



JUSTIFICACIÓN PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES 2019, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS (TELEVISIÓN Y RADIO)

I.- MARCO LEGAL.

El Instituto Mexicano del Seguro Social en lo sucesivo "El Instituto" es un Organismo Público Descentralizado de la Administración Pública Federal con personalidad jurídica y patrimonio propios, que tiene a su cargo la organización y administración del Seguro Social, como un servicio público de carácter nacional, en términos de los artículos 4° y 5° de la Ley del Seguro Social.

Ahora bien, el artículo 4° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos garantiza 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."

II.- FUNCIÓN DEL IMSS EN MATERIA DE SEGURIDAD SOCIAL.

El Instituto Mexicano del Seguro Social, en los términos consagrados en Ley del Seguro Social, tiene por objeto organizar y administrar el Seguro Social, que es el instrumento básico de la seguridad social, establecido como un servicio público de carácter nacional, para 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, así como el otorgamiento de una pensión que, en su caso y previo cumplimiento de los requisitos legales, será garantizada por el Estado.

III.- PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN, QUE INCLUYE LA FUNDAMENTACIÓN LEGAL DEL SUPUESTO DE EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA





## JUSTIFICACIÓN PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES 2019, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS (TELEVISIÓN Y RADIO)

El procedimiento de contratación para la prestación de los servicios objeto de la presente justificación, es el de excepción del ámbito de aplicación de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 1º quinto párrafo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, 4º de su Reglamento, 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y el numeral 5.4.1 de las Políticas, bases y lineamientos en materia de adquisiciones, arrendamientos y servicios del Instituto Mexicano del Seguro Social.

### IV.- PLANTEAMIENTO.

En cumplimiento a lo dispuesto por los artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se presenta la justificación técnica para la contratación del servicio de difusión de las campañas institucionales 2019, a través de medios de comunicación electrónicos (Televisión y Radio).

### V.- JUSTIFICACIÓN PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS REQUERIDOS

La Unidad de Comunicación Social necesita la difusión de las campañas institucionales 2019, a través de medios de comunicación electrónicos (Televisión y Radio) que abarquen todo el territorio nacional y a los diferentes estratos sociales que conforman el público objetivo. Por lo que resulta necesaria la contratación de los canales 11 y 22, así como las emisoras reactor 105.7 FM, XHOF, Opus 94.5 FM XHIMER, Horizonte 107.9 FM XHIMR, La B grande AM XEB, Radio 710 AM XEMP, Ciudadana 660 AM XEDTL, entre otras que pertenecen al IMER, mismos que están enfocados a un determinado perfil de audiencia, lo que coadyuva al cumplimiento de los objetivos institucionales planteados..

La determinación de la contratación de los medios para la difusión de las Campañas Institucionales 2019, deriva de los siguientes aspectos:

1.- Cada uno de los medios seleccionados cubre ciertos espacios publicitarios que van dirigidos a distintos tipos de audiencia, diferenciada por rangos de edad, nivel socioeconómico, nivel cultural, etc., además de que cubren distintas áreas geográficas y que en su conjunto llegan a la gran mayoría de nuestro público objetivo ubicado en todo el territorio nacional, cabe mencionar que cada medio cuentan con diferente programación única e irrepetible que va dirigida a su perfil de audiencia, es decir, cada medio tiene una programación versátil y diversa que garantice una mayor efectividad de las campañas institucionales.





JUSTIFICACIÓN PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES 2019, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS (TELEVISIÓN Y RADIO)

2.- Cubrir el mayor número de público objetivo con la difusión de las campañas institucionales 2019.

3.- Diversificar el impacto de las campañas institucionales 2019, en los diferentes estratos sociales y ubicación geográfica al cual van dirigidas.

4.- Resultados de la Investigación de Mercado número 086/2019 para la prestación del servicio de difusión de las Campañas Institucionales 2019, en la cual se verificó que los proveedores autorizados posean la titularidad o licenciamiento exclusivo de los espacios publicitarios que el Instituto requiere; así como de que cuenten con la capacidad de dar cumplimiento a las características y condiciones del servicio

En virtud de lo anterior, y toda vez que los medios autorizados, cuentan con la titularidad o licenciamiento exclusivo de los espacios publicitarios que el Instituto requiere, así como con la cobertura geográfica, alcance e infraestructura necesarios para poder cubrir la totalidad del público objetivo distribuido a lo largo y ancho del territorio nacional, se puede considerar que es necesaria e indispensable su contratación, ya que el alcance de difusión de las Campañas Institucionales 2019 a través de ellos, implica una mayor cobertura e impacto de penetración en nuestro público, lo que conlleva al cumplimiento de los objetivos institucionales; sin dejar de lado que se da estricto cumplimiento a los requisitos establecidos por la normatividad aplicable y vigente.

En consecuencia, la contratación de los medios autorizados ofrecerá al Instituto: 1. La difusión en los medios electrónicos, que se necesitan; 2. La cobertura geográfica necesaria; 3. El alcance y frecuencia necesarias; lo que coadyuvará a que las Campañas Institucionales 2019 logren los objetivos propuesto.

En ese sentido, y atendiendo a las dimensiones del público al que se pretende llegar con la difusión de las campañas institucionales 2019, se requiere la contratación de los medios autorizados, ya que esto permitirá lograr los objetivos de alcance y penetración requeridos por el Instituto.

Cabe señalar que esta área técnica una vez que valoró y revisó las propuestas técnicas de los proveedores, determinó que las mismas cumplen con las necesidades de difusión que se requieren para las campañas Institucionales 2019.



X



**JUSTIFICACIÓN PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES 2019, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS (TELEVISIÓN Y RADIO)**

**VI.- MONTO ESTIMADO Y FORMA DE PAGO**

La contratación ascendería al importe mínimo de \$1'240,000.00 (Un millón doscientos cuarenta mil pesos 00/100 M.N.) incluido el Impuesto al Valor Agregado correspondiente y como máximo el importe de \$3'100,000.00 (Tres millones cien mil pesos 00/100 M.N.) incluido el Impuesto al Valor Agregado correspondiente, contando con el dictamen de disponibilidad presupuestal folio 0000172563-2019 de fecha 06 de mayo de 2019. Dicho importe que se detalla a continuación:

RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	MONTO MÁXIMO INCLUIDO IVA	MONTO MÍNIMO INCLUIDO IVA
INSTITUTO POLITECNICO NACIONAL TELEVISIÓN	CANAL 11	\$500,000.00	\$200,000.00
METROPOLITANA, S.A DE C.V.	CANAL 22	\$500,000.00	\$200,000.00
INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO	IMER	\$2'100,000.00	\$840,000.00

El pago se realizará de conformidad a los plazos y términos establecidos en los documentos denominados **TÉRMINOS Y CONDICIONES GENERALES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES 2019, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS (TELEVISIÓN Y RADIO)** y serán por servicio devengado, dentro de los 15 días naturales siguientes a la presentación de la factura, previa revisión y validación del servicio a entera satisfacción de la División de Estrategias y Enlace con Medios de Comunicación, dependiente de la Coordinación Técnica de Difusión.

**VII. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.**

En los términos que establecen los artículos 2 fracción X, 26 sexto párrafo de la LAASSP; 28 y 29 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 086/2019 para la prestación del servicio de difusión de las Campañas Institucionales 2019, a través de medios de comunicación electrónicos, con el fin de verificar la existencia de oferta de bienes y servicios en la cantidad, calidad y oportunidad





JUSTIFICACIÓN PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES 2019, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS (TELEVISIÓN Y RADIO)

requeridas, verificar la existencia de proveedores con posibilidad de cumplir con las necesidades de contratación, conocer el precio prevaleciente de los servicios requeridos, así como de verificar que los proveedores indicados posean la titularidad o licenciamiento exclusivo de los espacios publicitarios que el Instituto requiere.

Concluyendo

Que la presente investigación de mercado da cumplimiento a los propósitos enmarcados en el primer párrafo del artículo 29 del Reglamento de la materia, por lo que de acuerdo a las condiciones establecidas por el área requirente en el anexo técnico, se identifica que las empresas seleccionadas por la Coordinación Técnica de Difusión están en posibilidad de cumplir con las condiciones del servicio requerido.

VIII.- DATOS GENERALES DEL PRESTADOR DEL SERVICIO.

RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	DATOS GENERALES DEL PRESTADOR DE SERVICIO	
		RFC	DOMICILIO FISCAL
INSTITUTO POLITECNICO NACIONAL	CANAL 11	IPN811229H2 6	AV. LUIS ENRIQUE ERRO SIN NÚMERO, UNIDAD PROFESIONAL ADOLFO LÓPEZ MATEOS, SACATENCO, ALCALDÍA GUSTAVO A. MADERO, C.P. 07738, CIUDAD DE MÉXICO
TELEVISIÓN METROPOLITANA, S.A DE C.V.	CANAL 22	TME901116GZ 8	ATLETAS NÚMERO 02, COLONIA COUNTRY CLUB, C.P. 04220, ALCALDÍA COYOACÁN, CIUDAD DE MÉXICO
INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO	IMER	IMR830323RH 1	MAYORAZGO NUMERO 83, COLONIA XOCO, ALCALDÍA BENITO JUÁREZ, C.P. 03330, CIUDAD DE MÉXICO





JUSTIFICACIÓN PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES 2019, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS (TELEVISIÓN Y RADIO)

IX. CRITERIOS DE EVALUACIÓN: EFICACIA, IMPARCIALIDAD, HONRADEZ Y TRANSPARENCIA.

El procedimiento de contratación se sustenta en los siguientes criterios:

IX. 1.- Eficacia.

Con la contratación se logra la mejor inversión de los recursos económicos asignados, ya que con los medios de comunicación electrónicos (Televisión y Radio) 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 comunicación de las Campañas Institucionales 2019, y por consiguiente el pleno aprovechamiento de los recursos destinados a la contratación.

Es preciso señalar que el procedimiento de contratación asegura al Estado las mejores condiciones disponibles en cuanto a calidad y oportunidad, si se considera que los medios de comunicación electrónicos (Televisión y Radio), 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 las Campañas Institucionales 2019, sea visto por la población objetivo.
- B) Que el monto que se pretende utilizar para la adjudicación de los contratos, comparado con el grupo de personas que los medios de comunicación electrónicos (Televisión y Radio) 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.





JUSTIFICACIÓN PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES 2019, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS (TELEVISIÓN Y RADIO)

IX. 2. Imparcialidad.

El procedimiento de contratación, garantiza el criterio de imparcialidad en el presente caso, toda vez que la elección de los medios de comunicación electrónicos (Televisión y Radio) se integró con base a las necesidades del Instituto y tomando en cuenta la: cobertura, accesibilidad, especialidad, destinatarios, audiencia, rating y mayor grado de penetración de los mensajes entre el público objetivo.

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.

IX. 3. Honradez.

El criterio de honradez se cumple en primer lugar, en atención a que el 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 (Televisión y Radio); asimismo el presente criterio se acredita por el hecho de que en las contrataciones materia de la presente, 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.

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 de los participantes y exigió de todos estos la misma conducta.





JUSTIFICACIÓN PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES 2019, A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS (TELEVISIÓN Y RADIO)

IX. 4. Transparencia.

En el procedimiento de contratación 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.

X.- AUTORIZACIÓN DE CONTRATACIÓN.

Con base a lo expuesto, la Unidad de Comunicación Social autoriza la contratación del servicio de difusión de las Campañas Institucionales 2019, a través de los medios de comunicación electrónicos (Televisión y Radio) indicados, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 1º quinto párrafo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, 4º de su Reglamento, 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y el numeral 5.4.1 de las Políticas, bases y lineamientos en materia de adquisiciones, arrendamientos y servicios del Instituto Mexicano del Seguro Social.

XI.- LUGAR Y FECHA DE EMISIÓN.

Ciudad de México a, 18 de julio de 2019

A t e n t a m e n t e

Lic. Alejandra Aguirre Islas  
Encargada del Despacho de la  
Unidad de Comunicación Social

