDIOS MAYANN S.A. DE C.V.	CSP111003QY6	Calle Alhelies número 45 D, colonia Exmarquezado, Oaxaca de Juárez, Oaxaca	MARCOS MARTÍNEZ HERNÁNDEZ
AVERCOP	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
ECOS DE MANANTLÁN	ECOS DE MANANTLÁN A.C.	EMA040131UH2	BASILIO VADILLO 55A,ZAPOTITLAN DE VADILLO JALISCO,CP 49770	Juan Contreras Contreras
LA VOZ DEL MAR	IKE SIIDI VIAA A.C.	ISV150904SU2	ADOLFO RUIZ CORTINEZ #2 COL DEPORTIVA, SALINA CRUZ OAXACA CP 70610	EPIGMENIO FIDEL BAUTISTA RAMÍREZ

DIARIOS PROVINCIA

RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
ADC MEDIOS S.A. DE C.V.	AME1202029G2	LUZ SAVIÑON 13 - 602 COL. DEL VALLE C.P. 03100 DEL. BENITO JUÁREZ, CIUDAD DE MÉXICO.	RENATO INIESTA LACALLE

DIARIOS EDITADOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO

MEDIO	RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
EL UNIVERSAL	EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL S.A. DE C.V.	UPN830920KC4	BUCARELI 8 COL. CENTRO DEL. CUAUHTÉMOC, CDMX, C.P.06040	ILDEFONSO FERNÁNDEZ GUEVARA
EL GRÁFICO	ARTES GRÁFICAS EN PERIÓDICO S.A. DE C.V.	AGP0401224R5	BUCARELI 8 COL. CENTRO DEL. CUAUHTÉMOC. C.P.06040	ILDEFONSO FERNÁNDEZ GUEVARA
EXCELSIOR	GIM COMPAÑÍA EDITORIAL S.A. DE C.V.	GED170704JW7	AV. UNIVERSIDAD 2014, COL. COPILCO UNIVERSIDAD, C.P. 04360, CIUDAD DE MÉXICO	CPF SERGIO SUILO OROZCO
LA RAZÓN	L.R.H.G. INFORMATIVO S.A. DE C.V.	LIN 090430 G35	AVENIDA MELCHOR OCAMPO 193, PISO 7 TORRE PRIVANZA, COL. VERONICA ANZURES, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11300, CIUDAD DE MÉXICO	GUILLERMO MARTÍNEZ DÍAZ
LA CRÓNICA	LA CRÓNICA DIARIA S.A. DE C.V.	CDI070111F89	AV. AZCAPOTZALCO LA VILLA # 160 COL. SAN MARCOS. CP. 02020 DELEGACION AZCAPOTZALCO CDMX	JORGE CERÓN MEDINA
MILENIO	MILENIO DIARIO, S.A. DE C.V.	MDI991214A74	MORELOS 16, COL. CENTRO, CIUDAD DE MÉXICO, C.P. 06040	C.P. JAVIER CHAPA CANTÚ
IMPACTO DIARIO	CEMGISA, S.A. DE C.V.	CEM1512014M6	AV. CEYLÁN NO. 517. COL. INDUSTRIAL VALLEJO DEL. AZCAPOTZALCO. C.P.02300	FERNANDO ARENAS CASTELA
24 HORAS	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

STPS

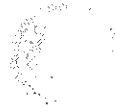
SECRETARÍA DEL TRABAJO
Y PREVISIÓN SOCIAL



INSTITUTO
fonacot

EL FINANCIERO	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	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
LA JORNADA	DEMOS, DESARROLLO DE MEDIOS, S.A. DE C.V.	DDM840626 PM2	AV. CUAUHTÉMOC # 1236, COL. SANTA CRUZ ATOYAC, C.P. 03300, DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ, CIUDAD DE MÉXICO	LIC. ELIZABETH CRISTINA SANTELIZ DOMÍNGUEZ
LA PRENSA	EDITORIA LA PRENSA S.A. DE C.V.	EPR930S06DT1	BASILIO VADILLO NO.40, COL. TABACALERA DELEG. CUAUHTÉMOC, C.P.06030, CIUDAD DE MÉXICO	CARLOS SALVADOR HUERTA LARA
EL HERALDO DE MÉXICO	OPERADORA Y ADMINISTRADORA DE INFORMACIÓN Y EDITORIAL, S.A. DE C.V.	OAI161214M17	PASEO DE LA REFORMA 250, COL. JUÁREZ, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC, CP. 06600, CIUDAD DE MÉXICO	FRANCO JUAN CARREÑO OSORIO
CAPITAL DE MÉXICO / REPORTE ÍNDIGO	CAPITAL NEWS, S.A. DE C.V.	EPU9812212U5	MONTES URALES 425 PISO 1, COL. LOMAS DE CHAPULTEPEC I SECCIÓN, DEL. MIGUEL HIDALGO, CP. 11000 CIUDAD DE MÉXICO.	SARA RAMÍREZ MARTÍNEZ

REVISTAS				
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
REVISTA TV NOTAS	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	CARLOS MANUEL FLORES NUÑEZ ANTONIO SEGURA ORTEGA
REVISTA TVYNOVELAS	EDITORIAL TELEvisa, S.A. DE C.V.	ETE950324R23	AV. VASCO DE QUIROGA 2000 EDIFICIO E COL. SANTA FE CP. 01210 DELEG. ALVARO OBREGÓN, CDMX	PORFIRIO SÁNCHEZ GALINDO Y JULIO BARBA HURTADO
CONTRALÍNEA	EDITORIAL LIBERTAD Y EXPRESIÓN, S.A. DE C.V.	ELE120330S52	ALDAMA 74, INTERIOR 8, COL. DEL CARMEN, DELEGACIÓN COYOACÁN, CP 04100, CDMX	C.P. ROCÍO TRINIDAD GARCÍA BADILLO
FORTUNA	V&L GLOBAL SERVICES CONSULTING & ADVISORS BUSINESS, S.C.	VGS140401A35	BULGARIA 121 B, INT. 202, COL. PORTALES NORTE, DEL. BENITO JUÁREZ, C.P. 03303, CDMX	FERNANDO HORACIO LEÓN GONZÁLEZ
REVISTA CHAMUCO	CARICATURAS, INTERNET, ANIMACIONES Y REVISTAS S.A. DE C.V.	CIA070123FD0	TLAXCALA #165 INTERIOR 109, COL. HIPÓDROMO CONDESA, C.P. 06100 CUAUHTÉMOC, CD. DE MÉXICO	JOSÉ GARCÍA HERNÁNDEZ
GANADERÍA INTENSIVA REVISTA CEBÚ SÍNTESIS PORCINA	EDITORIAL AGRO-SÍNTESIS SA DE CV	EAS0101091B9	JUAN SALVADOR AGRAZ 44, 2DO PISO. SANTA FÉ, CDMX. CP. 01210.	PABLO GONZÁLEZ NIEVES



SÍNTESIS AVÍCOLA				
---------------------	--	--	--	--

MEDIOS DIGITALES				
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
EL UNIVERSAL ON LINE	EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODISTICA NACIONAL S.A. DE C.V.	UPN830920KC4	BUCARELI 8, COL. CENTRO, MÉXICO, CIUDAD DE MÉXICO CP 06040	ILDEFONSO FERNANDEZ GUEVARA
SDP NOTICIAS	PERIODICO DIGITAL SENDERO S.A.P.I DE C.V.	PDS080402H29	PLAZA DE LA RÉPUBLICA 35, PISO 4 COL. TABACALERA, DEL. CUAUHTÉMOC CP 06030 CIUDAD DE MÉXICO	RENÉ TRINIDAD GARCÍA ESPAÑA
ESTUDIOS AZTECA	ESTUDIOS AZTECA S.A. DE C.V.	EAZ0311047B6	CALZADA DE TLALPAN 2818 COL. SAN PABLO TEPETLAPA DELEGACIÓN COYOACÁN D.F. C.P. 04840	JOSÉ GUADALUPE BOTELLO MEZA
SHAZAM	MEDIOS PUBLICITARIOS USMC S. DE R.L. DE C.V.	MPU130809FW4	AV. EJERCITO NACIONAL 418 PISO 2 OFICINA 202 COL. POLANCO V SECCIÓN MIGUEL HIDALGO C.P. 11560	UZIEL GARCIA APAEZ
PRODUCCIONES MCR	PRODUCCIONES MCR S.A. DE C.V.	PMC1604144E1	CALLE CULIACÁN NÚM. 91, INT. 3 COL. HIPÓDROMO CONDESA DEL. CUAUHTÉMOC CP 06170 CDMX	DIANA ROMINA ROMÁN PINEDA
LA OTRA OPINIÓN	COMUNICALO S.A. DE C.V.	COM0002088G1	AV. EUGENIO GARZA SADA #3820 PISO 16, DEPTO. 1603 COL. MÁS PALOMAS VALLE DE SANTIAGO CP 64780 MONTERREY NUEVO LEÓN	RICARDO ALEMÁN ALEMÁN



LA SAGA DE ADELA MICHA	CONDUCCIÓN DE TELECOMUNICACIONES, S.C	CTE061020391	HOMERO 203 PISO 10 OF 01, POLANCO V SECCIÓN MIGUEL HIDALGO CP 11650	SUZANNE FAUGIER DRACULIS
EJE CENTRAL	ESTRICTAMENTE DIGITAL, S.C.	EDI090408FC8	CAMPOS ELÍSEOS 385 TORRE A, PISO 11, POLANCO CHAPULTEPEC, MIGUEL HIDALGO, 11560	RAYMUNDO RIVA PALACIO NERI
JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA	PLATAFORMA DIGITAL JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA S. DE R.L. DE C.V.	PDJ140411SC9	RUBÉN DARÍO #223, TORRE A-8, CHAPULTEPEC MORALES, CP 11570, MIGUEL HIDALGO, CIUDAD DE MÉXICO	MARÍA DEL ROCÍO AGUILAR DARRIBA
ACENTO RADIO	UTILITIES & PROFESIONAL SERVICES AMR, S.A. DE C.V.	UAP120412TJ6	BOLIVAR N. 488, COL. ALGARÍN DEL. CUAUHTEMOC CIUDAD DE MÉXICO CP 06880	MIGUEL ANGEL AMACENDE CABAÑAS
LA CARPA	ALFREDO VEGA YAÑEZ	[REDACTED]	[REDACTED]	ALFREDO VEGA YAÑEZ
MARÚ ROJAS EN FÓRMULA	OBSERVACIÓN Y CREACIÓN DE MEDIOS OCM, S.A. DE C.V	OCM111006KJ8	MITLA 670 INT. 4, COL. LETRAN VALLE, 03650, BENITO JUAREZ CDMX	MIGUEL ARTURO AVILA TORRES
MILENIO	AGENCIA DIGITAL, S.A. DE C.V.	ADI0809035M0	AYUNTAMIENTO 125, CENTRO CP 06040 CIUDAD DE MÉXICO.	C.P. PEDRO CESAR GONZÁLEZ LEAL
VOX POPULI	PUBLICIDAD IMAGINARTE S.A DE C.V.	PIM170405GY3	ALVARO OBREGON 20671 ROMA NORTE CP 06700 CUAUHTEMOC, CDMX	JUAN CARLOS RUÍZ RAMÍREZ
NRM WEB	NRM COMUNICACIONES S.A. DE C.V.	PRA821220592	PROLONGACIÓN PASEO DE LA REFORMA 115-401 B COL. PASEO DE LAS LOMAS CP 01330, CIUDAD DE MÉXICO	LIC. EMILIO RAÚL SANDOVAL NAVARRETE
CCO NOTICIAS	ADRIÁN OJEDA CASTILLA	[REDACTED]	[REDACTED]	ADRIÁN OJEDA CASTILLA

Elaborado por el personal de la STPS. Toda información contenida en este documento es de carácter confidencial y no debe ser divulgada fuera de los canales oficiales de comunicación. Toda información que sea divulgada fuera de los canales oficiales de comunicación será considerada como información confidencial y será sancionada de acuerdo a lo establecido en el artículo 175 de la Ley General del Trabajo y el artículo 174 de la Ley General de Prevención Social. Toda información que sea divulgada fuera de los canales oficiales de comunicación será considerada como información confidencial y será sancionada de acuerdo a lo establecido en el artículo 175 de la Ley General del Trabajo y el artículo 174 de la Ley General de Prevención Social.

Elaborado por el personal de la STPS. Toda información contenida en este documento es de carácter confidencial y no debe ser divulgada fuera de los canales oficiales de comunicación. Toda información que sea divulgada fuera de los canales oficiales de comunicación será considerada como información confidencial y será sancionada de acuerdo a lo establecido en el artículo 175 de la Ley General del Trabajo y el artículo 174 de la Ley General de Prevención Social. Toda información que sea divulgada fuera de los canales oficiales de comunicación será considerada como información confidencial y será sancionada de acuerdo a lo establecido en el artículo 175 de la Ley General del Trabajo y el artículo 174 de la Ley General de Prevención Social.

Elaborado por el personal de la STPS. Toda información contenida en este documento es de carácter confidencial y no debe ser divulgada fuera de los canales oficiales de comunicación. Toda información que sea divulgada fuera de los canales oficiales de comunicación será considerada como información confidencial y será sancionada de acuerdo a lo establecido en el artículo 175 de la Ley General del Trabajo y el artículo 174 de la Ley General de Prevención Social. Toda información que sea divulgada fuera de los canales oficiales de comunicación será considerada como información confidencial y será sancionada de acuerdo a lo establecido en el artículo 175 de la Ley General del Trabajo y el artículo 174 de la Ley General de Prevención Social.

Elaborado por el personal de la STPS. Toda información contenida en este documento es de carácter confidencial y no debe ser divulgada fuera de los canales oficiales de comunicación. Toda información que sea divulgada fuera de los canales oficiales de comunicación será considerada como información confidencial y será sancionada de acuerdo a lo establecido en el artículo 175 de la Ley General del Trabajo y el artículo 174 de la Ley General de Prevención Social. Toda información que sea divulgada fuera de los canales oficiales de comunicación será considerada como información confidencial y será sancionada de acuerdo a lo establecido en el artículo 175 de la Ley General del Trabajo y el artículo 174 de la Ley General de Prevención Social.



MÁS COMUNICACIÓN	MEXICANOS Y AMERICANOS SISTEMAS DE COMUNICACIÓN S.A. DE C.V.	MA5011002T66	INSURGENTES SUR, 1571, 301-302, COL SAN JOSÉ INSURGENTES, C.P. 03900, BENITO JUÁREZ, MÉXICO, CDMX	JUAN HUMBERTO VITAL VERGARA
LA POLÍTICA ME DA RISA	MARIA YAZMIN ALESSANDRINI MORALES	[REDACTED]	[REDACTED]	MARIA YAZMIN ALESSANDRINI MORALES
MÉXICO INFORMA	EDICIONES KUKULCANCUN S.A. DE C.V.	EKU0705026V9	INSURGENTES CENTRO 132, DESPACHO 406. EDIFICIO MALLORCA, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC. COLONIA TABACALERA, CP 06030. CIUDAD DE MÉXICO	ANTONIO CHÁVEZ SÁNCHEZ
MESA REVUELTA	THOT COMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	TCO1S0820DM6	RÍO DANUBIO 94 INT. 501, COL. CUAUHTÉMOC, DEL. CUAUHTÉMOC CP. 06500, CIUDAD DE MÉXICO	EUNICE ORTEGA ALBARRÁN
METRÓPOLI HOY	ALEJANDRO FRANCISCO ALVÁREZ MANILLA FLORES	[REDACTED]	[REDACTED]	ALEJANDRO FRANCISCO ALVÁREZ MANILLA FLORES
MUJERES.MX	CATÉDRA TECNOLOGÍA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN S.C.	CTI150630GU8	RÍO TÁMESIS NÚM. 8 INT. E, COL. CUAUHTÉMOC CP DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC CDMX CP. 06500	NATALIA JANETH VALDÉS CATEDRA
EXPANSIÓN	EXPANSIÓN S.A. DE C.V.	EXP68.12035X3	AV. CONSTITUYENTES 956 COL. LOMAS ALTAS MIGUEL HIDALGO, CIUDAD DE MÉXICO CP 11950.	BERNARDO ALVÁREZ DEL CASULLO VARGAS
ORO SOLIDO	ROSSANA GUADALUPE DÍAZ AVEDAÑO	[REDACTED]	[REDACTED]	ROSSANA DÍAZ AVEDAÑO

Resolución 402 de 2010 de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social...

Resolución 402 de 2010 de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social...

Resolución 402 de 2010 de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social...

Resolución 402 de 2010 de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social...

PK



INFORMADOR	UNIÓN EDITORIALISTA SA DE CV	UED031111B80	INDEPENDENCIA #300 ZONA CENTRO GUADALAJA JAL. CP:44100	FERNANDO IBARRA RIVAS
CONTRAMURO	CORPORATIVO PUBLICITARIO EN COMUNICACIÓN MULTIMEDIA S.A. DE C.V.	CPC160302KA5	BAJA CALIFORNIA NORTE NÚM. 169 COL. ISAAC ARRIAGA CP 58210 MORELIA MICHOACÁN	EDUARDRO OCHOA CANAN
EL IMPARCIAL	MM ON LINE S.A. DE C.V.	MOL110216CR6	LUZ Saviñon NO. 13 INT. 503 COLONIA DEL VALLE CENTRO DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ, CIUDAD DE MÉXICO C.P. 03100	RENATO INIESTA LACALLE
EL ARSENAL	LUCILA ORTIZ CALDERON	[REDACTED]	[REDACTED]	LUCILA ORTIZ CALDERÓN
MARCO ANTONIO MARES	MARCO ANTONIO MARES GARCÍA	[REDACTED]	[REDACTED]	MARCO ANTONIO MARES GARCÍA
ÍNDICE CORPORATIVO	M&A COMUNICACIONES S.A. DE C.V.	MCO130731LC1	SAN FRANCISCO FIGURACO NO. 48, COYOACÁN. CP 04000, CIUDAD DE MÉXICO	ROGELIO FRANCISCO VARELA DOMÍNGUEZ
GENTE DETRÁS DEL DINERO	MAURICIO FLORES ARELLANO	[REDACTED]	[REDACTED]	MAURICIO FLORES ARELLANO
SINAPSISMX	OCHOA COMUNICACIÓN CORPORATIVA, S.A. DE C.V.	OCC130828KXA	MONTE ELBRUZ 125-1401, LOMAS DE CHAPULTEPEC, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO C.P. 11000, CIUDAD DE MÉXICO	ANA LUISA OCHOA MILLÁN
PAOLA ROJAS	PRH COMUNICACIÓN S.A. DE C.V.	PCO1312051N2	SOR JUANA INÉS DE LA CRUZ 204, COLONIA METROPOLITANA 2A SECCIÓN, C.P. 57740, CIUDAD NEZAHUALCÓYOTL.	LIC. ROSA DEL CARMEN LÓPEZ CORREA

Artículo 149 de la Ley Federal del Trabajo. El presente es un documento de carácter informativo y no constituye un contrato de trabajo. El presente documento es propiedad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y no debe ser distribuido ni utilizado para fines ajenos a los que fueron destinados. El presente documento es propiedad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y no debe ser distribuido ni utilizado para fines ajenos a los que fueron destinados.

Artículo 149 de la Ley Federal del Trabajo. El presente es un documento de carácter informativo y no constituye un contrato de trabajo. El presente documento es propiedad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y no debe ser distribuido ni utilizado para fines ajenos a los que fueron destinados. El presente documento es propiedad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y no debe ser distribuido ni utilizado para fines ajenos a los que fueron destinados.

Artículo 149 de la Ley Federal del Trabajo. El presente es un documento de carácter informativo y no constituye un contrato de trabajo. El presente documento es propiedad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y no debe ser distribuido ni utilizado para fines ajenos a los que fueron destinados. El presente documento es propiedad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y no debe ser distribuido ni utilizado para fines ajenos a los que fueron destinados.

Artículo 149 de la Ley Federal del Trabajo. El presente es un documento de carácter informativo y no constituye un contrato de trabajo. El presente documento es propiedad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y no debe ser distribuido ni utilizado para fines ajenos a los que fueron destinados. El presente documento es propiedad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y no debe ser distribuido ni utilizado para fines ajenos a los que fueron destinados.

Artículo 149 de la Ley Federal del Trabajo. El presente es un documento de carácter informativo y no constituye un contrato de trabajo. El presente documento es propiedad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y no debe ser distribuido ni utilizado para fines ajenos a los que fueron destinados. El presente documento es propiedad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y no debe ser distribuido ni utilizado para fines ajenos a los que fueron destinados.

Artículo 149 de la Ley Federal del Trabajo. El presente es un documento de carácter informativo y no constituye un contrato de trabajo. El presente documento es propiedad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y no debe ser distribuido ni utilizado para fines ajenos a los que fueron destinados. El presente documento es propiedad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y no debe ser distribuido ni utilizado para fines ajenos a los que fueron destinados.

Handwritten mark

FEDERICO LAMONT	LAMAR COMUNICACIONES S.A. DE C.V.	LCO1DD73049A	1ª CERRADA DE MELCHOR OCAMPO 23, COL. ROMERO DE TERREROS, DEL. COYOACÁN, CP. 04310, CIUDAD DE MÉXICO	SOFÍA EUGENIA MARTÍNEZ CORVERA
CLAUDIA ARELLANO B	CLAUDIA ARELLANO BELLOC LIMÓN	▼		CLAUDIA ARELLANO BELLOC LIMÓN
TELÉFONO ROJO	CAMACHO, UREÑA Y ASOCIADOS S.A. DE C.V.	CUA110214944	MARIANO OTERO #5733-88 COL. PASEOS DEL SOL PRIMERA SECCIÓN C.P. 45079 ZAPOPAN JALISCO	JOSÉ ASUNCIÓN UREÑA VELÁZQUEZ

Resolución STPS de 05/11/2010. Fundamento Legal: Artículos 159 y 160 de la Ley Federal del Trabajo. El presente documento es de carácter confidencial y no debe ser divulgado. Toda reproducción no autorizada será sancionada con multa de 200 días de salario. En caso de duda, consultar con el área de Recursos Humanos.

Resolución STPS de 05/11/2010. Fundamento Legal: Artículos 159 y 160 de la Ley Federal del Trabajo. El presente documento es de carácter confidencial y no debe ser divulgado. Toda reproducción no autorizada será sancionada con multa de 200 días de salario. En caso de duda, consultar con el área de Recursos Humanos.

MEDIOS COMPLEMENTARIOS				
MEDIO	RAZÓN SOCIAL	RFC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL
TELEURBAN (METROBUS, MEXIBUS)	AP&H COMMUNICATION GROUP, S.A. DE C.V.	ACG090929BM2	BOSQUE DE CIRUELOS # 168, PISO 3-A, COL. BOSQUES DE LAS LOMAS, C.P. 11700, CIUDAD DE MÉXICO	MARÍA DENNISE GARCÍA MAQUEDO
TRANSCOM (PANTALLAS EN AUTOBÚSES FORÁNEOS)	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
AMCO VALLAS DE FUTBOL	AMX CONTENIDO, S.A. DE C.V.	ACO080407868	LAGO ZURICH # 245, TORRE FALCÓN, PISO 16, COL. AMPLIACIÓN GRANADA, DELEG. MIGUEL HIDALGO, C.P. 11529, CIUDAD DE MÉXICO	DANIEL ALEJANDRO TAPIA MEJÍA
SM2 (METROBUS)	SM2 ANDENES S.A.P.J. DE C.V.	MAN0710026M3	CALZADA VALLEJO # 705, COL. NUEVA VALLEJO, DELEGACIÓN GUSTAVO A. MADERO, C.P. 07750, CIUDAD DE MÉXICO	JOSÉ MANUEL FARAH CHAJÍN RAFAEL ZALDIVAR RAMOS
FIRMESA	FUNCIONAMIENTO INTEGRO DE RADIODIFUSORAS MEXICANAS ENLAZADAS S,A, DE C.V.	FIR7207197X7	AV. EJÉRCITO NACIONAL # 552, COL. POLANCO REFORMA, C.P. 11550, CDMX	LUIS IGNACIO SANTIBÁÑEZ FLORES
IMPACTA PUBLICIDAD	PLATAFORMAS Y SERVICIOS NETWORKS. S.A. DE C.V.	PSN140808523	AV. HACIENDA DE VALPARAISO #133, FRACC. HACIENDA DE ECHEGARAY,	LIC. J. HUMBERTO CARBONEY CORTÉS



			NAUCALPAN DE JUÁREZ, CP. 53300, EDOMEX.	
ISA	ISA CORPORATIVO, S.A. DE C.V.	ICO960722VD7	AV. CULTURA PREHISPÁNICAS # 172, COL. GRANJAS SAN ANTONIO, DELEGACIÓN IZTAPALAPA, C.P. 09070, CDMX	ING. RAÚL CAMOU RODRÍGUEZ
ISA TV	ISA TV, S.A. DE C.V.	ITV170112TC6	JUVENTINO ROSAS# 70-402, COL. GUADALUPE IN, DELEG. ÁLVARO OBREGÓN, C.P. 01020, CDMX	ING. HUGO CÉSAR CAMOU CAMPOY
COMUNICACIÓN EN MEDIOS EXTERIORES	COMUNICACIÓN EN MEDIOS EXTERIORES S.A. DE C.V.	CME030804RP1	PILARES 35 COL. TLACOQUEMECATL DEL VALLE, C.P. 03200, BENITO JUÁREZ CDMX	JUAN PABLO ADRIAN DEL REY RAMÍREZ
A, A AND F	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
LCV COMUNICACIÓN VISUAL S.A. DE C.V.	LCV120516LR9	SOCRATES 136, COLONIA MORALES, SECCIÓN ALAMEDA, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO C.P. 11560, CIUDAD DE MÉXICO	JESÚS ELI ZAETA HERVERT

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:

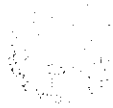
"La selección del procedimiento de excepción que realicen las dependencias y entidades deberá fundarse y motivarse, según las circunstancias que concurran en cada caso, en criterios de economía, eficacia, eficiencia, imparcialidad, honradez y transparencia que resulten procedentes para obtener las mejores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

Mediante oficio No. DICP-SP-2018-167, de fecha 10 de septiembre de 2018, la **Dirección de Integración y Control Presupuestal** autorizó la liberación de recursos para la Difusión de la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN"** de la partida 36201 "DIFUSIÓN DE MENSAJES COMERCIALES PARA PROMOVER LA VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS. Se adjunta el oficio señalado.



CLAVE DE CAMPAÑA

Se anexa a la presente justificación para efectos de la difusión de la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN"**, oficio con fecha 4 de octubre 2018, emitido por la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación.

EXCEPCIÓN DE CONTRATACIÓN

Mediante el oficio **No. SGA-252 de fecha 10 de septiembre de 2018**, la **Subdirección General Administración** informó sobre la respuesta favorable a la excepción al numeral 6 (fechas límite) del oficio 307-A.-1892 sobre disposiciones del cierre presupuestario 2018 de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público estableciendo como fecha límite para iniciar los procedimientos de contratación hasta el 15 de octubre del presente.

XI.- VIGENCIA DEL SERVICIO

El plazo de la prestación de los servicios a contratar para la **CAMPAÑA PUBLICITARIA DENOMINADA: "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN"** tendrá una vigencia del 8 de octubre al 19 de noviembre 2018. La campaña al estar compuesta por dos versiones, tendrá dos periodos en los que se difundirá la publicidad correspondiente a cada tema, por lo que la **VERSIÓN PRODUCTOS "LOGROS"** estará activa del 8 al 31 de octubre y la **VERSIÓN DESCUENTOS "BUEN FIN"** será del 1 al 19 de noviembre 2018.

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 "CRÉDITO FONACOT 2018, VERSIONES: PRODUCTOS "LOGROS" Y DESCUENTOS BUEN FIN"**, la cual se llevará a cabo del 8 de octubre al 19 de noviembre 2018. El monto total de la campaña es por **\$118,538,728.69 (CIENTO DIESCIOCHO MILLONES QUINIENTOS TREINTA Y OCHO MIL SETESCIENTOS VEINTIOCHO PESOS 69/100 M.N.)** más el Impuesto al Valor Agregado, conforme al esquema de pago expuesto en la presente justificación.



ATENTAMENTE

A large, stylized handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dante Omar Pinal Ibarra', is written over a horizontal line.

DANTE OMAR PINAL IBARRA
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Ciudad de México, 4 de octubre 2018.