

NOMBRE DEL DOCUMENTO

Solicitud de dictamen de procedencia de la excepción al procedimiento de licitación pública para la contratación del servicio de difusión de la campaña institucional **"MENSAJES A LA CIUDADANIA"**, a través de los medios de comunicación electrónicos.

SÍNTESIS DEL DOCUMENTO

La Unidad de Comunicación Social requiere la difusión de la campaña institucional **"MENSAJES A LA CIUDADANIA"** en todo el territorio nacional y a los diferentes estratos sociales que conforman el público objetivo. Por lo que se considera necesaria la contratación de los medios electrónicos seleccionados, a fin de estar en posibilidades de dar cumplimiento a los objetivos institucionales planteados para el presente ejercicio y de conformidad con la estrategia y programa anual de comunicación social.

SOLICITUD



Lic. Eleazar Franco Gaona
Titular de la Unidad de Comunicación Social

FUNDAMENTO LEGAL

La petición se fundamenta en los artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los Artículos 26 fracción III, 40, 41 fracción I, 47 de la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Sector Público (LAASSP), y artículos 71 y 72 fracción II del Reglamento de la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Sector Público y demás aplicables, "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" y el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2018.

00031

JUSTIFICACIÓN DE LAS RAZONES EN QUE SE SUSTENTA LA EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL “MENSAJES A LA CIUDADANIA”, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 26 fracción III; 40; 41 fracción I; 47 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público (LAASSP); 71 y 72 fracción II de su Reglamento, y 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, se emite documento de justificación de las razones en las que se sustenta la solicitud de excepción al procedimiento de licitación pública, para la contratación del servicio de difusión de la campaña institucional “MENSAJES A LA CIUDADANIA”, a través de los medios de comunicación electrónicos.

Antecedentes.

Esta entidad, tiene entre sus objetivos institucionales el garantizar a todos los mexicanos el derecho a la protección de la salud, para lo cual ordena que la ley de la materia defina las bases y modalidades para que todos los mexicanos tengan acceso a los servicios de salud.

En ese sentido, la Ley del Seguro Social, en su artículo 2° dispone que: “La seguridad social tiene por finalidad garantizar el derecho a la salud, la asistencia médica, la protección de los medios de subsistencia y los servicios sociales necesarios para el bienestar individual y colectivo...”.

Asimismo, el artículo 110 del ordenamiento en cita refiere a la letra: “Con el propósito de proteger la salud y prevenir las enfermedades y la discapacidad, los servicios de medicina preventiva del Instituto llevarán a cabo programas de difusión para la salud, prevención y rehabilitación de la discapacidad, estudios epidemiológicos, producción de inmunobiológicos, inmunizaciones, campañas sanitarias y otros programas especiales enfocados a resolver problemas médico-sociales.”

Partiendo de lo anterior y con la finalidad de cumplir con la obligación de difusión que prevé el artículo anteriormente citado, es necesario señalar que la función primordial del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS y/o Instituto de forma indistinta) es la de proporcionar seguridad social a sus derechohabientes y que las diferentes manifestaciones de esa labor son el objeto esencial de los mensajes difundidos por el Instituto.

Aunado a lo anterior, cabe mencionar que el 08 de febrero del año 2016, el Presidente de la República, licenciado Enrique Peña Nieto, instruyó:

1. Mejorar la calidad y calidez de los servicios médicos como la prioridad para los próximos años.

A fin de llevar a cabo las instrucciones presidenciales, este Instituto ha implementado acciones tendientes a mejorar la calidad y calidez en la prestación de los servicios, así como en sus funciones prioritarias, mismas que en primera instancia son las relacionadas a la simplificación de trámites. Con la simplificación y digitalización de trámites, a través de la Estrategia IMSS Digital, se han realizado 101 millones de atenciones no presenciales al cierre de noviembre de 2016, y se eliminó la comprobación de supervivencia para favorecer a 3.2 millones de pensionados.

De igual forma, una de las acciones prioritarias en la actual administración fue llevar a cabo la Estrategia Integral para Fortalecer la Atención Médica, para la cual se encuentra establecida como meta el reducir tiempos en los siguientes rubros:

- Asignación de camas.
- Programación de cirugías al usar los quirófanos los fines de semana, sobre todo para operaciones de Traumatología y Ortopedia, ya que representan el 54% del volumen de cirugías y más de la mitad del gasto por incapacidades.



JUSTIFICACIÓN DE LAS RAZONES EN QUE SE SUSTENTA LA EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL “MENSAJES A LA CIUDADANÍA”, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS

- En el establecimiento de la UNIFILA, para estar en condiciones de atender a todos los pacientes el mismo día, aunque no tengan cita.
- El Asignar cita con el especialista de segundo nivel de atención el mismo día.
- Al priorizar la atención medica de pacientes en servicio de urgencias, de acuerdo con la gravedad de su padecimiento y ampliar en todo el país el Código Infarto.
- Agilizar el flujo de pacientes que requieran traslado de Unidades Médicas Familiar a Hospitales y Unidades Médicas de Alta Especialidad.
- Asegurar el surtimiento de medicinas y material de curación para los derechohabientes y que el abasto de medicamentos genéricos e innovadores sea completo.

Derivado de todo lo antes mencionado, cabe mencionar que el segundo párrafo del artículo 36 del 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, establece:

“Las Dependencias y Entidades pueden coemitir los mensajes relativos al Informe de Gobierno del Titular del Ejecutivo Federal y aquellas campañas que difundan el quehacer del Gobierno Federal. Será responsabilidad de cada coemisora verificar el cumplimiento de su participación estipulada en el formato correspondiente, de acuerdo a lo establecido en el plan de medios autorizado.”

Partiendo de lo anterior y con el fin de cumplir con los objetivos institucionales y la normatividad aplicable, se ha determinado necesaria la difusión de la campaña “**MENSAJES A LA CIUDADANÍA**”, misma que requiere ser coemitida con diversas dependencias y organismos gubernamentales tales como: ISSSTE, SAGARPA, SALUD, CPTM, STPS, SHCP, ZONAS ECONÓMICAS, NAFIN, BANOBRAS, CDI, INEA, CULTURA, INMUJERES, SEGOB, SECRETARIO EJECUTIVO, SEP, PEMEX, PGR, SENER, SCT, PRESIDENCIA Y ECONOMIA; lo anterior para dar a conocer al público en general las acciones y avances que el gobierno de la República ha implementado durante su administración en beneficio de la sociedad mexicana.

Esta campaña se considera de gran importancia, ya que es necesario informar a la ciudadanía el esfuerzo que realiza el gobierno para resolver las problemáticas presentes. Con esta estrategia, por lo que hace al Instituto, se están reduciendo los tiempos de espera y se están atendiendo a los derechohabientes más rápido, evitando largas filas y desgastes innecesarios.

Para mejorar la calidad y calidez de la atención médica, en la actual administración se implementaron diversas medidas para reducir los tiempos de espera, y al cierre de 2016 se beneficiaron a 49.7 millones de derechohabientes.

Las prioridades de la nueva administración, son beneficiar a los derechohabientes con más y mejores servicios; como el nuevo modelo que se pondrá en marcha durante el primer trimestre de 2018, el cual, es un nuevo modelo de prevención para anticipar la ocurrencia de las principales enfermedades crónicas-degenerativas como diabetes, hipertensión, y diversos tipos de cáncer, que generan la pérdida de años de vida y recursos financieros.

En la nueva estrategia de prevención integral y focalizada contra la diabetes, que se pretende presentar en el primer trimestre de 2018, se fincará en la promoción del ejercicio y en la identificación previa de los pacientes.

Es importante identificar grupos de riesgo, traerlos al sistema y controlarlos es la prioridad, pues hoy un paciente controlado con medicamento representa un esfuerzo de 100 pesos al año, mientras que un paciente en hemodiálisis cuesta más de 300 mil pesos al año.

JUSTIFICACIÓN DE LAS RAZONES EN QUE SE SUSTENTA LA EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "MENSAJES A LA CIUDADANIA", A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS

En ese sentido, la Unidad de Comunicación Social a través de la Coordinación Técnica de Difusión ha realizado un análisis exhaustivo de los diferentes medios disponibles a nivel nacional, a fin de determinar aquéllos que mejor se alineen a las necesidades institucionales de difusión.

Para determinar la selección de los medios, se tomaron en consideración los siguientes factores:

- Necesidad de difusión del Instituto.
- Posición por puntos de rating.
- Cobertura, considerando el área geográfica en la que los hogares y personas están expuestos a un medio de comunicación y son susceptibles de recibir los mensajes institucionales.
- Tipo de programación, una programación versátil, con fundamento en la diversidad que garantice una mayor efectividad de la campaña institucional.
- Público objetivo o "target", son los segmentos de la población a los que se dirige el mensaje.
- Diversidad geográfica, las características propias de cada lugar de la República Mexicana que permite utilizar las fortalezas de cada uno de los medios electrónicos, impresos, digitales y complementarios a nivel regional y/o local.
- Producción, la variedad de programas y demás espacios publicitarios, que llegan al mayor número de hogares y público objetivo.
- Penetración, referente al porcentaje de personas potencialmente expuestas a los medios con relación al total de la población.
- Audiencia, estimando el número de personas u hogares expuestos a los medios en un período determinado.

Factores que se detallan en el documento denominado "ANÁLISIS DE MEDIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "MENSAJES A LA CIUDADANIA" y que se adjunta al final de la presente justificación.

Del análisis se determinó que la contratación de los medios seleccionados para la difusión de la campaña institucional "MENSAJES A LA CIUDADANIA", es la única opción que aportará capacidad de respuesta inmediata, así como los recursos técnicos para llegar a la población objetivo con el nivel de penetración cuantitativo requerido por este Instituto.

En ese orden de ideas, mediante oficio 09 9001 GB0020/GBB1/026A, se solicitó la autorización para la difusión de la campaña "MENSAJES A LA CIUDADANIA", misma que fue autorizada mediante oficio número SNM/DGNC/0150/18, de la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, conforme a los medios de Difusión considerados en dicha autorización y sus Anexos.

Con la contratación de los medios seleccionados para la difusión de la campaña institucional "MENSAJES A LA CIUDADANIA", se logra abarcar a la mayoría de nuestro público objetivo distribuido a lo largo y ancho del país.

Por otra parte, es preciso señalar que los montos estipulados para la prestación de los servicios que se solicitan mediante la presente justificación no podrán ser rebasados, ya que los mismos se encuentran topados por el dictamen presupuestal que se anexa a la presente.

I. Descripción de los servicios objeto del procedimiento de contratación.

El servicio que se pretende contratar consiste en la difusión de la campaña institucional "MENSAJES A LA CIUDADANIA", a través de la transmisión de mensajes en medios de comunicación electrónicos, mediante piezas de comunicación como son: spots, menciones en vivo y programas especiales en televisión y radio, mismos que se refieren de manera enunciativa mas no



JUSTIFICACIÓN DE LAS RAZONES EN QUE SE SUSTENTA LA EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "MENSAJES A LA CIUDADANIA", A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS

limitativa. En el documento denominado **ANEXO TÉCNICO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "MENSAJES A LA CIUDADANIA", A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS.**

II. Plazos y condiciones de la Prestación de los Servicios.

II.1. Plazo.

La prestación del servicio iniciará a partir del día hábil siguiente al de la fecha de notificación de la adjudicación y hasta el 29 de marzo de 2018.

II.2. Condiciones de la Prestación de los Servicios.

PROGRAMAS DE ENTREGA

Las entregas y el número de mensajes a difundir por cada medio se determinan en las órdenes de transmisión que al efecto emita la Coordinación Técnica de Difusión dependiente de la Unidad de Comunicación Social, conforme se detallan en el **ANEXO TÉCNICO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "MENSAJES A LA CIUDADANIA", A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS.**

La periodicidad de difusión de los mensajes se detallan igualmente en las órdenes de transmisión a que se hace referencia en el **ANEXO TÉCNICO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "MENSAJES A LA CIUDADANIA", A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS.**

PLAZO, LUGAR Y CONDICIONES DE ENTREGA.

EL PROVEEDOR, a fin de acreditar el cumplimiento de sus obligaciones contractuales, se obliga a entregar para su revisión dentro de los cinco días naturales posteriores al vencimiento de las órdenes de transmisión, ante la Coordinación Técnica de Difusión, sita en la Calle Gobernador Tiburcio Montiel número 15, Quinto Piso, Colonia San Miguel Chapultepec, Delegación Miguel Hidalgo, Código Postal 11850, Ciudad de México de lunes a viernes de 9:00 a 14:00 horas, los testigos que se especifican en el **ANEXO TÉCNICO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "MENSAJES A LA CIUDADANIA", A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS** y los **TÉRMINOS Y CONDICIONES GENERALES PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "MENSAJES A LA CIUDADANÍA" A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS.**

Durante todo el tiempo que esté vigente la prestación del servicio, **EL PROVEEDOR** se obliga a difundir los mensajes institucionales de la campaña **"MENSAJES A LA CIUDADANIA"** o, en su caso y a indicación expresa de **EL INSTITUTO**, a través de la Coordinación Técnica de Difusión, las transmisiones y/o publicaciones especiales que se indiquen en las órdenes de transmisión correspondientes, a través de los espacios publicitarios con los que en la actualidad cuenta y los que un futuro formen parte del mismo; así como en los días y horarios autorizados por **EL INSTITUTO**.

Para el caso de que **EL PROVEEDOR** adquiriera la representación de algún otro espacio publicitario, programa, canal, emisora, estación y/o frecuencia de radio, que a la firma del presente no tenía, se compromete a poner a consideración de **EL INSTITUTO** dicha situación mediante una carta en la que se manifieste lo antes indicado, anexando las tarifas respectivas, con el fin de que dicha situación sea tomada en cuenta por **EL INSTITUTO** y de así convenir a sus intereses, pueda difundir su campaña en dichos espacios publicitarios.

JUSTIFICACIÓN DE LAS RAZONES EN QUE SE SUSTENTA LA EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL “MENSAJES A LA CIUDADANÍA”, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS

Los entregables, condiciones de entrega, periodicidad, cumplimiento, pago, vigencia, verificación del servicio y demás conceptos aplicables para la prestación del servicio, se detallan en los documentos denominados **TÉRMINOS Y CONDICIONES GENERALES PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL “MENSAJES A LA CIUDADANÍA” A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS**, los cuales se integran a la carpeta que se somete a la consideración de este H. Comité.

III. Resultado de la Investigación de Mercado.

En los términos que establecen los artículos 2 fracción X, 26 sexto párrafo de la LAASSP; 28 y 29 primer párrafo, fracciones I a III de su Reglamento, la División de Investigación de Mercados de la Coordinación de Investigación de Mercados realizó la Investigación de Mercado número 010/2018 para la difusión de la campaña institucional “MENSAJES A LA CIUDADANÍA”, con el fin de verificar si los medios autorizados por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación mediante el oficio número SNM/DGNC/0150/18 cuentan con la capacidad de dar cumplimiento a las características y condiciones requeridas por el Instituto.

IV. Procedimiento de contratación propuesto, fundamentación y motivación.

Procedimiento de contratación propuesto: Adjudicación Directa Nacional.

Fundamento Jurídico: La excepción a la licitación pública de referencia encuentra su fundamento en los artículos 26 fracción III, 40, 41 fracción I y 47 de la (LAASSP), así como los artículos 71 y 72 fracción II de su Reglamento, demás aplicables y 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” y el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2018.

En atención a lo dispuesto en el artículo 27, fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, compete a la Secretaría de Gobernación formular, regular y conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal así como las relaciones con los medios masivos de información y orientar, autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las dependencias del Sector Público Federal. Asimismo, en atención a lo dispuesto en el artículo 38 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, le compete a dicha dependencia autorizar la programación y el ejercicio de los recursos destinados a comunicación social, para lo cual emitirá las disposiciones correspondientes.

El 29 de diciembre de 2017, se publicó en el Diario Oficial de la Federación 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 lo sucesivo el Acuerdo), en cuyo artículo 1 señala como su objeto, el establecer las bases para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de las estrategias, los programas y campañas de



JUSTIFICACIÓN DE LAS RAZONES EN QUE SE SUSTENTA LA EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "MENSAJES A LA CIUDADANIA", A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS

comunicación social y publicidad de las dependencias y entidades que conforman la Administración Pública Federal para el Ejercicio Fiscal 2018.

En atención a lo dispuesto en el artículo 12 del Acuerdo, compete a la Secretaría de Gobernación, por conducto de la Dirección General de Normatividad de Comunicación, autorizar la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social de las dependencias y entidades.

El artículo 3, fracciones VII y VIII del Acuerdo, dispone que la erogación de los recursos autorizados y asignados a las partidas 36101 y 36201 del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal, deberán sujetarse, entre otros ordenamientos jurídicos, a la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y su Reglamento.

Derivado de lo anterior, la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, emitió el oficio de autorización número SNM/DGNC/0150/18, en el cual se establece que GIM TELEVISIÓN NACIONAL, S.A. DE C.V., TELEFORMULA, S.A. DE C.V., GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V. e IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V., serán los medios encargados de llevar a cabo la difusión de la campaña institucional "MENSAJES A LA CIUDADANÍA", oficio que se adjunta a la carpeta como anexo 8.

Aunado a lo anterior, cabe mencionar que la investigación de mercado 010/2018, verificó que los proveedores autorizados por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación para la difusión de la campaña institucional "MENSAJES A LA CIUDADANIA", cuentan con la capacidad de dar cumplimiento a las características y condiciones requeridas por el Instituto.

Se puede considerar que lo antes mencionado, actualiza lo previsto en el artículo 41, fracción I de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y 72 fracción II del Reglamento a la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público en lo referente a la posibilidad de exceptuar a una contratación del procedimiento de licitación pública para realizarla mediante un procedimiento de adjudicación directa. Toda vez, que los medios que se proponen para la difusión de la campaña institucional "MENSAJES A LA CIUDADANIA" cuentan con la autorización de la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, la cual faculta a que dichos medios sean los únicos que puedan prestar dicho servicio de difusión.

Supuesto que actualiza el procedimiento de contratación planteado y que tiene su fundamento en los artículos 22 fracción II, 40, y 41 fracción I y 47 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, así como en el artículo 72 fracción II del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, de los cuales se destaca lo siguiente:

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

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

Por su parte, el artículo 72, fracción II del Reglamento de la LAASSP dispone lo que se cita a continuación:

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

MÉXICO

GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



Dirección de Vinculación Institucional
y Evaluación de Delegaciones
Unidad de Comunicación Social
Coordinación Técnica de Difusión.



JUSTIFICACIÓN DE LAS RAZONES EN QUE SE SUSTENTA LA EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL “MENSAJES A LA CIUDADANÍA”, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS

Motivación:

La Unidad de Comunicación Social necesita la difusión de la campaña institucional “MENSAJES A LA CIUDADANÍA” en todo el territorio nacional y a los diferentes estratos sociales que conforman el público objetivo. Es por ello, que se considera necesaria la contratación de los medios electrónicos propuestos, ya que con ello se cumple con los objetivos institucionales planteados y de conformidad con la estrategia y programa anual de Comunicación Social.

La necesidad de la contratación de los medios seleccionados, deriva de los siguientes aspectos:

- 1.- Cubrir el mayor número de público objetivo del territorio nacional con la difusión de la campaña institucional “MENSAJES A LA CIUDADANÍA”.
- 2.- Diversificar el impacto de los medios de comunicación para el público objetivo, con diferentes estratos sociales y ubicación geográfica al cual va dirigida la campaña institucional “MENSAJES A LA CIUDADANÍA”.
- 3.- El limitado rango de difusión que tienen los medios de comunicación tales como: cobertura de ciertas áreas geográficas, plazas, programas, canales, estaciones, frecuencias, ubicaciones y espacios publicitarios.

En virtud de lo anterior, y toda vez que los medios seleccionados cuentan con la autorización emitida por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, así como con la cobertura geográfica, alcance, espacios publicitarios e infraestructura necesarios para poder cubrir la totalidad del público objetivo distribuido a lo largo y ancho del territorio nacional (áreas geográfica, programas, canales, estaciones, frecuencias, ubicaciones, grupos de edad, nivel socioeconómico, plazas y espacios publicitarios), se puede considerar que es necesario e indispensable la contratación de los medios propuestos, ya que el alcance que tendrá para la difusión de la campaña institucional “MENSAJES A LA CIUDADANÍA” a través de todos ellos, implica una mayor cobertura e impacto de penetración en nuestro público, lo que conlleva al cumplimiento de los objetivos institucionales.

En consecuencia, contratar a los medios propuestos ofrecerá al Instituto Mexicano del Seguro Social: **1.** La difusión en los medios electrónicos que se necesitan; **2.** La cobertura geográfica necesaria; **3.** El alcance y, **4.** La frecuencia necesaria, lo que coadyuvará a que la campaña institucional “MENSAJES A LA CIUDADANÍA”, logre el objetivo propuesto por el Instituto.

En ese sentido, y atendiendo a las dimensiones del público al que se pretende llegar con la campaña institucional “MENSAJES A LA CIUDADANÍA”, se requiere de la contratación mediante adjudicación directa nacional de los medios de comunicación propuestos y que permitan lograr los objetivos de alcance y penetración requeridos por el Instituto.

La selección del procedimiento de adjudicación directa como excepción a licitación pública, se fundamenta en los preceptos legales antes indicados y en la necesidad de difusión de la campaña institucional “MENSAJES A LA CIUDADANÍA” a nivel local, regional y nacional, y en diferentes estratos de la población, lo cual se logra a través de los medios propuestos, los cuales son proveedores que poseen la infraestructura local, regional y nacional suficiente y adecuada para satisfacer las necesidades institucionales.

Además, cabe mencionar que de la investigación de mercado realizada, se desprende que las empresas que integran la lista de medios propuestos, ofrecerán al Instituto tarifas preferenciales.

Por lo antes expuesto, cabe reiterar que dichos medios fueron autorizados por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación y con base al documento denominado **ANÁLISIS DE MEDIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL “MENSAJES A LA CIUDADANÍA”**, en el cual se tomaron en consideración las características

00038



JUSTIFICACIÓN DE LAS RAZONES EN QUE SE SUSTENTA LA EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL “MENSAJES A LA CIUDADANÍA”, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS

necesarias de cada medio tales como: su capacidad para penetrar en la población objetivo, cobertura, accesibilidad, especialidad, destinatarios, audiencia, rating y tarifas, mismas que permiten acreditar que la contratación se sustenta en criterios de economía, eficacia, eficiencia, imparcialidad, honradez y transparencia.

De lo ya mencionado, se puede concluir que los medios propuestos para someterse al procedimiento de excepción a licitación pública mediante la adjudicación directa nacional, cumplen con lo establecido en el artículo 41 fracción I de la Ley de la materia y 72 fracción II de su Reglamento, ya que los mismos fueron autorizados por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, documento que se agrega a la presente a fin de justificar el supuesto de excepción que se plantea.

Cabe señalar que esta área técnica una vez que valoró y revisó las propuestas técnicas de los proveedores, dictamina que la misma cumple con las necesidades que se requieren por parte de El Instituto para la prestación del servicio, de conformidad con el párrafo cuarto del artículo 40 de la LAASSP.

En virtud de lo anterior se solicita a este Comité dictamine como favorable la excepción a la licitación pública, a fin de llevar a cabo la contratación mediante adjudicación directa de los proveedores propuestos, para la difusión de la campaña institucional “MENSAJES A LA CIUDADANÍA”, a través de medios de comunicación electrónicos.

V. Monto estimado de la contratación y forma de pago propuesta.

V.1. Monto estimado de la contratación.

La contratación que se propone asciende al importe mínimo de \$40'000,000.00 (cuarenta millones de pesos 00/100 M.N.) incluido el Impuesto al Valor Agregado correspondiente y como máximo el importe de \$100'000,000.00 (cien millones de pesos 00/100 M.N.) incluido el Impuesto al Valor Agregado correspondiente., contando con el dictamen de disponibilidad presupuestal folio 0000006247-2018 de fecha 18 de enero de 2018.

A continuación se detallan los montos por proveedor:

MEDIO	NOMBRE COMERCIAL	RAZON SOCIAL	MONTO MÍNIMO A CONTRATAR INCLUIDO EL I.V.A.	MONTO MÁXIMO A CONTRATAR INCLUIDO EL I.V.A.
TELEVISION	IMAGEN TELEVISIÓN	GIM TELEVISIÓN NACIONAL, S.A. DE C.V.	\$8'820,857.28	\$22'052,143.20
TELEVISION	TELEFORMULA	TELEFORMULA,S.A. DE C.V.	\$11'179,142.72	\$27'947,856.80
RADIO	RADIO FORMULA	GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V.	\$8'820,857.28	\$22'052,143.20
RADIO	IMAGEN RADIO	IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V.	\$11'179,142.72	\$27'947,856.80
TOTAL			\$40'000,000.00	\$100'000,000.00



JUSTIFICACIÓN DE LAS RAZONES EN QUE SE SUSTENTA LA EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL “MENSAJES A LA CIUDADANÍA”, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS

V.2. Forma de Pago propuesta y que se detallan en el documento denominado TÉRMINOS Y CONDICIONES GENERALES PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL “MENSAJES A LA CIUDADANÍA” A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS

El pago de los servicios se efectuará en pesos mexicanos, a los 15 días naturales posteriores a la entrega de la presentación del comprobante fiscal digital impreso y documentación comprobatoria que acredite la prestación de los servicios de conformidad con lo normado en el “Procedimiento para la recepción, glosa y aprobación de documentos presentados para trámite de pago y constitución de fondos fijos”, en la División de Trámite de Erogaciones de la Coordinación de Contabilidad y Trámite de Erogaciones, dependiente de la Dirección de Finanzas, sita en Calle Gobernador Tiburcio Montiel No. 15, Col. San Miguel Chapultepec, Delegación Miguel Hidalgo, México, Ciudad de México, Código Postal 11850, de lunes a viernes en un horario de 9:00 a 14:00 horas, previa validación y autorización que para tal efecto realice el Administrador de los Contratos que se suscriban, derivados de los medios electrónicos será el **Titular de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación.**

Los servicios prestados se pagarán de conformidad con las tarifas adjuntas al instrumento jurídico suscrito y se consideran parte integrante del mismo.

Las partes convienen en que el precio ofertado es fijo por lo que no sufrirá cambios durante la vigencia del contrato.

El pago se realizará mediante transferencia electrónica de fondos, a través del esquema electrónico interbancario que el Instituto tiene en operación, para tal efecto el proveedor se obliga a proporcionar en su oportunidad el número de cuenta, CLABE, Banco y Sucursal a nombre del proveedor, a menos que el proveedor acredite en forma fehaciente la imposibilidad para ello.

El pago se depositará en la fecha programada para tal efecto, a través del esquema interbancario si la cuenta bancaria del proveedor está contratada con BANORTE, BBVA BANCOMER, HSBC, o SCOTIABANK INVERLAT y, a través del esquema interbancario vía SPEI (Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios) si la cuenta pertenece a un banco distinto a los mencionados.

El pago de los servicios quedará condicionado, proporcionalmente, al pago que el proveedor deba efectuar al Instituto por concepto de penas convencionales por atraso en la prestación del servicio y/o las deducciones correspondientes.

Cabe resaltar qué mientras no se cumplan con las condiciones de la prestación del servicio, el Instituto no tendrá por cumplido el mismo.

VI. Nombre de los proveedores propuestos y sus datos generales.

RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	DATOS GENERALES TELEVISION		
		No. Y FECHA ACTA CONSTITUTIVA	RFC	DOMICILIO FISCAL



JUSTIFICACIÓN DE LAS RAZONES EN QUE SE SUSTENTA LA EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "MENSAJES A LA CIUDADANIA", A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS

GIM TELEVISIÓN NACIONAL, S.A. DE C.V.	IMAGEN TELEVISIÓN	ESCRITURA NÚMERO 49,719 DE FECHA 19 DE ABRIL DE 2016	GTN160419130	AV. UNIVERSIDAD NÚMERO 2014, COLONIA COPILCO UNIVERSIDAD, DELEGACIÓN COYOACAN C.P. 04360, CIUDAD DE MÉXICO
TELEFORMULA, S.A. DE C.V.	TELEFORMULA	ESCRITURA NÚMERO 68,911 DE FECHA 23 DE JUNIO DE 1999	TEL990629JR9	AV. UNIVERSIDAD, NÚMERO 1273, COLONIA DEL VALLE, DELEGACIÓN BENITO JUARÉZ C.P. 03100 CIUDAD DE MÉXICO

RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	DATOS GENERALES RADIO		
		No. Y FECHA ACTA CONSTITUTIVA	RFC	DOMICILIO FISCAL
GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V.	RADIO FORMULA	ESCRITURA NÚMERO 34,896 FECHA 13 DE JUNIO DE 1994	GRA9406213L3	CALLE PRIVADA DE HORACIO, NÚMERO 10, COLONIA POLANCO, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11560, CIUDAD DE MÉXICO
IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V.	IMAGEN RADIO	ESCRITURA NÚMERO 48,678 FECHA 03 DE DICIEMBRE DE 2015	IRC151203F8A	AV. UNIVERSIDAD NÚMERO 2014, COLONIA COPILCO UNIVERSIDAD, DELEGACIÓN COYOACAN C.P. 04360, CIUDAD DE MÉXICO

VII. Acreditación de los criterios a que se refiere el segundo párrafo del artículo 40 de la LAASSP.

El procedimiento de contratación por excepción a la licitación pública motivo de la presente justificación se sustenta en los siguientes criterios:

VII. 1.- Eficacia.

Con la adjudicación directa nacional se logra la mejor inversión de los recursos económicos asignados, ya que con la contratación de los medios de comunicación electrónicos seleccionados, se cumple con las especificaciones y características solicitadas por el Instituto, así como el alcance y la frecuencia necesaria para llegar al público objetivo. Esto permite lograr el objetivo de



JUSTIFICACIÓN DE LAS RAZONES EN QUE SE SUSTENTA LA EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "MENSAJES A LA CIUDADANÍA", A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS

comunicación de la campaña institucional "MENSAJES A LA CIUDADANÍA", y por consiguiente el pleno aprovechamiento de los recursos destinados a la contratación.

Es preciso señalar que el procedimiento de adjudicación directa nacional asegura al Estado las mejores condiciones disponibles en cuanto a calidad y oportunidad, si se considera que los medios de comunicación electrónica que se pretende contratar cumplen con las especificaciones y particularidades que requiere el Instituto; con lo que se obtiene:

- A) La cobertura geográfica necesaria, para que los mensajes que se van a difundir a través de la campaña institucional "MENSAJES A LA CIUDADANÍA", sea visto por la población objetivo.
- B) El monto que se pretende utilizar para la adjudicación de los contratos, comparado con el grupo de personas que los medios de comunicación electrónicos impacta, así como el logro de objetivos del Instituto, es muy bajo, por lo que se puede asegurar que a través de la contratación de dichos medios de comunicación, se da una adecuada inversión de los recursos y un mejor aprovechamiento de los mismos.

Es decir, que la contratación de estos medios, muestra las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio y calidad, de forma oportuna y en correspondencia con el financiamiento con el que se dispone, logrando así los objetivos buscados por el Instituto en tiempo y forma.

VII. 2. Imparcialidad.

El procedimiento de contratación mediante adjudicación directa nacional garantiza el criterio de imparcialidad en el presente caso, toda vez que la elección de los medios de comunicación electrónicos se integró con base en los requerimientos técnicos del servicio, en el mayor grado de penetración de los mensajes al público objetivo, así como en base al cumplimiento de los mismos requerimientos técnicos.

De igual forma, se hace constar que no hay actos tendientes a limitar la participación de los proveedores, ya que en la investigación de mercado, se proporcionó a todos la misma información, con la cual se acredita la falta de designio anticipado que pudiera estar en favor o en contra de algún cotizante con respecto a la contratación de los servicios que nos ocupa, con lo cual se asegura la rectitud de los servidores públicos involucrados en el procedimiento de contratación.

VII. 3. Honradez.

El criterio de honradez se cumple en primer lugar, en atención a que la necesidad del servicio se deriva estrictamente de la necesidad de difusión e información a los derechohabientes y al público en general, a través de medios de comunicación electrónicos, asimismo el presente criterio se acredita por el hecho de que en las contrataciones que se proponen, se tomó en cuenta la rectitud, responsabilidad e integridad en la actuación con estricto apego al marco jurídico aplicable tanto por los servidores públicos involucrados como de los cotizantes participantes en la integración de la investigación de mercado correspondiente, la cual se realizó con total apego a la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, su Reglamento y demás normatividad aplicable.



JUSTIFICACIÓN DE LAS RAZONES EN QUE SE SUSTENTA LA EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "MENSAJES A LA CIUDADANÍA", A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS

Así mismo, los servidores públicos involucrados en cumplimiento de sus obligaciones legales, han tomado medidas adecuadas para evitar actos de corrupción y en consecuencia manifiestan que no se aprovecharon de su cargo para favorecer a alguno(s) de los participantes y exigió de todos estos la misma conducta.

VII. 4. Transparencia.

En el procedimiento de contratación propuesto se encuentra garantizada la transparencia, toda vez que se muestra con los documentales del expediente de la presente contratación que el flujo de información relativa al procedimiento en comento es accesible, clara, oportuna, completa, verificable y se rige por el principio de máxima publicidad, es decir, que la información relativa al proceso que nos ocupa se otorgó en todo momento y en los mismos términos a todos los participantes.

De igual forma, la información correspondiente a cada medio, se realizó en tiempo y forma mediante las áreas competentes con el procedimiento apegado a la normatividad vigente, como se acredita en el presente documento.

Con base a lo expuesto, la Unidad de Comunicación Social solicita se dictamine favorable la excepción a la licitación pública para la contratación del servicio de difusión de la campaña institucional "MENSAJES A LA CIUDADANÍA", a través de los medios de comunicación electrónicos propuestos, mediante el procedimiento de adjudicación directa con fundamento en los Artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 22 fracción II, 26 fracción III; 40; y 41 fracción I de la LAASSP, así como los artículos 71 y 72 fracción II de su Reglamento.

VIII. Lugar y fecha de emisión.

Ciudad de México a 29 de enero de 2018.

Atentamente


Lic. Eleazar Franco Gaona
Titular de la Unidad de Comunicación Social


Mtra. Karla A. González Neria
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión
Área Requirente

Dictamen en el que se hace constar el análisis de las proposiciones para la adjudicación del Servicio de Difusión de la Campaña Institucional “Mensajes a la Ciudadanía” a través de medios de Comunicación Electrónicos.

La Coordinación Técnica de difusión, realizó el análisis de la información obtenida de la Investigación de Mercado número 010/2018, para el Servicio de Difusión de la Campaña Institucional “Mensajes a la Ciudadanía” a través de Medios de Comunicación Electrónicos realizada por la División de Investigación de Mercados de la Coordinación de Investigación de Mercados; se dictamina técnicamente que los proveedores GIM TELEVISIÓN NACIONAL, S.A. DE C.V., TELEFORMULA, S.A. DE C.V., GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V. E IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V., cuentan con la capacidad Técnica para dar cumplimiento a las características y condiciones requeridas por el Instituto para la prestación del Servicio de Difusión de la Campaña Institucional “Mensajes a la Ciudadanía” a través de medios de comunicación electrónicos, dejando constancia en la documentación que soporta la solicitud de dictamen de procedencia para la excepción a la licitación pública nacional, mediante el procedimiento de adjudicación directa fundamentado en los artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 26 fracción III, 40, 41 fracción I, 47 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, 71 y 72 fracción II del Reglamento a la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público; por lo que de ser dictaminada como procedente por el H. Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Instituto, podrán obtenerse las mejores condiciones para el estado.

Atentamente



Juvenal Bolaños Romero
Titular de la División de Estrategias y Enlace con
Medios de Comunicación

00044



DISPONIBILIDAD PRESUPUESTARIA



INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCION DE FINANZAS
 UNIDAD DE OPERACIÓN FINANCIERA
 COORDINACIÓN DE PRESUPUESTO E INFORMACIÓN PROGRAMÁTICA
 DICTAMEN DE DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL PREVIO

FOLIO: 000006247-2018

Dictamen de Inversión

Dictamen de Gasto

Dependencia Solicitante: 09 Distrito Federal Nivel Central
099001 Oficinas Centrales
G40000 Coordinación Administrativa

Concepto: OFICIO No. 25 RECIBIDO EL 17ENE2018 POR CONCEPTO DE DIFUSIÓN DE MENSAJES INSTITUCIONALES

Fecha Elaboración: 18/01/2018

Total Comprometido (en pesos): \$ 100,000,000.00
 Cuenta: 42062202 DIFUSION DE MENSAJES Unidad de Información: 099001 Centro de Costos: GB0000

COMPROMETIDO MENSUAL (en miles de pesos)												
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100,000.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
DISPONIBLE (en miles de pesos)												
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	107,700.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

El presente documento de existencia de respaldo presupuestario se emite en términos de lo señalado en numeral 7.2.10 de la Norma Presupuestaria del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), y de lo establecido en el artículo 8°, 144 y 148 del Reglamento Interior del IMSS, responsabilidad del área solicitante el destino y aplicación de los recursos. También se informa que este documento únicamente tendrá validez para el ejercicio fiscal en curso, y que con base en la revisión que se efectuó en el Sistema financiero PREI-Millennium, en el Módulo de Control de Compromisos, en la combinación unidad de información y centro de costos, los montos señalados quedan comprometidos para dar inicio a las gestiones de adquisición de bienes y servicios con base al marco normativo vigente.

ATENTAMENTE

 Lic. Jessica Miranda Vega

Titular de la División de Control y Seguimiento al Gasto de Operación

DÍA	MES	AÑO

DICTAMINADO DEFINITIVO

DICTAMEN DEFINITIVO

CONTRATO No. _____

IMPORTE DEFINITIVO (EN PESOS) \$ _____ .00



Clave: 6170-009-001

00046



DOCUMENTACIÓN EN CD

**CONTRATACIÓN DEL
SERVICIO DE DIFUSIÓN DE
LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL
“MENSAJES A LA
CIUDADANÍA”**

Nombre de la dependencia o entidad: Instituto Mexicano del Seguro Social
 Área requirente: Coordinación Técnica de Difusión

Fecha de elaboración: 24 de enero de 2018 No. de requisición: (4) NA

Lugar de entrega: NA		MONTO MÍNIMO A CONTRATAR INCLUIDO EL I.V.A.	MONTO MÁXIMO A CONTRATAR INCLUIDO EL I.V.A.
	GIM TELEVISIÓN NACIONAL, S.A. DE C.V.	\$8,820,857.28	\$22,052,143.20
	TELEFORMULA, S.A. DE C.V.	\$11,179,142.72	\$27,947,856.80
	GRUPO DE RADIODIFUSORAS, S.A. DE C.V.	\$8,820,857.28	\$22,052,143.20
	IMAGEN RADIO COMERCIAL, S.A. DE C.V.	\$11,179,142.72	\$27,947,856.80
	TOTAL I.V.A. INCLUIDO	\$40,000,000.00	\$100,000,000.00

Autorización del presupuesto: NA Existencia en almacén: NA

Normas / niveles de inspección: NA Capacitación: NA

responsabilidad civil/otra	Porcentaje: N.A.	Plurianualidad: N.A.
Anticipo	Porcentaje: N.A.	Penas convencionales: N.A.
Cumplimiento divisible	Porcentaje: N.A.	Tiempo de fabricación: N.A.

00048

Autoriza Mtra. Karla A. González Neria
 Titular de la Coordinación Técnica de Difusión

ATENTA NOTA

Ciudad de México, a 16 de febrero de 2018.

Para: **Ing. Emmy Loou Vázquez Torres**
Titular de la Coordinación Técnica de
Planeación y Contratos

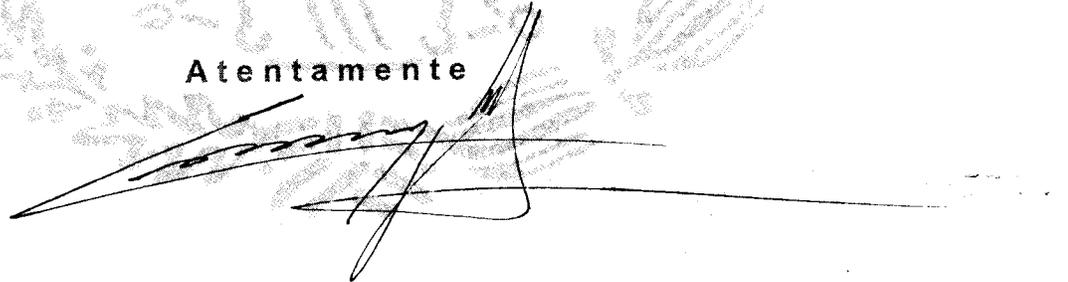
De: **Sergio Marcelo Aguilar Esparza**
Titular de la División de Contratación
de Activos y Logística

Me refiero a la solicitud de la Coordinación Técnica de Difusión contenida en el oficio 09 9001 GB0020/GBB1/2018/0040 recibido el día 12 de febrero de 2018, de someter a la revisión y autorización del Comité Institucional de Adquisiciones, Arrendamiento y Servicios, la contratación del servicio de Difusión de las Campaña Institucional "Mensajes a la Ciudadanía" a través de Medias de Comunicación Electrónica, remitiendo para ello diversa documentación relacionada con dicha solicitud.

Al efecto, sirvase encontrar anexo al presente, copia del oficio señalado y sus anexos, a fin de que por su conducto, continúen los trámites de atención a la solicitud de mérito.

Sin otro particular, le envío un cordial saludo.

Atentamente



C.C.P. Lic. Danae Corral Sanchez.- Titular de la Coordinación Técnica de Adquisición de Bienes de Inversión y Activos. Presente

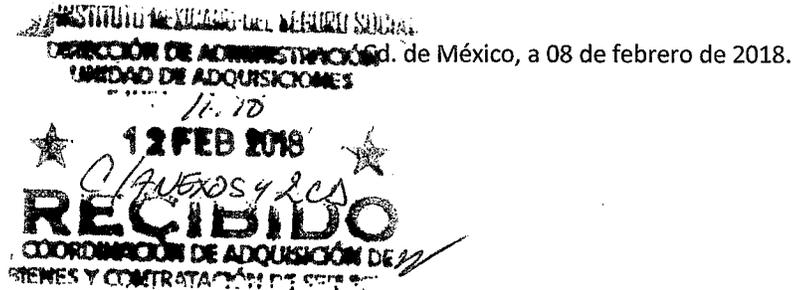
00049



* C19310 / P55

Oficio número 09 9001 GB0020/GBB1/2018/0040

Mtro. Ricardo Alexander Márquez Padilla
Título de la Coordinación de Adquisición de Bienes y
Contratación de Servicios
Presente



De conformidad con lo establecido en los artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 26 fracción III, 40, 41 fracción I y 47 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público 71 y 72 fracción II de su Reglamento, atentamente solicito se someta en sesión extraordinaria del Comité Institucional de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios (CIAAS), el dictamen de excepción a la licitación pública mediante el procedimiento de adjudicación directa, para la **CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "MENSAJES A LA CIUDADANÍA" A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS**; durante el periodo comprendido entre el día hábil siguiente al de la fecha de notificación del fallo de adjudicación y el 31 de diciembre de 2018, a fin de que este Instituto Mexicano del Seguro Social este en posibilidades de dar cumplimiento a las metas de comunicación social establecidas en la estrategia y programa anual de Comunicación Social 2018 y tomando en consideración que en el mes de marzo iniciará la veda electoral, lo cual recortaría los plazos contemplados para la difusión de la campaña y traería como consecuencia el incumplimiento a las metas de comunicación social; cabe señalar que el servicio solicitado se encuentra en el Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios y tiene como clave del Clasificador Único de las Contrataciones Públicas la 3610; para tal efecto anexo al presente sírvase encontrar de forma impresa y en medio digital la siguiente documentación:

ANEXO 2.- Justificación de las razones en que se sustenta la excepción a la licitación pública para la contratación del servicio de difusión de la campaña institucional "mensajes a la ciudadanía", a través de medios de comunicación electrónicos.

ANEXO 3.- Términos y Condiciones Generales y Anexo Técnico para la contratación del servicio de difusión de la campaña institucional "mensajes a la ciudadanía" a través de medios de comunicación electrónicos.

ANEXO 4.- Dictamen de Disponibilidad Presupuestal.

ANEXO 5.- Carta de Ausencia de Interés.

ANEXO 6.- Resultado de la Investigación de Mercado.

ANEXO 7.- 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.

ANEXO 8.- Autorización de la difusión de la campaña "MENSAJES A LA CIUDADANÍA", por parte de la Secretaría de Gobernación, Solicitud de autorización para la difusión de la campaña "MENSAJES A LA CIUDADANÍA".

ANEXO 9.- "ANÁLISIS DE MEDIOS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL "MENSAJES A LA CIUDADANÍA" A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS".

ANEXO 10.- Requerimiento Fo-con 03.

00050

000560

2018 FEB 11 P 2:54



ANEXO 11.- Tarifas por cada medio de comunicación electrónica (Televisión y Radio).

ANEXO 12.- Oficio de designación del administrador del contrato, oficio de designación del representante técnico, que asistirá al servidor público que presida la(s) junta(s) de aclaraciones y justificación de la selección del criterio binario para la evaluación de las proposiciones resultantes para la contratación del servicio de difusión de la campaña institucional "mensajes a la ciudadanía", a través de medios de comunicación electrónicos, mediante el procedimiento de adjudicación directa como supuesto de excepción a licitación pública.

Sin otro particular, le envío un cordial saludo.

Atentamente


Mtra. Karla A. González Neria
Titular de la Coordinación Técnica de Difusión