CONVOCATORIA
A LA
LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL PLURIANUAL NO. 06810001-008-09 PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS:

"SERVICIOS INTEGRALES DE MERCADOTECNIA, INVESTIGACIONES DE MERCADOS, PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN".

16-octubre-2009

GLOSARIO

Para los efectos de esta Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09 en el contenido de esta convocatoria deberá entenderse por:

Contratación:	**"Servicios Integrales de Mercadotecnia, Investigaciones de Mercados, Publicidad y Promoción".**
Anexo Técnico:	Documento mediante el cual el área solicitante describe detalladamente las características esenciales de un bien o servicio.
Área Solicitante:	**Dirección de Marcas Melate y Revancha**
Domicilio Fiscal:	Av. Insurgentes Sur No. 1397, Colonia Insurgentes Mixcoac, Delegación Benito Juárez, C.P. 03920, México, D.F. Tel. Conmutador 5482-0000. R.F.C. PAP-840816-3V2. Dirección Electrónica www.pronosticos.gob.mx
Caja de Pagos de Pronósticos:	Av. Insurgentes Sur No. 1397, sótano, Col. Insurgentes Mixcoac, 03920, Delegación Benito Juárez, México, D.F., Tel. Conmutador 5482-0000 Ext. **20055**, de lunes a viernes de 09:00 a 14:30 horas.
Dirección Administrativa:	Av. Insurgentes Sur No. 1397, piso 12, Colonia Insurgentes Mixcoac, Delegación Benito Juárez, C.P. 03920, México, D.F., Tel. Conmutador 5482-0000 Ext. **20033**, Fax 5598-8184, de lunes a viernes de 9:00 a 15:00 hrs. y de 16:00 a 17:00 hrs.
Dirección de Marcas Melate y Revancha	Av. Insurgentes Sur No. 1397, piso 10, Col. Insurgentes Mixcoac, 03920, Delegación Benito Juárez, México, D.F., Tel. Conmutador 5482-0000 Ext. 20042, Fax 5598-8184, de lunes a viernes de 9:00 a 15:00 hrs. y de 16:00 a 17:00 hrs.
Gerencia de Recursos Materiales:	Av. Insurgentes Sur No. 1397, piso 11, Colonia Insurgentes Mixcoac, Delegación Benito Juárez, C.P. 03920, México, D.F., Tel. Conmutador 5482-0000 Ext. **20046**, Fax 5598-8184, de lunes a viernes de 9:00 a 15:00 hrs. y de 16:00 a 17:00 hrs.
Gerencia de Seguimiento y Control Presupuestal:	Av. Insurgentes Sur No. 1397, piso 12, Col. Insurgentes Mixcoac, 03920, Benito Juárez, México, D.F., Tel. Conmutador 5482-0000 Ext. **20021**, Fax 5615-2290, lunes a viernes de 9:00 a 13:00 hrs.
OIC:	Órgano Interno de Control en Pronósticos para la Asistencia Pública, sito en Av. Insurgentes Sur No. 1397, piso 8, Colonia Insurgentes Mixcoac, Delegación Benito Juárez, C.P. 03920, México, D.F. Tel. Conmutador 5482-0000 Ext. **16130**, de lunes a viernes de 8:00 a 18:00 hrs.
Sala de juntas:	En el Auditorio de Pronósticos, ubicado en Av. Insurgentes Sur No. 1397, Piso 4, Colonia Insurgentes Mixcoac, Delegación Benito Juárez, C.P.03920, México, D.F.
DOF:	Diario Oficial de la Federación.
Firma Autógrafa:	Firma completa de su propia mano (no facsimilar) de quien deba suscribir legalmente los documentos y propuestas del licitante.
Identificación Oficial:	Pasaporte vigente, Credencial para Votar, Licencia para conducir vigente o cédula profesional. Documentos que se encuentren legibles.
IMSS:	Instituto Mexicano del Seguro Social.
I.V.A.	Impuesto al Valor Agregado.
Ley:	Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público vigente.
Reglamento:	Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público vigente.
Licitante:	Persona que participa en los actos de la licitación para celebrar pedido y/o contrato con Pronósticos para la Asistencia Pública.
Pronósticos o Entidad:	Pronósticos para la Asistencia Pública.
Pedido y/o Contrato:	Documento celebrado entre la Entidad y algún proveedor, en el cual se consignan las características y condiciones comerciales de los bienes y/o servicios para satisfacer las necesidades planteadas por las áreas solicitantes.
Servidores Públicos de Pronósticos:	Se consideran Servidores Públicos de Pronósticos en esta convocatoria: Gerente de Recursos Materiales, Jefe del Departamento de Adquisiciones; Representantes de: Área Solicitante, Coordinación Técnica y Jurídica y del OIC, que se encuentren presentes en los diferentes actos de la Licitación.
SFP:	Secretaría de la Función Pública.

Encabezado				Título	Página
				Glosario	
Capítulo 1				**"Servicios Integrales de Mercadotecnia, Investigaciones de Mercados, Publicidad y Promoción".**	**4**
	Punto 1			Partida Única	4
	Punto 2			Vigencia, lugar, horario, fecha y condiciones de prestación de servicio y/o entrega de los bienes	4
	Punto 3			Devolución y/o reposición de los bienes y /o servicios.	4
	Punto 4			Prórrogas.	4
	Punto 5			Anticipo.	5
	Punto 6			Condiciones de pago.	5
	Punto 7			Recursos Económicos	5
	Punto 8			Mecanismos de Ajustes para reconocer incrementos	5
	Punto 9			Pantes, Marcas y Derechos de Autor	5
	Punto 10			Tipo de Contrato	5
	Punto 11			Tipo de Licitación	5
	Punto 11			Ejercicios Fiscales	
	Punto 12			Método de Evaluación	5
Capítulo 2				**DISPOSICIONES GENERALES**	**5**
	Punto 1			Publicación de la Convocataria.	6
	Punto 2			Idioma en que deberán presentar las proposiciones.	6
	Punto 3			Moneda que deberá utilizarse.	6
	Punto 4			Impuestos y derechos.	6
	Punto 5			Cancelación o declaración desierta de la licitación.	6
		5.1		Suspensión de los procedimientos.	6
		5.2		Cancelación.	6
		5.3		Licitación desierta.	6
	Punto 6			Pedido y/o Contrato.	6
		6.1		Requisitos para formalizar el contrato y/o pedido.	7
			6.1.1	Garantía de Cumplimiento.	7
			6.1.2	Documentación Legal.	7
			6.1.3	Cumplimiento al artículo 32-D del Código Fiscal de la Federación	8
			6.1.4	Afiliación a Cadenas Productivas	8
		6.2		Formalización del contrato y/o pedido.	8
		6.3		Modificación al contrato y/o pedido.	8
		6.4		Terminación anticipada al contrato y/o pedido.	9
		6.5		Rescisión del contrato y/o pedido.	8
		6.6		Suspensión del contrato y/o pedido.	9
	Punto 7			Ejecución y Devolución de la Garantía de Cumplimiento.	9
		7.1		Ejecución.	9
		7.2		Devolución.	9
	Punto 8			Penas Convencionales.	9
	Punto 9			Inconformidades.	10
	Punto 10			Invitación a las Cámaras, Colegios o Asociaciones Profesionales u otras Organizaciones no gubernamentales.	10
Capítulo 3				**DOCUMENTACIÓN QUE DEBERÁ PRESENTAR EL LICITANTE**	**10**
	Punto 1			Documentación Administrativa.	11
	Punto 2			Proposición Técnica.	12
	Punto 3			Proposición Económica.	12
Capítulo 4				**CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTAS**	**12**
	Punto 1			Criterios que se aplicarán para la evaluación de las proposiciones.	13
	Punto 2			Causas para desechar las proposiciones de los licitantes.	14
Capítulo 5				**DESARROLLO DE LOS ACTOS DE ESTA LICITACIÓN**	**14**
	Punto 1			Notificaciones, Revisión Previa y Participación de eventos.	15
	Punto 2			Junta de Aclaraciones.	15
	Punto 3			Acto de Presentación y Apertura de Proposiciones.	16
	Punto 4			Fallo.	17
				INFORMATIVO.	17
				Combate a la corrupción.	17
				OCDE.	17
				ANEXOS	
Anexo 1				Constancia de Recepción de la Documentación.	18
Anexo 2				Capítulo 3 Punto 1 Documento 4.	19
Anexo 3				Capítulo 5 Documento 2.	20
Anexo 4				Capítulo 3 Punto 1 Documento 5.	21
Anexo 5				Capítulo 3 Punto 1 Documento 6.	26
Anexo 6				Capítulo 3 Punto 3 Documento 1.	27
Anexo 7				Capítulo 3 Punto 3 Documento 2.	28
Anexo 8				Modelo de Contrato y/o pedido.	29
Anexo 9				Modelo de Fianza de Garantía de Cumplimiento del contrato y/o pedido.	50
Anexo 10				Encuesta de Transparencia. Junta de Aclaraciones.	51
Anexo 10-A				Encuesta de Transparencia. Presentación y Apertura de Proposiciones.	52
Anexo 10-B				Encuesta de Transparencia. Fallo.	53
Anexo 11				Nota Informativa para personas de países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico	54
Anexo 12				Cumplimiento al artículo 32 del Código Fiscal de la Federación Información de la Resolución de la Miscelanea fiscal	55
Anexo 13				Cadenas Productivas	65
Anexo 14				Estratificación	71
Anexo 15				Escrito de Facultades	75
				ANEXO TÉCNICO	**76**

Pronósticos para la Asistencia Pública
Subdirección General de Administración y Finanzas
Dirección Administrativa
Gerencia de Recursos Materiales

PROYECTO DE CONVOCATORIA A LA LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL PLURIANUAL NO. 06810001-008-09

Pronósticos para la Asistencia Pública, a través de la Gerencia de Recursos Materiales dependiente de la Dirección Administrativa, en observancia a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 134, y en cumplimiento de los preceptos que establecen la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y su Reglamento vigente y demás ordenamientos legales aplicables en la materia, convoca a los interesados en participar en la **Licitación Pública Nacional Plurianual** No. 06810001-008-09 para la contratación de los **"Servicios Integrales de Mercadotecnia, Investigaciones de Mercados, Publicidad y Promoción".** con base en las características y especificaciones del Anexo Técnico de esta convocatoria, invita a participar en esta licitación a los interesados que no se encuentren en alguno de los supuestos que se establecen en los artículos, 50 y 60 de la Ley y 8 fracción XI y XX de la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos.

Capítulo 1 Información para la contratación de los "Servicios Integrales de Mercadotecnia, Investigaciones de Mercados, Publicidad y Promoción".

1. Partida Única.

El bien y/o servicio objeto de esta licitación, será adjudicado al licitante que cumpla con las características y especificaciones que se detallan en el Anexo Técnico.

2. Vigencia, lugar, horario, fecha y condiciones de prestación de servicio y/o entrega de los bienes.

La vigencia será a partir del 1 de noviembre de 2009 y hasta el 31 de diciembre de 2012.

El bien y/o servicio objeto de esta licitación, será proporcionado de conformidad a lo establecido en el anexo técnico.

Para la aceptación de los bienes y/o servicios solicitados, se verificará el cumplimiento de las especificaciones establecidas en la convocatoria de licitación incluyendo lo definido en la junta de aclaraciones contra los bienes y/o servicios que se proporcionen por parte del licitante. Asimismo el (los) licitante (s) al entregar sus proposiciones aceptan este punto en sus términos y esta conforme en que en tanto la recepción mencionada no se cumpla, éstos no se tendrán por recibidos o aceptados.

3. Devolución y/o Reposición de los bienes y/o servicios.

En caso de que los bienes y/o servicios presenten fallas de calidad o incumplimiento de las especificaciones establecidas en la convocatoria y el Anexo Técnico, así como en el acta de la junta de aclaraciones y en el pedido y/o contrato, previo a la reclamación de la penalización correspondiente, Pronósticos podrá exigir al licitante ganador que lleve a cabo la sustitución inmediata de los bienes y/o servicios que se requieran, al siguiente día hábil a la notificación, sin que estos impliquen su modificación, lo que el licitante ganador deberá realizar por su cuenta, sin que tenga derecho a retribución por tal concepto.

En el caso de que el (los) licitante (s) ganador (es) no lleve (n) a cabo la sustitución que se le (s) exija a partir del vencimiento del plazo que Pronósticos otorgue al licitante (s) ganador (es), o bien, en el supuesto de manifestar la imposibilidad, Pronósticos podrá solicitar a un tercero los bienes y/o servicios con cargo al licitante (s) ganador (es).

4. Prórrogas.

Cuando existan razones debidamente justificadas por parte del licitante (s) ganador (es), Pronósticos por medio de la Dirección Administrativa, tomando en cuenta la opinion del área solicitante, podrá conceder prórroga por escrito; siempre y cuando, no sean afectados los intereses de Pronósticos, de conformidad con los artículos 52 de la Ley y 63 del Reglamento. A partir de la fecha de cumplimiento del plazo de la prórroga, procederá la penalización pactada.

5. Anticipos.

No habrá anticipos.

6. Condiciones de Pago.

El o los pagos del importe derivado (s) de la presente licitación, se efectuará (n) de conformidad con lo establecido en el anexo técnico, dentro de los quince días naturales posteriores a aquel en el que se presente el comprobante fiscal previo a la aceptación del área solicitante en la Gerencia de Seguimiento y Control Presupuestal, preferentemente mediante transferencia vía electrónica, a la cuenta bancaria que el licitante ganador proporcione a Pronósticos (excepto en los bancos IXE y Banorte), o bien, en las Cajas de Pago de Pronósticos, y ésta se obliga a cubrir los importes del o los bienes y/o servicio recibidos a entera satisfacción al amparo de cada comprobante fiscal, mismos que deberán reunir los requisitos señalados en el Código Fiscal de la Federación vigente.

En caso de que los comprobantes fiscales entregados por el licitante (s) ganador (es), para su pago, presenten errores o deficiencias, Pronósticos dentro de los tres días naturales siguientes al de su recepción, informará al (los) mismo (s) las deficiencias que deberá corregir. El período que transcurra a partir de que se le informe y hasta que el licitante (s) ganador (es), presente (n) las correcciones, no se computará para efectos del artículo 51 de la Ley.

Los pagos se incorporarán al Programa de Cadenas Productivas de Nacional Financiera, S.N.C. y se dará de alta en el mismo la totalidad de cuentas por pagar del licitante ganador, para ello la factura aceptada se registrará en dicho programa a más tardar 15 días posteriores a su recepción, misma que podrá ser consultada en el portal www.nafin.com a efecto de que el licitante adjudicado pueda transferir los derechos de cobro al intermediario financiero, en los términos del último párrafo del artículo 46 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, **(*Véase anexo 13 "Cadenas Productivas").***

7. Recursos Económicos.

El ejercicio de los recursos para los años 2010, 2011, 2012, estará sujeto para fines de su ejecución y pago al presupuesto que apruebe la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, así como al calendario de gasto que se autorice a la Entidad conforme al año correspondiente quedando en el entendido que no sufrirá penalización alguna Pronósticos por la variación que ocurra en las asignaciones presupuestales por la conformación y monto del presupuesto que apruebe el Poder Legislativo.

8. Mecanismo de Ajustes para Reconocer Incremento.

Los precios serán fijos, únicamente a solicitud por escrito del licitante ganador y dentro de los 2 meses posteriores a la publicación en el Diario Oficial de la Federación, se podrá solicitar un incremento en el precio unitario, de acuerdo al incremento del índice nacional de precios al consumidor de los años 2009, 2010, 2011 publicados por el Banco de México, según corresponda a los ejercicios 2010, 2011 y 2012 los cuales aplicarán a partir del siguiente día natural de la fecha de formalización del convenio modificatorio.

9. Patentes, Marcas y Derechos de Autor.

Al licitante que se le adjudique el contrato, asumirá la responsabilidad total para el caso de que se deban utilizar patentes, marcas o derechos de autor, por lo que Pronósticos no será responsable en estos aspectos.

10. Tipo de contrato.

Abierto.

11. Tipo de Licitación.
Presencial

12. Ejercicios Fiscales.

La presente Licitación abarca los ejercicios fiscales 2009, 2010, 2011, 2012.

13. Método de Evaluación

El criterio para la evaluación de proposiciones será por puntos y porcentajes.

Capítulo 2 Disposiciones Generales

"Ninguna de las condiciones contenidas en la convocatoria a esta licitación, así como en las proposiciones presentadas por los licitantes podrán ser negociadas". De conformidad a lo dispuesto en el artículo 26 de la Ley.

Los licitantes que infrinjan las disposiciones de la Ley, serán sancionados de conformidad con los artículos 59 y 60 de la misma.

1. Publicación de la convocatoria.

De conformidad con el artículo 30 de la Ley, la publicación de la convocatoria a la licitación pública se realizará a través de CompraNet en su página web http://www.compranet.gob.mx/ y su obtención será gratuita, simultáneamente se enviará un resumen de la convocatoria a la licitación para su publicación en el Diario Oficial de la Federación, asimismo se pondrá a disposición de los licitantes copia del texto de la convocatoria.

Para efectos de poner a disposición de los licitantes el texto de la convocatoria, **la convocante contará con un ejemplar impreso, exclusivamente para consulta**, en las oficinas de la Gerencia de Recursos Materiales, Insurgentes Sur 1397, Col. Insurgentes Mixcoac, Delegación Benito Juárez, C.P. 03920, México, D.F. **Sin que esté obligada a entregar un ejemplar impreso al licitante**. Lo anterior dentro del plazo comprendido para este fin y en horario de 9:00 a 18:00 horas.

2. Idioma en que deberán presentar las proposiciones.

Las proposiciones y todo lo relacionado con esta licitación, deberán presentarse en **idioma español**.

3. Moneda que deberá utilizarse.

Deberán presentar sus proposiciones en moneda nacional.

4. Impuestos y derechos.

Únicamente el I.V.A. será cubierto por Pronósticos.

5. Suspensión, cancelación o declaración desierta de la licitación.

5.1 Suspensión temporal de los procedimientos.

De conformidad con el artículo 70 de la Ley y derivado de las inconformidades a que se refiere el artículo 65 de la misma, se podrá suspender el procedimiento de contratación y los que de éste deriven.

5.2 Cancelación.

De conformidad con el cuarto párrafo del artículo 38 de la Ley, se podrá cancelar una licitación por caso fortuito o fuerza mayor. De igual manera, se podrá cancelar cuando existan circunstancias, debidamente justificadas, que provoquen la extinción de la necesidad para adquirir o arrendar los bienes o contratar la prestación de los servicios y que de continuarse con el procedimiento de contratación se pudiera ocasionar un daño o perjuicio a Pronósticos. El motivo por el cual se determine dar por cancelada la licitación, partidas o conceptos, se hará del conocimiento de los licitantes.

5.3 Licitación desierta.

Se declarará desierta la licitación, cuando:

- ☑ La totalidad de las proposiciones presentadas no reúna los requisitos solicitados, o los precios ofertados no resulten aceptables, de conformidad con el artículo 38 de la Ley.

6. Pedido y/o Contrato. ***(Modelo de contrato: Véase Anexo 8).*** En caso de que el modelo de contrato presente alguna discrepancia prevalecerá lo estipulado en el cuerpo general de la convocatoria, esto conforme al artículo 45 antepenúltimo párrafo de la ley.

6.1 Requisitos para Formalizar el pedido y/o contrato.

6.1.1 Garantía de Cumplimiento. ***(Véase Anexo 9)***

La garantía relativa al cumplimiento del (los) pedido (s) y/o contrato (s) obligará al licitante (s) ganador (es) a responder cabalmente a todo lo pactado y por la óptima calidad de los bienes y/o servicios, de su entrega, así como cualquier otra responsabilidad en que pudiere incurrir. La garantía de cumplimiento estará vigente durante la substanciación de todos los recursos legales o juicios que se interpongan hasta que se pronuncie resolución definitiva, de forma tal que su vigencia no podrá acotarse en razón del plazo de la ejecución del (los) pedido (s) y/o contrato (s) principal o fuente de las obligaciones, o cualquier otra circunstancia. Asimismo esta garantía permanecerá en vigor aún en los casos en que Pronósticos para la Asistencia Pública otorgue prórrogas o esperas al licitante para el cumplimiento de sus obligaciones.

El licitante (s) adjudicado (s) deberá (n) entregar en el domicilio de Pronósticos para la Asistencia Pública como garantía de cumplimiento, Fianza expedida por una Institución Mexicana Autorizada por el Gobierno Federal en términos de la Ley Federal de Instituciones de Fianzas, a favor de Pronósticos para la Asistencia Pública por un monto igual al 10% del monto máximo del (los) pedido (s) y/o contrato (s) antes del Impuesto al Valor Agregado, **dentro de los 10 (diez) días naturales siguientes a la firma del (los) pedido (s) y/o contrato (s).**

El licitante adjudicado podrá presentar la garantía por un monto igual al 10% del monto máximo por erogar en el ejercicio fiscal de que se trate y deberá ser renovada cada ejercicio fiscal por el monto máximo a erogar en el mismo, la cual deberá presentarse a más tardar dentro de los primeros 10 días naturales del ejercicio que corresponda conforme al art. 58-A del Reglamento de la ley.

La falta de presentación de la garantía de cumplimiento en el plazo establecido en este punto y en el artículo 48, último párrafo de la Ley, dará como consecuencia el inicio del proceso de rescisión por incumplimiento de los requisitos para formalizar el (los) pedido (s) y/o contrato (s).

En caso de que Pronósticos otorgue alguna prórroga al licitante (s) ganador (es) para el cumplimiento de sus obligaciones, derivadas de la formalización de convenios de ampliación de cantidades o al plazo del (los) pedido (s) y/o contrato, deberán presentar la modificación a la garantía de cumplimiento.

6.1.2 Documentación Legal.

El representante legal del licitante (s) ganador (es), dentro de los **tres días hábiles** posteriores a la emisión del fallo, previamente a la firma del (los) pedido (s) y/o contrato (s), deberá (n) presentar original y/o copia certificada para su cotejo y copia simple de los siguientes documentos:

- **Para Personas Morales**
  a) Acta Constitutiva de la empresa en la que conste que desempeña actividades relacionadas con el objeto de la presente licitación y, en su caso, la última modificación que hubiere sufrido. El Acta Constitutiva y modificaciones a la misma, deberán estar debidamente inscritas en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio.
  b) Poder notarial del representante legal, que lo faculte para comprometerse u obligarse por cuenta y orden de la empresa.
  c) Cédula de Identificación Fiscal de la Empresa.
  d) En su caso, la documentación a la que hace mención el Capítulo 3, punto 1.
  e) Identificación oficial vigente del representante legal.
  f) Comprobante de domicilio fiscal.
  g) Registro Federal de Contribuyentes del Representante Legal.
  h) Comprobante de domicilio del Representante Legal.
  i) Identificación oficial vigente del testigo.
  j) Escrito de estratificación. ***(Véase Anexo 14)***
  k) Deberá proporcionar una dirección de correo electrónico, en caso de contar con el.

- **Para Personas Físicas**
  a) Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes.
  b) Cédula de Identificación Fiscal.
  c) Identificación oficial vigente.
  d) Comprobante de domicilio fiscal.
  e) Identificación oficial vigente del testigo.
  f) Escrito de estratificación. ***(Véase Anexo 14)***
  g) Deberá proporcionar una dirección de correo electrónico, en caso de contar con el.

6.1.3 Cumplimiento del artículo 32-D del Código Fiscal de la Federación.
Para el cumplimiento de este punto los licitantes participantes, deberán ajustarse a lo dispuesto en la regla I.2.1.17 de la actual Resolución Miscelánea Fiscal 2009, Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 29 de abril de 2009.

Así como a lo dispuesto en el oficio circular de fecha 19 de septiembre de 2008 Publicado en el Diario Oficial ***(Ver anexo 12).***

…"Por lo anterior el licitante adjudicado deberá:

1.- Presentar ante esta entidad contratante el acuse de recepción, con el que compruebe que realizó la solicitud de opinión prevista en la regla I.2.1.16 de la Resolución Miscelánea Fiscal para el 2008, o aquella que en el futuro sustituya.

2.- Realizar la consulta de opinión ante el SAT preferentemente dentro de los tres días hábiles posteriores a la fecha en que tenga conocimiento del fallo o adjudicación correspondiente.

3.- Las personas físicas o morales residentes en el extranjero que resulten adjudicadas y que no estén obligadas a presentar la solicitud de inscripción en el RFC o declaraciones periódicas en México, así como los contribuyentes que no estén obligados a presentar total o parcialmente la declaración anual del ISR, deberán realizar su solicitud de opinión al SAT ante la administración Local de Servicios al Contribuyente que corresponda al domicilio de la convocante.

4.- Asimismo en observancia de lo dispuesto en el citado oficio circular en la consulta de opinión ante el SAT deberán incluir los siguientes correos electrónicos de la convocante s.ortega@pronosticos.gob.mx, fany.roa@pronosticos,gob.mx a efecto de que el SAT envíe el acuse de respuesta al área convocante**."…**

6.1.4 Afiliación a cadenas productivas.

El licitante ganador que así lo requiera, con base en la información que se indica en el **anexo 13**, podrá obtener una cita para su afiliación preferentemente en un plazo no mayor a cinco días naturales posteriores al fallo, comunicándose al número telefónico 50.89.61.07 o al 01.800.nafinsa, donde se le orientará para iniciar con el proceso de afiliación.

6.2 Formalización del o (los) pedido (s) y/o contrato (s).
Se adjudicará el o (los) pedido (s) y/o contrato (s), contrato (s) al licitante (s) ganador (es), en el cual (es) se establecerá (n) la cantidad mínima y máxima de bienes y/o servicios a contratar o bien el presupuesto mínimo y máximo que podrá ejercerse y la descripción completa de los servicios con sus correspondientes precios unitarios.

Con la notificación del fallo se harán exigibles los derechos y obligaciones establecidos en el modelo de contrato por lo que el representante legal del (los) licitante (s) ganador (es) a fin de dar cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 46 de la Ley, deberá presentarse a firmar el o (los) pedido (s) y/o contrato (s), dentro de los **15 días naturales siguientes a la notificación del fallo**, en la Gerencia de Recursos Materiales de lunes a viernes de 09:00 a 15:00 horas, en caso de que no firme el o (los) pedido (s) y/o contrato (s) en el tiempo establecido para tal efecto, por causas imputables al mismo, se procederá de conformidad con el artículo segundo párrafo del artículo 46, no obstante de la conducente aplicación del título quinto, de la Ley y las demás que se estipulen en las disposiciones legales vigentes en la materia.

Los derechos y obligaciones que se deriven del o (los) pedido (s) y/o contrato (s) una vez adjudicados, no podrán ser transferidos a favor de cualquier otra persona, con excepción de los derechos de cobro, en cuyo caso se deberá contar con el consentimiento por escrito de Pronósticos.

6.3 Modificación del o (los) pedido (s) y/o Contrato (s).
Conforme a lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley, se podrán celebrar convenios modificatorios al o (los) pedido (s) y/o contrato (s) que se derive (n) de esta licitación, sin tener que recurrir a una nueva licitación y deberá formalizarse por escrito, siempre que el monto total de las modificaciones no rebasen en conjunto el 20% del monto o cantidades establecidos originalmente en los mismos y el precio sea igual al pactado originalmente; así como, se cuente con la disponibilidad presupuestal correspondiente.
Pronósticos no aceptará modificaciones que se refieran a precios, anticipos, pagos progresivos, especificaciones y en general, a cualquier cambio que implique otorgar condiciones más ventajosas a un Proveedor, comparadas con las establecidas originalmente.
Cuando se requiera ampliar el plazo de un contrato de prestación de servicios o arrendamiento, el convenio modificatorio hará referencia al incremento del monto que en su caso llegue a derivarse con dicha ampliación.

6.4 Terminación anticipada del o (los) pedido (s) y/o Contrato (s).

De conformidad con el artículo 54 Bis de la Ley y 66 de su Reglamento, Pronósticos podrá dar por terminado el o (los) pedido (s) y/o contrato (s) anticipadamente cuando concurran razones de interés general, o bien, por causas justificadas que extingan la necesidad de requerir los bienes y/o servicios objeto de esta licitación; y se demuestre que de continuar con el cumplimiento de las obligaciones pactadas, se ocasionaría algún daño o perjuicio a Pronósticos, o cuando se determine la nulidad de los actos que dieron origen al o (los) pedido (s) y/o contrato (s), con motivo de la resolución de una inconformidad o intervención de oficio emitida por la SFP.

6.5 Rescisión del o (los) pedido (s) y/o Contrato (s).

De conformidad con el artículo 54 de la Ley y 66 y 66-A de su Reglamento, Pronósticos podrá en cualquier momento rescindir administrativamente el o (los) pedido (s) y/o contrato (s) cuando el licitante (s) ganador (es) incurra (n) en incumplimiento de sus obligaciones. Asimismo el no presentar la garantía de cumplimiento será causa de rescisión del o (los) pedido (s) y/o contrato (s).

6.6 Suspensión del o (los) pedido (s) y/o Contrato (s).

Cuando en la entrega y/o prestación de los bienes y/o servicios se presenten casos fortuitos o de fuerza mayor, Pronósticos, podrá suspender la entrega y/o prestación de los bienes y/o servicios en cuyo caso únicamente se pagarán los que hubiesen sido efectivamente prestados.

Cuando la suspensión obedezca a causas imputables a Pronósticos, previa petición y justificación Pronósticos reembolsará los gastos no recuperables que se originen durante el tiempo que dure esta suspensión, siempre que éstos sean razonables, estén debidamente comprobados y se relacionen directamente con el o (los) pedido (s) y/o contrato (s).

Lo anterior de conformidad con el artículo 55-bis de la Ley.

7. Ejecución y Devolución de la (s) Garantía (s) de Cumplimiento.

7.1 Ejecución.

Se hará efectiva la garantía relativa al cumplimiento del o (los) pedido (s) y/o contrato (s) cuando se presente uno de los siguientes casos:

- ☑ Cuando el (los) licitante (s) no cumpla (n) con alguna de las obligaciones estipuladas en el (los) pedido (s) y/o contrato (s).
- ☑ Cuando hubiese transcurrido el tiempo máximo convenido para la entrega de los bienes y/o prestación de los servicios y este y/o estos no se hubiese (n) prestado y/o entregado.
- ☑ Cuando hubiese transcurrido el plazo adicional que se concede al (los) licitante (s) ganador (es) para corregir las causas de ineficiencia o deficiencias de los bienes y/o servicios, sin que estos hayan sido prestados.

En caso de rescisión, la aplicación de la garantía de cumplimiento será proporcional al monto de las obligaciones incumplidas.

7.2 Devolución.

El (los) licitante (s) que resulte (n) ganador (es) deberá (n) solicitar mediante escrito dirigido a la Dirección Administrativa, la devolución de su (sus) garantía (s) de cumplimiento del pedido (s) y/o (los) contrato (s), una vez que Pronósticos a través de la misma haya certificado de acuerdo al ámbito de competencia, la recepción satisfactoria del o los bienes y/o servicio a través del escrito de conformidad del Área Solicitante.

8. Penas Convencionales.

Con fundamento en lo dispuesto en los artículos, 53 de la Ley y 64 de su Reglamento, Pronósticos aplicará penas convencionales al licitante (s) ganador (es) por el atraso en la entrega de los bienes y/o servicios objeto de la presente licitación.

Por cada día de atraso se impondrá una pena del 1% sobre el monto de los bienes y/o servicios que no fuesen proporcionados oportunamente, en el entendido de que esta penalización no excederá al importe de la garantía de cumplimiento del o (los) pedidos y/o contrato (s). La Dirección Administrativa notificará al (los) licitante (s) ganador (es) el monto de la penalización correspondiente.

En caso de existir penas convencionales, el licitante adjudicado deberá enterar en la caja a Pronósticos el monto de la penalización mediante efectivo, cheque certificado o cheque de caja, previo al pago del (de los) comprobante (s) fiscal (es), o en su caso, deberá presentar por escrito la autorización para aplicar la pena convencional en el pago correspondiente.

En caso de rescisión del o (los) pedido (s) y/o contrato (s), no procederá el cobro de dicha penalización ni la contabilización de las mismas, para hacer efectiva la garantía de cumplimiento.

9. Inconformidades.

De conformidad con lo dispuesto por el **artículo 65** de la Ley, los licitantes que se consideren afectados por actos que presuntamente contravengan lo dispuesto por la misma, podrán inconformarse. Transcurrido el plazo establecido en este artículo, se tendrá por precluido el derecho a inconformarse, sin perjuicio de que la SFP pueda actuar en cualquier tiempo en términos de la Ley.

De conformidad con lo dispuesto por el **artículo 29 fracción XIV** de la Ley y de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 66 de la ley, la inconformidad podrá presentarse en el domicilio de las oficinas de la Secretaría de la Función Pública es el siguiente: Insurgentes Sur No. 1397, Col. Insurgentes Mixcoac, Delegación Benito Juárez. C.P. 03920, México, D.F. Piso 8 en horario de 8:00 a 18:00 horas de lunes a viernes o través de CompraNet.

10. Invitación a las Cámaras, Colegios o Asociaciones Profesionales u otras Organizaciones no gubernamentales.

De conformidad con el acuerdo emitido por la Comisión Intersecretarial para la Transparencia y el Combate a la Corrupción y a efecto de proceder conforme a lo establecido en el Oficio No. SP/100/108/01, de fecha 6 de junio del año 2001, signado por el C.P. Francisco J. Barrio Terrazas, Secretario de Contraloría y Desarrollo Administrativo, y del Oficio No. 200/223/2001 de fecha 17 de septiembre del 2001, emitido por el Lic. Eduardo Romero Ramos, Subsecretario de Atención Ciudadana y Normatividad de la SFP, **a través de esta convocatoria se invita** a las Cámaras, Colegios o Asociaciones Profesionales u otras Organizaciones no gubernamentales que puedan asistir a los actos públicos de la licitación, así como cualquier persona física, que sin haber sido invitado, manifieste su interés de estar presente en los mismos, bajo la condición de que en ambos casos, éstos deberán registrar su asistencia y abstenerse de intervenir en cualquier forma en los mismos.

Capítulo 3 DOCUMENTACIÓN QUE DEBERÁ PRESENTAR EL LICITANTE.

Esta licitación es de tipo presencial y no se aceptarán en esta licitación envíos a través del servicio: postal, de mensajería o por medios de comunicación electrónica y los licitantes, sólo podrán presentar una proposición por licitación por lo que iniciado el acto de presentación y apertura de proposiciones, las ya presentadas no podrán ser retiradas o dejarse sin efecto por los licitantes.

La documentación que se solicita en los puntos 2 y 3 de este Capítulo, **deberá presentarse en un sobre cerrado,** en el acto de presentación y apertura de proposiciones, la documentación que se solicita en el punto 1, deberá presentarse junto con este sobre; así mismo, se recomienda incluirla en el orden que se indica en el Formato de Constancia de Recepción de la Documentación ***(Anexo 1),*** con separadores para la mejor conducción del procedimiento; el no presentar dichas especificaciones.

De conformidad con el artículo 34 de la Ley y 31 del Reglamento, dos o más personas podrán presentar conjuntamente una proposición en la licitación sin necesidad de constituir una sociedad, o nueva sociedad en caso de personas morales, para tales efectos, en la **proposición y en el pedido y/o contrato** se establecerá con precisión las obligaciones de cada una de ellas, así como la manera en que se exigiría el cumplimiento. En este supuesto la proposición deberá ser firmada autógrafamente por el representante común que para ese acto haya sido designado por el grupo de personas.

Cuando la proposición conjunta resulte adjudicada con un contrato, dicho instrumento deberá ser firmado por el representante legal de cada una de las personas participantes en la proposición, a quienes se considerará, para efectos del procedimiento y del contrato, como responsables solidarios o mancomunados, según se establezca en el propio contrato.

Lo anterior, sin perjuicio de que las personas que integran la proposición conjunta puedan constituirse en una nueva sociedad, para dar cumplimiento a las obligaciones previstas en el convenio de proposición conjunta, siempre y cuando se mantenga en la nueva sociedad las responsabilidades de dicho convenio.

Asimismo, deberán presentar la documentación administrativa solicitada en el Capítulo 2, punto 6, subpuntos 6.1.2., 6.1.3 y 6.1.4

Deberán incluir el formato de Constancia de Recepción de la Documentación (Véase Anexo 1) en original y copia, devolviéndose el original al licitante como constancia de recepción de la documentación entregada.

1. Documentación administrativa.

Documento 1 En términos de los artículos 13, 14, 18 y 19 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, el representante de la empresa deberá manifestar por escrito, qué parte de su documentación legal, proposición técnica y económica, considera clasificada como reservada y/o confidencial. En caso de no ser presentado este escrito, la información se considerará de libre acceso para público en general, sin responsabilidad para la Entidad.

El incumplimiento de cualquiera de los requisitos solicitados en los documentos 2, 3, 4, 5, 6.

Documento 2 *Escrito en el que el licitante firme bajo protesta de decir verdad, que cuenta con facultades suficientes para comprometerse por si o su representada, sin que resulte necesario acreditar su personalidad jurídica* en hojas membreteadas del licitante con firma autógrafa del representante legal del mismo. ***(Véase Anexo 15).***

Nota 1: ***No*** será motivo de desechamiento la falta de acreditamiento de la representación de la persona que intervenga en el acto de presentación y apertura de proposiciones.

Documento 3 *Copia legible* de una **identificación oficial** del representante legal del licitante, **presentando el original para su cotejo (el cual podrá presentarse dentro o fuera del sobre)**, mismo que se regresará al finalizar el Acto de Presentación y Apertura de Proposiciones.

Documento 4 Deberán presentar **junto con el sobre cerrado** *Carta en original* en papel membreteado del licitante, con firma autógrafa del representante legal del mismo, dirigido a Pronósticos en la que manifieste, *bajo protesta de decir verdad*, que:

☑ No se encuentra en alguno de los supuestos establecidos por los artículos, **50 y 60** de la Ley y del artículo **8 fracciones XI y XX** de la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos. **(Véase Anexo 2)**

Documento 5 *Declaración de integridad* en papel membreteado del licitante, con firma autógrafa del representante legal del mismo, dirigido a Pronósticos en la que manifieste, ***bajo protesta de decir verdad***, **que:**

☑ Por su conducto, no participan en esta licitación, personas físicas o morales que se encuentren inhabilitadas por resolución de la Secretaría de la Función Pública.

☑ Por sí mismos o a través de interpósita persona, se abstendrán de adoptar conductas, para que los servidores públicos de Pronósticos, induzcan o alteren las evaluaciones de las proposiciones, el resultado del procedimiento, u otros aspectos que otorguen condiciones más ventajosas con relación a los demás participantes. de conformidad al artículo 29, fracción IX, de la Ley.

☑ El Licitante es de nacionalidad mexicana.

(Véase Anexo 4).

Documento 6 *Carta original* en papel membreteado del licitante, con firma autógrafa del representante legal del mismo, dirigido a Pronósticos en la que manifieste que:

☑ Aceptan y conocen la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y su Reglamento, Normas Oficiales Mexicanas, o las Normas Mexicanas y a falta de éstas, las Normas Internacionales o, en su caso, las Normas de Referencia o especificaciones, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 13 del reglamento y los artículos 53, 55 y 67 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización; así como el contenido de la convocatoria de la licitación y lo establecido en el (las) acta (s) de junta de aclaraciones.

- ☑ Garantizan que los bienes y/o servicios especificados en el Anexo Técnico de esta convocatoria, que se proporcionen como resultado de la licitación, serán de idénticas características y calidad a los requeridos por Pronósticos y contenidos en su proposición.
  (Véase Anexo 5).

2. Proposición Técnica.

Documento 1 *Proposición técnica* en papel membreteado del licitante, con firma autógrafa del representante legal del mismo, en la que se detallen los bienes y/o servicios, cumpliendo con cada uno de los requisitos solicitados en el Anexo Técnico de esta convocatoria de licitación.

3. Proposición Económica.

Documento 1 **Todas las hojas originales** que integran la proposición económica deberán presentarse con firma autógrafa del representante legal, en hojas membreteadas del licitante, en la cual deberá indicar:

PARTIDA

IMPORTE TOTAL					
RUBRO	**CONCEPTO**	**COSTO TOTAL ANTES DEL IVA, POR EL PERIODO DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2009 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012**		**COSTO TOTAL IVA INCLUIDO POR EL PERIODO DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2009 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012**	
RUBRO 1	DIAGNOSTICO Y DESARROLLO DE ESTRATEGIA DE MARCA:				
		IMPORTE MINIMO	**IMPORTE MAXIMO**	**IMPORTE MINIMO**	**IMPORTE MAXIMO**
RUBRO 2	DISEÑO Y DESARROLLO CREATIVO DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.				
a	Diseño Creativo (Bocetos)				
b	Desarrollo Creativo (Originales)				
RUBRO 3	DISEÑO Y DESARROLLO DE EVENTOS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.				
RUBRO 4	DISEÑO, INSTRUMENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.				
a	Estudio cualitativo.				
b	Estudio cuantitativo.				
RUBRO 5	PRODUCCIÓN DE AUDIOVISUALES, COPIADO, RADIO Y FOTOGRAFÍA.				
RUBRO 6	PRODUCCIÓN DE CAMPAÑA BTL				
RUBRO 7	PRODUCCIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES Y PUBLICITARIOS.				
	IMPORTE TOTAL POR EL PERIODO DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2009 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012				

Nota: Todos los precios deberán estar expresados en moneda nacional y se sugiere utilizar hasta dos decimales como máximo. (Véase Anexo 6)

Documento 2 *Carta original,* en papel membreteado del licitante, con firma autógrafa del representante legal del mismo, en la que manifieste que:

- ☑ La vigencia de los precios de su proposición económica serán efectivos por el período mínimo de **60 días naturales** contados a partir del Acto de Presentación y Apertura de Proposiciones**.**
- ☑ Todos los precios ofertados en la proposición económica, serán fijos a partir de la firma del o los pedido (s) y/o contrato (s) y hasta el 31 de diciembre de 2012, en caso de aplicarse el incremento establecido en el punto 8 Capítulo 1 de esta convocatoria para los ejercicios 2009, 2010, 2011, los precios autorizados serán fijos a partir de la formalización del o (los) convenio (s) modificatorio (s) respectivamente para cada año y hasta el término del o (los) pedido (s) y/o contrato (s).

(Véase Anexo 7)

Capítulo 4 CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LAS PROPOSICIONES.

1. Criterios que se aplicarán para la evaluación de las proposiciones.

1.1 La Gerencia de Recursos Materiales, de conformidad con el artículo 35 de la Ley, una vez recibidas las proposiciones en sobre cerrado, se procederá a su apertura, haciéndose constar la documentación presentada, sin que ello implique la evaluación de su contenido, se verificará que el licitante cumpla con los documentos solicitados en el Capítulo 3, puntos 1, 2 y 3, en la totalidad de sus documentos.

1.2 Método de Evaluación de las proposiciones presentadas por los licitantes participantes:

1.2.1 La Gerencia de Recursos Materiales, de conformidad con el artículo 36 de la Ley, evaluará posteriormente al Acto de Presentación y Apertura de Proposiciones:

- ☑ Que el licitante cumpla con la información solicitada en el Capítulo 3, punto 1 documento del 2 al 6 y punto 3 documentos 1 y 2.
- ☑ Que los importes totales no presenten errores de cálculo, en caso de presentarse esta situación, de conformidad con el artículo 45 del Reglamento de la Ley, se procederá a hacer constar su rectificación en el dictamen respectivo, cuando la corrección no implique la modificación de precios unitarios y al realizar su rectificación por parte de Pronósticos en el Acto de Fallo, en el supuesto de que se cuente con la autorización del Representante Legal del licitante.
- ☑ **Evaluación Económica.** El o (los) pedido (s) y/o contrato (s), se adjudicará (n) a quien presente (n) la proposición resulte solvente, porque cumple con los requisitos legales, técnicos y económicos establecidos en esta convocatoria, y por tanto garantice el cumplimiento de las obligaciones respectivas, y haya obtenido el mejor resultado en la evaluación por puntos y porcentajes.

Partida

IMPORTE TOTAL					
RUBRO	**CONCEPTO**	**COSTO TOTAL ANTES DEL IVA, POR EL PERIODO DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2009 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012**		**COSTO TOTAL IVA INCLUIDO POR EL PERIODO DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2009 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012**	
RUBRO 1	DIAGNOSTICO Y DESARROLLO DE ESTRATEGIA DE MARCA:				
		IMPORTE MINIMO	**IMPORTE MAXIMO**	**IMPORTE MINIMO**	**IMPORTE MAXIMO**
RUBRO 2	DISEÑO Y DESARROLLO CREATIVO DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.				
a	Diseño Creativo (Bocetos)				
b	Desarrollo Creativo (Originales)				
RUBRO 3	DISEÑO Y DESARROLLO DE EVENTOS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.				
RUBRO 4	DISEÑO, INSTRUMENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.				
a	Estudio cualitativo.				
b	Estudio cuantitativo.				
RUBRO 5	PRODUCCIÓN DE AUDIOVISUALES, COPIADO, RADIO Y FOTOGRAFÍA.				
RUBRO 6	PRODUCCIÓN DE CAMPAÑA BTL				
RUBRO 7	PRODUCCIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES Y PUBLICITARIOS.				
	IMPORTE TOTAL POR EL PERIODO DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2009 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012				

Nota: Todos los precios deberán estar expresados en moneda nacional y se sugiere utilizar hasta dos decimales como máximo. (Véase Anexo 6)

1.2.2 La Dirección de Marcas Melate y Revancha de conformidad con el artículo 36 de la Ley, evaluará posteriormente al Acto de Presentación y Apertura de Proposiciones:

- ☑ Que el licitante cumpla con todo lo solicitado en el Capítulo 3, punto 2.

- ☑ Se considerarán para la evaluación del Anexo Técnico, lo establecido en este Capítulo, punto 2, subpunto 2.1, ultima viñeta.
- ☑ De conformidad con el artículo 29 fracción XIII de la Ley, y conforme al procedimiento que establecen los artículos 36 y 36 BIS fracción I de la Ley, la adjudicación del o (los) pedido (s) y/o contrato (s) se hará al licitante que haya obtenido el mejor resultado en la evaluación combinada por puntos y porcentajes.

1.3 En caso de empate en el precio de dos o más proposiciones:

En caso de existir igualdad de condiciones, se dará preferencia a las personas que integren el sector, micro, pequeñas y medianas empresas nacionales.

De subsistir el empate entre las personas del sector señalado, la adjudicación se efectuará a favor del licitante que resulte ganador del sorteo manual por insaculación que celebre Pronósticos en el propio Acto de Fallo, el cual consistirá en la participación de un boleto por cada proposición que resulte empatada, los que serán depositados en una urna y de la cual se extraerá en primer lugar el boleto del licitante ganador y posteriormente los demás boletos empatados con lo que se determinará los subsecuentes lugares que ocuparán tales proposiciones. Lo anterior de conformidad con el artículo 44 del Reglamento.

2. Causas para desechar las proposiciones de los licitantes.

2.1 De conformidad con el artículo 29 fracción XV de la Ley, se consideran causa de desechamiento que afectan directamente la solvencia de las proposiciones, cuando alguno de los licitantes participantes incurran en cualquiera de las siguientes situaciones:

- ☑ El incumplimiento de alguno de los requisitos de esta convocatoria de licitación.
- ☑ No presentarse al Acto de Presentación y Apertura de Proposiciones a la hora estipulada, de conformidad con lo establecido en el Capítulo 5, punto 3, por lo que no se recibirán dichas proposiciones.
- ☑ Si se comprueba que algún licitante ha acordado con otro u otros, elevar los precios de los bienes y/o servicios objeto de esta licitación o cualquier otro acuerdo que tenga como fin obtener una ventaja sobre los demás licitantes.
- ☑ Cualquier condicionamiento que establezca en su proposición.
- ☑ Si se presentan proposiciones que contravengan en algún punto la Ley.
- ☑ La falta de firma autógrafa o rúbrica en alguno de los documentos solicitados en el Capítulo 3, puntos 1, 2 y 3.
- ☑ En caso de que resulte falsa la documentación, datos e información presentada en ellos.
- ☑ En caso de existir errores de cálculo y no contar con la autorización por parte del Representante Legal del licitante.
- ☑ Si las especificaciones de su proposición técnica, se encuentran incompletas, de acuerdo al Anexo Técnico.

2.2 De conformidad con el artículo 56 de la Ley, las proposiciones desechadas podrán ser devueltas a los licitantes que lo soliciten por escrito a la Gerencia de Recursos Materiales, una vez transcurridos 60 días naturales contados a partir de la fecha en que se dé a conocer el fallo respectivo, salvo que exista alguna inconformidad en trámite, en cuyo caso las proposiciones serán conservadas por Pronósticos hasta la total conclusión de la inconformidad e instancias subsecuentes; agotados dichos términos podrán ser solicitadas las proposiciones. En caso de no solicitar sus proposiciones estas serán destruidas.

Capítulo 5 DESARROLLO DE LOS ACTOS DE ESTA LICITACIÓN.

La presencia de los licitantes a los actos de junta de aclaraciones y acto de fallo es optativa, pero la inasistencia no los exime de conocer el contenido y trascendencia de los mismos, por lo que de ser el caso, deberán acudir a la Gerencia de Recursos Materiales, para que les sea entregada una copia del acta respectiva. Previa identificación del licitante participante, dentro de los plazos establecidos.

1.- Notificaciones, Revisiones previas y Participación de Eventos.

Notificaciones

De conformidad con el artículo 35 del Reglamento de la Ley, para efectos de notificación, estarán a su disposición las copias de las actas derivadas de los actos del procedimiento licitatorio al finalizar el acto respectivo, en el pizarrón de avisos, ubicado en la Gerencia de Recursos Materiales, dichas copias permanecerán en el tablero por un término no menor a cinco días hábiles a partir de la fecha en que se haya realizado el evento correspondiente, siendo exclusiva responsabilidad de los licitantes acudir a enterarse de su contenido y obtener copia de la(s) misma(s) en la Gerencia de Recursos Materiales. Asimismo, se difundirá un ejemplar de dichas actas en CompraNet para efectos de su notificación a los licitantes que no hayan asistido al acto. Dicho procedimiento sustituye la notificación personal.

Revisiones Previas

De conformidad con el artículo 34 último párrafo de la Ley, previo al acto de presentación y apertura de proposiciones se realizará el registro de participantes, así cono la **revisión preliminar a la documentación distinta** a la proposición técnica y económica, lo anterior se realizará en las oficinas de la Gerencia de Recursos Materiales, Insurgentes Sur 1397, Col. Insurgentes Mixcoac, Delegación Benito Juárez, C.P. 03920, México, D.F. Piso 11, un día antes del acto de presentación y apertura de proposiciones en horario de 11:00 a 13:00 horas.

Lo anterior será optativo para los licitantes, por lo que no se podrá impedir el acceso a quien decida presentar su documentación y proposición en la fecha, hora y lugar establecido para la celebración del citado acto.

Participación a los Eventos.

En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 26 penúltimo párrafo de la Ley, a los actos del procedimiento de licitación podrá asistir cualquier persona en calidad de observador, bajo la condición de registrar su asistencia y abstenerse de intervenir en cualquier forma en los mismos.
Se solicita al público en general que desee asistir a los actos derivados de esta licitación, presentar una identificación en la recepción para su acceso al inmueble de Pronósticos.

Junta de Aclaraciones y Fallo. Quien concurra a este acto, deberá llegar a la hora estipulada en este Capítulo, puntos 2 y 4. Quien llegue después de la hora establecida, se le considerará como observador, sin derecho a voz ni voto.

Acto de Presentación y Apertura de Proposiciones. Quien concurra a este acto, deberá llegar a la hora estipulada en este Capítulo, punto 3, de lo contrario no se permitirá el acceso a ningún licitante ni observador. Asimismo, deberán presentar una identificación oficial original.

2. Junta de aclaraciones.

Se llevará a cabo **el día 20 de octubre del 2009 a las 11:00 horas**, en el auditorio de Pronósticos, con el fin de dar respuesta a las dudas con respecto al contenido de la convocatoria de esta licitación.

En este acto los licitantes se deberán registrar antes de la hora señalada en el párrafo que antecede, en el módulo de información del Edificio de Pronósticos, a este acto podrá asistir el representante del licitante que este debidamente acreditado.

Los licitantes que pretendan solicitar aclaraciones a los aspectos contenidos en la convocatoria **al momento de ingresar a la junta de aclaraciones deberán presentar un escrito, en el que expresen su interés en participar en la licitación, por si o en representación de un tercero, manifestando en todos los casos los datos generales del interesado y en su caso, del representante**. ***(Ver anexo 3)***

De conformidad con el Artículo 33 Bis de la Ley. Pronósticos realizará la junta de aclaraciones en la fecha, hora y lugar, antes señalados, con el propósito de aclarar las dudas que pudieran surgir al licitante sobre el contenido de la convocatoria y en virtud de que se trata de una licitación presencial, los licitantes entregarán personalmente en la Gerencia de Recursos Materiales de la entidad **a mas tardar veinticuatro horas antes de la fecha, hora en que se vaya a realizar la Junta de Aclaraciones**, las solicitudes de aclaración al contenido de la convocatoria.

Al formular una aclaración o cuestionamiento, los licitantes deberán identificar el punto específico y la página sobre el cual versa la aclaración o cuestionamiento.

No se efectuarán aclaraciones posteriores a dicha reunión, por lo que se recomienda a los licitantes revisar detalladamente esta convocatoria y asistir a dicho acto; la asistencia a la junta de aclaraciones es optativa.

Al término del evento, se levantará un acta, en la que se harán constar las preguntas formuladas por los licitantes, así como las respectivas respuestas dadas. Dicha acta será firmada por los licitantes si asistiera alguno y los servidores públicos de Pronósticos, para dejar constancia de los hechos, entregando copia de la misma a todos los participantes, pasando a formar parte de esta convocatoria.

3.- Acto de Presentación y Apertura de Proposiciones.

Se llevará **el día 27 de octubre del 2009 a las 10:0 horas,** en el auditorio de Pronósticos. **No se aceptarán proposiciones a Licitantes que no estén presentes en la hora señalada.**

Nota: En este acto los licitantes se deberán registrar antes de la hora anterior, en el módulo de información del Edificio de Pronósticos. Por lo que se recomienda a los licitantes participantes presentarse 15 minutos previos a la hora establecida.

Llegada la hora del acto, se les conducirá a la sala de juntas donde se celebrará el mismo. Para intervenir en este acto, bastará que los licitantes participantes presenten un escrito en el que su firmante manifieste, bajo protesta de decir verdad, que cuenta con facultades suficientes para comprometer por si o por su representada, sin que resulte necesario acreditar su personalidad jurídica.

La recepción de las proposiciones se llevará a cabo en el mismo orden de asistencia de los licitantes. Posteriormente se procederá a su apertura, haciéndose constar la documentación presentada, sin que ello implique la evaluación de su contenido, se dará la lectura de los montos propuestos. Al concluir con esta revisión, las proposiciones presentadas serán rubricadas de conformidad con lo establecido en la fracción II del artículo 35 de la Ley, por el licitante designado, si asistiere alguno y por los servidores públicos de Pronósticos presentes en el acto excepto los representantes del Órgano Interno de Control.

Los licitantes sólo podrán presentar una proposición en este procedimiento; por lo que una vez recibidas las proposiciones en la fecha, hora y lugar establecidos e iniciado el acto de presentación y apertura de proposiciones, las ya presentadas no podrán ser retiradas o dejarse sin efecto, por lo que deberán considerarse vigentes dentro del procedimiento de licitación hasta su conclusión; de conformidad con lo establecido en los artículos 26 de la ley y 30, fracción X del Reglamento.

De este acto, se levantará un acta, de conformidad con el artículo 35, fracción III de la Ley, que será firmada por los licitantes y los servidores públicos de Pronósticos para dejar constancia de los hechos, entregando copia de la misma a todos los asistentes.

Las proposiciones técnicas serán entregadas al área solicitante de Pronósticos, con el fin de que realice el análisis minucioso de las proposiciones aceptadas, indicando cuales cumplen o no con los requisitos técnicos solicitados en la convocatoria de esta licitación, agregando las observaciones que juzgue pertinentes.

4. Fallo.

Este acto se celebrará **el día 30 de octubre del 2009 a las 10:00 horas,** en el auditorio de Pronósticos, en cumplimiento al **artículo 37** de la Ley.

De este acto se levantará un acta que será firmada por los licitantes si asistiera alguno y los servidores públicos de Pronósticos para dejar constancia de los hechos, entregando copia de la misma a todos los asistentes.

I N F O R M A T I V O

- **Combate a la corrupción.**

De conformidad con el oficio No. SECITCC/123/2002, signado por el Secretario Ejecutivo de la Comisión Intersecretarial para la Transparencia y el Combate a la Corrupción, se incluye en la convocatoria de la presente licitación el formato de **"Encuesta de Transparencia",** que permite obtener el resultado de la percepción sobre la transparencia en cada una de las partes que componen el procedimiento licitatorio. ***(Véase: Anexo 10, 10-A y 10-B).***

- **Nota Informativa para personas de países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).**

De conformidad con el oficio No. SACN/300/148/2003, signado por el Subsecretario de Atención Ciudadana y Normatividad, se adjunta a esta convocatoria la "Nota informativa para personas de países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). ***(Véase: Anexo 11).***

México, D. F., 16 de octubre de 2009

ATENTAMENTE

SERGIO TÉLLEZ PÉREZ
DIRECTOR ADMINISTRATIVO

ANEXO 1
LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL PLURIANUAL NO. 06810001-008-09
CONSTANCIA DE RECEPCIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN.

DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA		
Carta, en su caso, en la que manifiesta, qué documentación de su documentación legal, proposición técnica y económica, considera como clasificada reservada, confidencial y/o comercial reservada. En caso de no ser presentado este escrito, la información se considerará de libre acceso para público en general, sin responsabilidad para la Entidad.	**CAPÍTULO 3, Punto 1 Documento 1**	
Escrito en el que el licitante firme bajo protesta de decir verdad, que cuenta con facultades suficientes para comprometerse por si o su representada, sin que resulte necesario acreditar su personalidad jurídica en hojas membreteadas del licitante con firma autógrafa del representante legal del mismo. ***(Véase Anexo 15).***	**CAPÍTULO 3, Punto 1 Documento 2**	
Copia legible de una identificación oficial del representante legal del licitante, presentando el original para su cotejo (el cual podrá presentarse dentro o fuera del sobre), mismo que se regresará al finalizar el Acto de Presentación y Apertura de Proposiciones.	**CAPÍTULO 3, Punto 1 Documento 3**	
Carta en original en papel membreteado del licitante, con firma autógrafa del representante legal del mismo, dirigido a Pronósticos en la que manifieste, bajo protesta de decir verdad, que: ☑ No se encuentra en alguno de los supuestos establecidos por los artículos 50 y 60 de la Ley y del artículo 8 fracciones XI y XX de la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos. (Véase: Anexo 2)	**CAPÍTULO 3, Punto 1 Documento 4**	
Proposición Conjunta	**CAPÍTULO 3**	
Carta en original en papel membreteado del licitante, con firma autógrafa del representante legal del mismo, dirigido a Pronósticos en la que manifieste, bajo protesta de decir verdad, que: ☑ Por su conducto, no participan en esta licitación, personas físicas o morales que se encuentren inhabilitadas por resolución de la Secretaría de la Función Pública. ☑ Por sí mismos o a través de interpósita persona, se abstendrán de adoptar conductas, para que los servidores públicos de Pronósticos, induzcan o alteren las evaluaciones de las proposiciones, el resultado del procedimiento, u otros aspectos que otorguen condiciones más ventajosas con relación a los demás participantes, de conformidad al artículo 29, fracción IX, de la Ley. ☑ El Licitante es de nacionalidad mexicana. (Véase: Anexo 4)	**CAPÍTULO 3, Punto 1 Documento 5**	
Carta en original en papel membreteado del licitante, con firma autógrafa del representante legal del mismo, dirigido a Pronósticos en la que manifieste que: ❑ Aceptan y conocen la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y su Reglamento, Normas Oficiales Mexicanas, o las Normas Mexicanas y a falta de éstas, las Normas Internacionales o, en su caso, las Normas de Referencia o especificaciones, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 13 del reglamento y los artículos 53, 55 y 67 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización; así como el contenido de la convocatoria de la licitación y lo establecido en el (las) acta (s) de junta de aclaraciones. ❑ Garantizan que los bienes y/o servicios especificados en el Anexo Técnico de esta convocatoria, que se proporcionen como resultado de la licitación, serán de idénticas características y calidad a los requeridos por Pronósticos y contenidos en su proposición. ***(Véase Anexo 5).***	**CAPÍTULO 3, Punto 1 Documento 6**	
PROPOSICIÓN TÉCNICA		
Proposición Técnica en papel membreteado del licitante, con firma autógrafa del representante legal del mismo, en la que se detallen los bienes y/o servicios, cumpliendo con cada uno de los requisitos solicitados en el Anexo Técnico de esta convocatoria de licitación.	**CAPÍTULO 3, Punto 2 Documento 1**	
PROPOSICIÓN ECONÓMICA		
Todas las hojas originales que integran la proposición económica deberán presentarse con firma autógrafa del representante legal, en hojas membretadas del licitante, en la cual deberá indicar:	**CAPÍTULO 3, Punto 3 Documento 1**	
Carta en original, en papel membreteado del licitante, con firma autógrafa del representante legal del mismo, en la que manifieste que: ☑ La vigencia de los precios de su proposición económica será efectiva por el período mínimo de **60 días naturales** contados a partir del Acto de Presentación y Apertura de Proposiciones. ☑ Todos los precios ofertados en la proposición económica, serán fijos durante la vigencia del pedido y/o contrato, serán fijos a partir de la firma del o los pedido (s) y/o contrato (s) y hasta el 31 de Diciembre de 2012, en caso de aplicarse el incremento establecido en el punto 8 Capítulo 1 de esta convocatoria para los ejercicios 2009, 2010, 2011, los precios autorizados serán fijos a partir de la formalización del o (los) convenio (s) modificatorio (s) respectivamente para cada año y hasta el término del o (los) pedido (s) y/o contrato (s). (Véase: Anexo 7)	**CAPÍTULO 3, Punto 3 Documento 2**	

		IMPORTE TOTAL			
RUBRO	**CONCEPTO**	**COSTO TOTAL ANTES DEL IVA, POR EL PERIODO DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2009 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012**		**COSTO TOTAL IVA INCLUIDO POR EL PERIODO DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2009 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012**	
RUBRO 1	DIAGNOSTICO Y DESARROLLO DE ESTRATEGIA DE MARCA:				
		IMPORTE MINIMO	**IMPORTE MAXIMO**	**IMPORTE MINIMO**	**IMPORTE MAXIMO**
RUBRO 2	DISEÑO Y DESARROLLO CREATIVO DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.				
a	Diseño Creativo (Bocetos)				
b	Desarrollo Creativo (Originales)				
RUBRO 3	DISEÑO Y DESARROLLO DE EVENTOS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.				
RUBRO 4	DISEÑO, INSTRUMENTACIÓN Y ANALISIS DE ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.				
a	Estudio cualitativo.				
b	Estudio cuantitativo.				
RUBRO 5	PRODUCCIÓN DE AUDIOVISUALES, COPIADO, RADIO Y FOTOGRAFÍA.				
RUBRO 6	PRODUCCIÓN DE CAMPAÑA BTL				
RUBRO 7	PRODUCCIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES Y PUBLICITARIOS.				
	IMPORTE TOTAL POR EL PERIODO DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2009 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012				

Nota 1: Todos los precios deberán estar expresados en moneda nacional y se sugiere utilizar hasta dos decimales como máximo. (Véase: Anexo 6)

NOMBRE Y FIRMA AUTÓGRAFA
DEL REPRESENTANTE LEGAL

OTA: ESTE FORMATO NO CREA DERECHOS PARA EL PARTICIPANTE NI OBLIGACIONES PARA LA CONVOCANTE, DEBIENDO SUJETARSE ESTRICTAMENTE EN TODO CASO, A LO ESTABLECIDO EN LA CONVOCATORIA DE LA LICITACIÓN.

ANEXO 2

LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL PLURIANUAL NO. 06810001-008-09
Capítulo 3 Punto 1 Documento 4

México, D.F. a __ de _____ de 2009

PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
Av. Insurgentes Sur No 1397,
Col. Insurgentes Mixcoac,
C.P. 03920, México, D.F.
P R E S E N T E

De conformidad con la Convocatoria de la Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09 para la contratación de los **"Servicios Integrales de Mercadotecnia, Investigaciones de Mercados, Publicidad y Promoción".** Quien suscribe (Nombre del Representante Legal), manifiesto bajo protesta de decir verdad, que (Nombre del Licitante) a quien represento:

☑ No se encuentra en alguno de los supuestos establecidos por los artículos **50 y 60** de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y del artículo **8 fracciones XI y XX** de la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos.

_____

NOMBRE Y FIRMA AUTÓGRAFA
DEL REPRESENTANTE LEGAL

Nota: El presente formato podrá ser reproducido por cada participante en el modo que estime conveniente, sujetándose a lo solicitado en la convocatoria de licitación.

ANEXO 3

Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09

Capítulo 5 Punto 2

FORMATO DE ACREDITACIÓN DE LA PERSONALIDAD

_____(nombre)_____, **MANIFIESTO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD**, que los datos aquí asentados, son ciertos y han sido debidamente verificados, así como que cuento con facultades suficientes para suscribir la proposición en la presente Licitación Pública Nacional, a nombre y representación de: _____(persona física o moral)_____.

No. De Licitación: **Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09**

Registro Federal de Contribuyentes:		
Domicilio:		
Calle:		Número:
Colonia:	Delegación o Municipio:	
Código Postal:	Entidad Federativa:	
Teléfonos (incluyendo clave lada):		Fax:
Correo electrónico:	CURP(Personas Físicas):	
No. de la escritura pública en la que consta su Acta Constitutiva:		**Fecha:**
Nombre, número y lugar del Notario Público ante el cual se dio fe de la misma:		
Relación de Accionistas:		
(Apellido Paterno)	(Apellido Materno)	Nombre
Descripción del Objeto Social:		
Reformas al Acta Constitutiva:		
Nombre y Apellido(s) del Apoderado Legal:	**Registro Federal de Contribuyentes del Apoderado o Representante Legal:**	
Domicilio del Apoderado o Representante legal:		
Calle:		Número:
Colonia:	Delegación o Municipio:	
Código Postal:	Entidad Federativa:	
Datos del documento mediante el cual acredita su personalidad y facultades:		
Escritura Pública Número:	Fecha:	
Nombre, número y lugar del Notario Público ante el cual se otorgó:		

(Lugar y fecha)
Protesto lo necesario.
(Firma)

_____

Nota: El presente formato podrá ser reproducido por cada participante en el modo que estime conveniente, debiendo respetar su contenido, preferentemente, en el orden indicado. **LA PRESENTACIÓN DE ESTE FORMATO DEBERÀ PRESENTARSE EN LA JUNTA DE ACLARACIONES.**

ANEXO 4
LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL PLURIANUAL NO. 06810001-008-09
Capítulo 3 Punto 1 Documento 5

México, D.F. a __ de _____ de 2009

PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
Av. Insurgentes Sur No 1397,
Col. Insurgentes Mixcoac,
C.P. 03920, México, D.F.
P R E S E N T E

De conformidad con la convocatoria de la **Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09** para la contratación de los **"Servicios Integrales de Mercadotecnia, Investigaciones de Mercados, Publicidad y Promoción".** Quien suscribe **(Nombre el Representante Legal), MANIFIESTO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD**, que **(Nombre del Licitante)** a quien represento:

- ☑ Por su conducto, no participan en esta licitación, personas físicas o morales que se encuentren inhabilitadas por resolución de la Secretaría de la Función Pública.
- ☑ Por sí mismos o a través de interpósita persona, se abstendrán de adoptar conductas, para que los servidores públicos de Pronósticos, induzcan o alteren las evaluaciones de las proposición, el resultado del procedimiento, u otros aspectos que otorguen condiciones más ventajosas con relación a los demás participantes. de conformidad al artículo 29, fracción IX, segundo párrafo de la Ley.
- ☑ El Licitante es de nacionalidad mexicana.

_____

NOMBRE Y FIRMA AUTÓGRAFA
DEL REPRESENTANTE LEGAL

Nota: El presente formato podrá ser reproducido por cada participante en el modo que estime conveniente, sujetándose a lo solicitado en la convocatoria de licitación.

LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO

ARTÍCULO 50.

Las dependencias y entidades se abstendrán de recibir proposiciones o celebrar contrato alguno en las materias a que se refiere esta Ley, con las personas siguientes:

I. Aquéllas en que el servidor público que intervenga en cualquier etapa del procedimiento de contratación tenga interés personal, familiar o de negocios, incluyendo aquéllas de las que pueda resultar algún beneficio para él, su cónyuge o sus parientes consanguíneos hasta el cuarto grado, por afinidad o civiles, o para terceros con los que tenga relaciones profesionales, laborales o de negocios, o para socios o sociedades de las que el servidor público o las personas antes referidas formen o hayan formado parte durante los dos años previos a la fecha de celebración del procedimiento de contratación de que se trate;

II. Las que desempeñen un empleo, cargo o comisión en el servicio público, o bien, las sociedades de las que dichas personas formen parte, sin la autorización previa y específica de la Secretaría de la Función Pública;

III. Aquellos proveedores que, por causas imputables a ellos mismos, la dependencia o entidad convocante les hubiere rescindido administrativamente más de un contrato, dentro de un lapso de dos años calendario contados a partir de la notificación de la primera rescisión. Dicho impedimento prevalecerá ante la propia dependencia o entidad convocante por el plazo que se establezca en las políticas, bases y lineamientos a que se refiere el artículo 1 de esta Ley, el cual no podrá ser superior a dos años calendario contados a partir de la notificación de la rescisión del segundo contrato;

IV. Las que se encuentren inhabilitadas por resolución de la Secretaría de la Función Pública en los términos del Título Quinto de este ordenamiento y Título Sexto de la Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas;

V. Los proveedores que se encuentren en situación de atraso en las entregas de los bienes o en la prestación de los servicios por causas imputables a ellos mismos, respecto de otro u otros contratos celebrados con la propia dependencia o entidad, siempre y cuando éstas hayan resultado gravemente perjudicadas;

VI. Aquellas que hayan sido declaradas sujetas a concurso mercantil o alguna figura análoga;

VII. Aquellas que presenten proposiciones en una misma partida de un bien o servicio en un procedimiento de contratación que se encuentren vinculadas entre sí por algún socio o asociado común.

Se entenderá que es socio o asociado común, aquella persona física o moral que en el mismo procedimiento de contratación es reconocida como tal en las actas constitutivas, estatutos o en sus reformas o modificaciones de dos o más empresas licitantes, por tener una participación accionaria en el capital social, que le otorgue el derecho de intervenir en la toma de decisiones o en la administración de dichas personas morales;

VIII. Las que pretendan participar en un procedimiento de contratación y previamente hayan realizado o se encuentren realizando, por sí o a través de empresas que formen parte del mismo grupo empresarial, en virtud de otro contrato, trabajos de análisis y control de calidad, preparación de especificaciones, presupuesto o la elaboración de cualquier documento vinculado con el procedimiento en que se encuentran interesadas en participar, cuando con motivo de la realización de dichos trabajos hubiera tenido acceso a información privilegiada que no se dará a conocer a los licitantes para la elaboración de sus proposiciones;

IX. Aquellas que por sí o a través de empresas que formen parte del mismo grupo empresarial pretendan ser contratadas para elaboración de dictámenes, peritajes y avalúos, cuando éstos

hayan de ser utilizados para resolver discrepancias derivadas de los contratos en los que dichas personas o empresas sean parte;

X. Las que celebren contratos sobre las materias reguladas por esta Ley sin estar facultadas para hacer uso de derechos de propiedad intelectual, y

XI. Las que hayan utilizado información privilegiada, proporcionada indebidamente por servidores públicos o sus familiares por parentesco consanguíneo y, por afinidad hasta el cuarto grado, o civil;

XII. Las que contraten servicios de asesoría, consultoría y apoyo de cualquier tipo de personas en materia de contrataciones gubernamentales, si se comprueba que todo o parte de las contraprestaciones pagadas al prestador del servicio, a su vez, son recibidas por servidores públicos por sí o por interpósita persona, con independencia de que quienes las reciban tengan o no relación con la contratación;

XIII. Aquellos licitantes que injustificadamente y por causas imputables a ellos mismos, no hayan formalizado un contrato adjudicado con anterioridad por la convocante. Dicho impedimento prevalecerá ante la propia dependencia o entidad convocante por el plazo que se establezca en las políticas, bases y lineamientos a que se refiere el artículo 1 de esta Ley, el cual no podrá ser superior a un año calendario contado a partir del día en que haya fenecido el término establecido en la convocatoria a la licitación o, en su caso, por el artículo 46 de esta Ley, para la formalización del contrato en cuestión, y

XIV. Las demás que por cualquier causa se encuentren impedidas para ello por disposición de Ley.

ARTÍCULO 60.

La Secretaría de la Función Pública, además de la sanción a que se refiere el artículo anterior, inhabilitará temporalmente para participar en procedimientos de contratación o celebrar contratos regulados por esta Ley, a las personas que se encuentren en alguno de los supuestos siguientes:

I. Los licitantes que injustificadamente y por causas imputables a los mismos no formalicen dos o más contratos que les haya adjudicado cualquier dependencia o entidad en el plazo de dos años calendario, contados a partir del día en que haya fenecido el término para la formalización del primer contrato no formalizado;

II. Los proveedores a los que se les haya rescindido administrativamente un contrato en dos o más dependencias o entidades en un plazo de tres años;

III. Los proveedores que no cumplan con sus obligaciones contractuales por causas imputables a ellos y que, como consecuencia, causen daños o perjuicios graves a la dependencia o entidad de que se trate; así como, aquellos que entreguen bienes con especificaciones distintas de las convenidas,

IV. Las que proporcionen información falsa o que actúen con dolo o mala fe en algún procedimiento de contratación, en la celebración del contrato o durante su vigencia, o bien, en la presentación o desahogo de una queja en una audiencia de conciliación o de una inconformidad ***y***

V. *Las que se encuentren en el supuesto de la fracción XII del artículo 50 de este ordenamiento****.***

La inhabilitación que se imponga no será menor de tres meses ni mayor de cinco años, plazo que comenzará a contarse a partir del día siguiente a la fecha en que la Secretaría de la Función Pública la haga del conocimiento de las dependencias y entidades, mediante la publicación de la circular respectiva en el Diario Oficial de la Federación y en CompraNet.

Si al día en que se cumpla el plazo de inhabilitación a que se refiere el párrafo que antecede el sancionado no ha pagado la multa que hubiere sido impuesta en términos del artículo anterior, la mencionada inhabilitación subsistirá hasta que se realice el pago correspondiente.

Las dependencias y entidades dentro de los quince días naturales siguientes a la fecha en que tengan conocimiento de alguna infracción a las disposiciones de esta Ley, remitirán a la Contraloría la documentación comprobatoria de los hechos presumiblemente constitutivos de la infracción.

En casos Excepcionales, previa autorización de la Secretaría de la Función Pública, las dependencias y entidades podrán aceptar proposiciones de proveedores inhabilitados cuando resulte indispensable para éstos casos los únicos posibles oferentes en el mercado.

LEY FEDERAL DE RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS

ARTÍCULO 8

Todo servidor público tendrá las siguientes obligaciones:

Fracción XI.-

Excusarse de intervenir, por motivo de su encargo, en cualquier forma en la atención, tramitación o resolución de asuntos en los que tenga interés personal, familiar o de negocios, incluyendo aquéllos de los que pueda resultar algún beneficio para él, su cónyuge o parientes consanguíneos o por afinidad hasta el cuarto grado, o parientes civiles, o para terceros con los que tenga relaciones profesionales, laborales o de negocios, o para socios o sociedades de las que el Servidor Público o las personas antes referidas formen o hayan formado parte.

El Servidor Público deberá informar por escrito al jefe inmediato sobre la atención, trámite o resolución de los asuntos a que hace referencia el párrafo anterior y que sean de su conocimiento, y observar sus instrucciones por escrito sobre su atención, tramitación y resolución, cuando el Servidor Público no pueda abstenerse de intervenir en ellos

Fracción XX.-

Abstenerse, en ejercicio de sus funciones o con motivo de ellas, de celebrar o autorizar la celebración de Contratos o pedidos relacionados con adquisiciones, arrendamientos y enajenación de todo tipo de bienes, prestación de servicios de cualquier naturaleza y la contratación de obra pública o de servicios relacionados con ésta, con quien desempeñe un empleo, cargo o comisión en el servicio público, o bien con las sociedades de las que dichas personas formen parte. Por ningún motivo podrá celebrarse Contrato o pedido alguno con quien se encuentre inhabilitado para desempeñar un empleo, cargo o comisión en el servicio público.

ANEXO 5

Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09
Capítulo 3 Punto 1 Documento 6

México, D.F. a __ de _____ de 2009

PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
Av. Insurgentes Sur No 1397,
Col. Insurgentes Mixcoac,
C.P. 03920, México, D.F.
P R E S E N T E

De conformidad con la convocatoria de la **Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09** para la contratación de los **"Servicios Integrales de Mercadotecnia, Investigaciones de Mercados, Publicidad y Promoción".**. Quien suscribe **(Nombre del Representante Legal), MANIFIESTO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD**, que **(Nombre del Licitante)** a quien represento.

- Aceptan y conocen la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y su Reglamento, Normas Oficiales Mexicanas, o las Normas Mexicanas y a falta de éstas, las Normas Internacionales o, en su caso, las Normas de Referencia o especificaciones, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 13 del reglamento y los artículos 53, 55 y 67 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización; así como el contenido de la convocatoria de la licitación y lo establecido en el (las) acta (s) de junta de aclaraciones.
- Garantizan que los bienes y/o servicios especificados en el Anexo Técnico de esta convocatoria, que se proporcionen como resultado de la licitación, serán de idénticas características y calidad a los requeridos por Pronósticos y contenidos en su proposición.

(Véase Anexo 5).

_____
NOMBRE Y FIRMA AUTÓGRAFA
DEL REPRESENTANTE LEGAL

Nota: El presente formato podrá ser reproducido por cada participante en el modo que estime conveniente, sujetándose a lo solicitado en la convocatoria de licitación.

ANEXO 6
Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09
Capítulo 3 Punto 3 Documento 1

México, D.F., _____de_____de 2009.

PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
Av. Insurgentes Sur No 1397,
Col. Insurgentes Mixcoac,
C.P. 03920, México, D.F.
P R E S E N T E

A nombre de **(Nombre del Licitante)**, a quien represento, me permito presentarle nuestra siguiente proposición económica:

IMPORTE TOTAL					
RUBRO	**CONCEPTO**	**COSTO TOTAL ANTES DEL IVA, POR EL PERIODO DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2009 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012**		**COSTO TOTAL IVA INCLUIDO POR EL PERIODO DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2009 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012**	
RUBRO 1	DIAGNOSTICO Y DESARROLLO DE ESTRATEGIA DE MARCA:				
		IMPORTE MINIMO	**IMPORTE MAXIMO**	**IMPORTE MINIMO**	**IMPORTE MAXIMO**
RUBRO 2	DISEÑO Y DESARROLLO CREATIVO DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.				
a	Diseño Creativo (Bocetos)				
b	Desarrollo Creativo (Originales)				
RUBRO 3	DISEÑO Y DESARROLLO DE EVENTOS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.				
RUBRO 4	DISEÑO, INSTRUMENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.				
a	Estudio cualitativo.				
b	Estudio cuantitativo.				
RUBRO 5	PRODUCCIÓN DE AUDIOVISUALES, COPIADO, RADIO Y FOTOGRAFÍA.				
RUBRO 6	PRODUCCIÓN DE CAMPAÑA BTL				
RUBRO 7	PRODUCCIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES Y PUBLICITARIOS.				
	IMPORTE TOTAL POR EL PERIODO DEL 1 DE NOVIEMBRE DE 2009 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012				

Nota: Todos los precios deberán estar expresados en moneda nacional y se sugiere utilizar hasta dos decimales como máximo.

_____

NOMBRE Y FIRMA AUTÓGRAFA
DEL REPRESENTANTE LEGAL

ANEXO 7
Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09
Capítulo 3 Punto 3 Documento 2

México, D.F. a __ de _____ de 2009

PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
Av. Insurgentes Sur No 1397,
Col. Insurgentes Mixcoac,
C.P. 03920, México, D.F.
P R E S E N T E

De conformidad con la convocatoria de la **Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09** para la contratación de los **"Servicios Integrales de Mercadotecnia, Investigaciones de Mercados, Publicidad y Promoción".** Manifiesto que:

☑ La vigencia de los precios de su proposición económica serán efectivos por el período mínimo de **60 días naturales** contados a partir del Acto de Presentación y Apertura de Proposiciones**.**

☑ Todos los precios ofertados en la proposición económica, serán fijos a partir de la firma del o los pedido (s) y/o contrato (s) y hasta el 31 de Diciembre de 2012, en caso de aplicarse el incremento establecido en el punto 8 Capítulo 1 de esta convocatoria de los ejercicios 2009, 2010, 2011, los precios autorizados serán fijos a partir de la formalización del o (los) convenio (s) modificatorio (s) respectivamente para cada año y hasta el término del o (los) pedido (s) y/o contrato (s).

_____

NOMBRE Y FIRMA AUTÓGRAFA
DEL REPRESENTANTE LEGAL

Nota: El presente formato podrá ser reproducido por cada participante en el modo que estime conveniente, sujetándose a lo solicitado en la convocatoria de la licitación.

ANEXO 8

Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA INSTRUMENTACIÓN, PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE MERCADOTECNIA, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, PUBLICIDAD, PROMOCIÓN COMUNICACIÓN Y BTL, A TRAVEZ DE MEDIOS ALTERNATIVOS DE PUBLICIDAD, MEDIOS MASIVOS Y MATERIAL PARA PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, ASÍ COMO LA PRODUCCIÓN DE EVENTOS PROMOCIONALES DE SUS EMBAJADORES Y DE COMUNICACIÓN EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS ACTUALES Y NUEVOS, PARA LOS AÑOS 2009, 2010, 2011 Y 2012, QUE CELEBRAN, POR UNA PARTE, **"PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA"**, A QUIEN EN LO SUCESIVO Y PARA EFECTOS DE ESTE CONTRATO SE LE DENOMINARÁ "**LA ENTIDAD**" REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR SU DIRECTOR ADMINISTRATIVO, SERGIO TÉLLEZ PÉREZ, Y POR LA OTRA, LA EMPRESA DENOMINADA **----------**, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ "**EL PRESTADOR DE SERVICIOS**" REPRESENTADA POR SU APODERADO LEGAL, **----------**, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

D E C L A R A C I O N E S

I. DE "LA ENTIDAD":

I.1 QUE ES UN ORGANISMO PÚBLICO DESCENTRALIZADO, CON PERSONALIDAD JURÍDICA Y PATRIMONIO PROPIOS, QUE TIENE COMO OBJETO LA OBTENCIÓN DE RECURSOS DESTINADOS A LA ASISTENCIA PÚBLICA, DE CONFORMIDAD A LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO SEGUNDO DEL DECRETO PRESIDENCIAL QUE ACTUALMENTE LO RIGE, DE FECHA 14 DE FEBRERO DE 1978, PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL DÍA 24 DEL MISMO MES Y AÑO Y SUS MODIFICACIONES PUBLICADAS EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN, LOS DIAS 15 DE JUNIO DE 1979, 17 DE AGOSTO DE 1984, 16 DE NOVIEMBRE DE 2004 Y 23 DE FEBRERO DE 2006, RESPECTIVAMENTE.

I.2 QUE ESTÁ DADO DE ALTA COMO CONTRIBUYENTE ANTE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO CON EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES PAP-840816-3V2.

I.3 QUE LA REPRESENTACIÓN LEGAL DEL ORGANISMO PARA LOS EFECTOS DERIVADOS DE ESTE CONTRATO ESTÁ A CARGO DE SU DIRECTOR ADMINISTRATIVO, SERGIO TÉLLEZ PÉREZ, POR DELEGACIÓN DE FACULTADES DE SU TITULAR, QUIEN ACREDITA SU PERSONALIDAD CON EL INSTRUMENTO NÚMERO 119,241 DE FECHA 24 DE ENERO DE 2007, PROTOCOLIZADO POR EL LICENCIADO ARMANDO GÁLVEZ PÉREZ ARAGÓN, TITULAR DE LA NOTARÍA PÚBLICA NÚMERO 103 DEL DISTRITO FEDERAL, EL CUAL CONTIENE PODER GENERAL PARA ACTOS DE ADMINISTRACIÓN OTORGADO EN SU FAVOR.

I.4 QUE REQUIERE DE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" PARA QUE LE PROPORCIONE LOS SERVICIOS INTEGRALES PARA LA INSTRUMENTACIÓN, PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE MERCADOTECNIA, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, PUBLICIDAD, PROMOCIÓN COMUNICACIÓN Y BTL, A TRAVEZ DE MEDIOS ALTERNATIVOS DE PUBLICIDAD, MEDIOS MASIVOS Y MATERIAL PARA PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, ASÍ COMO LA PRODUCCIÓN DE EVENTOS PROMOCIONALES DE SUS EMBAJADORES Y DE COMUNICACIÓN EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS ACTUALES Y NUEVOS, PARA LOS AÑOS 2009, 2010, 2011 Y 2012

I.5 QUE LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO OBJETO DE ESTE CONTRATO, LA REALIZA MEDIANTE EL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL PLURIANUAL NO. 06810001-008-09 DENOMINADA SERVICIOS INTEGRALES PARA LA INSTRUMENTACIÓN, PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE MERCADOTECNIA, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, PUBLICIDAD, PROMOCIÓN COMUNICACIÓN Y BTL, A TRAVEZ DE MEDIOS ALTERNATIVOS DE PUBLICIDAD, MEDIOS MASIVOS Y MATERIAL PARA PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, ASÍ COMO LA PRODUCCIÓN DE EVENTOS PROMOCIONALES DE SUS EMBAJADORES Y DE COMUNICACIÓN EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS ACTUALES Y NUEVOS, PARA LOS AÑOS 2009, 2010, 2011 Y 201, PREVISTA EN LOS ARTÍCULOS 24, 26 FRACCIÓN I Y 28 FRACCIÓN I DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO.

I.6 QUE PREVIO A LA ADJUDICACIÓN, SE VERIFICÓ EN LA BASE DE DATOS DE LA PÁGINA DE LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA, QUE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" NO SE ENCUENTRA INHABILITADO.

I.7 QUE CUENTA CON LOS RECURSOS NECESARIOS AUTORIZADOS PARA CUMPLIR CON LAS OBLIGACIONES DERIVADAS DEL PRESENTE CONTRATO, MISMOS QUE SE ENCUENTRAN CONTEMPLADOS EN LA PARTIDA PRESUPUESTAL _____.

I.8 QUE LA SUBDIRECCIÓN GENERAL DE MERCADOTECNIA ES LA UNIDAD ADMINISTRATIVA RESPONSABLE DE VIGILAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES A CARGO DE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS".

I.9 QUE EL EJERCICIO DE LOS RECURSOS PARA LOS AÑOS 2010 2011 Y 2012, ESTARÁ SUJETO PARA FINES DE SU EJECUCIÓN Y PAGO AL PRESUPUESTO QUE APRUEBE LA H. CÁMARA DE DIPUTADOS, ASÍ COMO AL CALENDARIO DE GASTO QUE SE AUTORICE A "LA ENTIDAD", QUEDANDO EN EL ENTENDIDO QUE NO SUFRIRÁ PENALIZACIÓN ALGUNA "LA ENTIDAD" POR LA VARIACIÓN QUE OCURRA EN LAS ASIGNACIONES PRESUPUESTALES POR LA CONFORMACIÓN Y MONTO DEL PRESUPUESTO QUE APRUEBE EL PODER LEGISLATIVO.

I.10 QUE CUENTA CON LA AUTORIZACIÓN DE SU TITULAR CONFORME A LAS DISPOSICIONES GENERALES APLICABLES, PARA LA CELEBRACIÓN PLURIANUAL DE ACUERDO AL ARTÍCULO 50 DE LA LEY FEDERAL DE PRESUPUESTO Y RESPONSABILIDAD HACENDARIA Y 148 DE SU REGLAMENTO.

I.11 QUE SEÑALA COMO DOMICILIO PARA OÍR Y RECIBIR TODA CLASE DE NOTIFICACIONES Y DOCUMENTOS AÚN LOS DE CARÁCTER PERSONAL, EL UBICADO EN AVENIDA INSURGENTES SUR NÚMERO 1397, COLONIA INSURGENTES MIXCOAC, MÉXICO, DISTRITO FEDERAL, CÓDIGO POSTAL 03920.

II. **DE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS":**

II.1 QUE ES UNA SOCIEDAD ----------, LEGALMENTE CONSTITUIDA CONFORME A LAS LEYES DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, SEGÚN CONSTA EN EL INSTRUMENTO NOTARIAL NÚMERO ----------, DE FECHA ----------, OTORGADA ANTE LA FE DEL LIC. ----------, TITULAR DE LA NOTARÍA PÚBLICA NÚMERO ---------- DEL DISTRITO FEDERAL Y CUYA ÚLTIMA MODIFICACIÓN SEGÚN CONSTA EN LA ESCRITURA PÚBLICA NÚMERO ----------, DE FECHA ----------, OTORGADA ANTE LA FE EL LIC. ----------, TITULAR DE LA NOTARIA PÚBLICA NÚMERO ----------DE---------- CUYO FOLIO MERCANTIL ES EL ----------.

II.2 QUE ESTÁ DADA DE ALTA COMO CONTRIBUYENTE ANTE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO CON EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES ----------.

II.3 QUE TIENE COMO OBJETO SOCIAL, ENTRE OTROS, ----------.

II.4 QUE LA REPRESENTACIÓN DE LA SOCIEDAD PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES DE ESTE CONTRATO ESTA A CARGO DE SU REPRESENTANTE LEGAL ----------, QUIEN ESTÁ AUTORIZADO PARA CELEBRAR ESTE CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS ----------, EN TÉRMINOS DE LA ESCRITURA PÚBLICA NÚMERO ----------, DE FECHA ----------, OTORGADA ANTE EL LICENCIADO ----------, TITULAR DE LA NOTARIA PÚBLICA NÚMERO ----------DEL DISTRITO FEDERAL.

II.5 QUE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS", NI NINGUNO DE SUS MIEMBROS SE ENCUENTRA EN ALGUNO DE LOS SUPUESTOS ESTABLECIDOS EN LOS ARTÍCULOS 50 Y 60 DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO, Y 8 DE LA LEY FEDERAL DE RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS.

II.6 QUE CUENTA CON CAPACIDAD FINANCIERA, PERSONAL ALTAMENTE CAPACITADO, TECNOLOGÍA ACTUALIZADA, EXPERIENCIA Y LOS ELEMENTOS (ENTRE ELLOS LICENCIAS, AUTORIZACIONES Y PERMISOS QUE CONFORME A LA LEGISLACIÓN APLICABLE) NECESARIOS PARA CUMPLIR SATISFACTORIAMENTE CON LAS OBLIGACIONES QUE SE DERIVEN DE ESTE CONTRATO.

II.7 QUE ACEPTA Y RECONOCE QUE EN SU CARÁCTER DE EMPRESA LEGALMENTE CONSTITUIDA CUENTA CON LOS ELEMENTOS PROPIOS A QUE SE REFIEREN LOS ARTÍCULOS 13 Y 15 DE LA LEY FEDERAL DEL TRABAJO Y, EN CONSECUENCIA, ES EL ÚNICO PATRÓN DE TODAS Y CADA UNA DE LAS PERSONAS QUE COMISIONE PARA EL DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL OBJETO DE ESTE CONTRATO, LIBERANDO A "LA ENTIDAD" DE CUALQUIER RESPONSABILIDAD LABORAL Y/O DE SEGURIDAD SOCIAL RESPECTO A DICHO PERSONAL.

II.8 QUE PARA LOS EFECTOS LEGALES DE ESTE CONTRATO SEÑALA COMO DOMICILIO PARA RECIBIR DOCUMENTOS Y OÍR NOTIFICACIONES EL UBICADO EN ----------.

II.9 QUE DE ACUERDO A LA ESTRATIFICACIÓN Y CRITERIOS DE TAMAÑO, SECTOR Y CLASIFICACIÓN POR NÚMERO DE EMPLEADOS, ES CONSIDERADA COMO _____.

II.10 QUE CUENTA CON LAS LICENCIA, AUTORIZACIONES Y PERMISOS NECESARIOS PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS CORRESPONDIENTES; Y EN CASO DE VIOLACIONES EN MATERIA DE DERECHOS INHERENTES A LA PROPIEDAD INTELECTUAL ASUME TODA LA RESPONSABILIDAD DE ACUERDO AL ARTÍCULO 45 FRACCIÓN XVIII Y XX DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO

EXPUESTAS LAS DECLARACIONES QUE ANTECEDEN, LAS PARTES MANIFIESTAN QUE ES SU VOLUNTAD CELEBRAR EL PRESENTE CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS, SUJETÁNDOSE A LAS SIGUIENTES:

C L Á U S U L A S

PRIMERA.- **[OBJETO]:** EL OBJETO DEL PRESENTE CONTRATO, ES LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA INSTRUMENTACIÓN, PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE MERCADOTECNIA, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, PUBLICIDAD, PROMOCIÓN COMUNICACIÓN Y BTL, A TRAVÉS DE MEDIOS ALTERNATIVOS DE PUBLICIDAD, MEDIOS MASIVOS Y MATERIAL PARA PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, ASÍ COMO LA PRODUCCIÓN DE EVENTOS PROMOCIONALES DE SUS EMBAJADORES Y DE COMUNICACIÓN EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS ACTUALES Y NUEVOS, PARA LOS AÑOS 2009, 2010, 2011 Y 2012, POR PARTE DE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS".

SEGUNDA.- [SERVICIOS]: PARA CUMPLIR CON LOS FINES DEL PRESENTE CONTRATO, "EL PRESTADOR DE SERVICIOS", A PETICIÓN DE "LA ENTIDAD" Y PREVIA AUTORIZACIÓN DEL PRESUPUESTO CORRESPONDIENTE, SE OBLIGA A REALIZAR LAS SIGUIENTES ACCIONES DE MANERA ENUNCIATIVA MÁS NO LIMITATIVA:

1. LOS TRABAJOS DERIVAD DEL SERVICIO INTEGRAL PARA LA INSTRUMENTACIÓN, PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE MERCADOTECNIA, PUBLICIDAD, COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA A SUS INSTALACIONES (A TRAVÉS DE MÓDULOS O STANDS), MEDIOS ALTERNATIVOS DE PUBLICIDAD, MEDIOS MASIVOS Y MATERIAL PARA PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, ASÍ COMO LA REALIZACIÓN DE EVENTOS E INVESTIGACIONES DE MERCADO, EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS ACTUALES Y NUEVOS, ADEMÁS DE SUS EMBAJADORES PARA LOS AÑOS 2009, 2010, 2011 Y 2012, DEBERÁN DE SER ENTREGADOS PARA SU APROBACIÓN Y VALIDACIÓN, EN LAS OFICINAS DE LA SUBDIRECCIÓN GENERAL DE MERCADOTECNIA, UBICADA EN INSURGENTES SUR Nº 1397 PISO 10, COL. INSURGENTES MIXCOAC, C.P. 03920, MÉXICO D.F.

   EL ÁREA QUE COORDINARÁ, SUPERVISARÁ Y VALIDARÁ LOS TRABAJOS A CONTRATAR SERÁ LA SUBDIRECCIÓN GENERAL DE MERCADOTECNIA.

LOS SERVICIOS QUE SE CONTRATEN SERÁN DESARROLLADOS CONFORME AL PROGRAMA ESTABLECIDO EN ESTE ANEXO TÉCNICO.

2. "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ ASIGNAR UN EQUIPO DE TRABAJO (DESCRITO EN CAPÍTULO 2 INCISO D PUNTO 4 DEL ANEXO TÉCNICO) PARA ATENDER LAS NECESIDADES DE LA CUENTA, DICHO EQUIPO DEBERÁ ESTAR A DISPOSICIÓN DE "LA ENTIDAD" EN UN HORARIO NORMAL DE 9 A 18 HORAS. ADICIONALMENTE, "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ ASIGNAR UNA GUARDIA PERMANENTE PARA CASOS DE EMERGENCIA. "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ ASIGNAR 2 PERSONAS CON CAPACIDAD DE DISEÑO CREATIVO Y CON EL EQUIPO NECESARIO PARA ATENDER LAS NECESIDADES DE DISEÑO EN LAS INSTALACIONES DE PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA, DICHO PERSONAL DEBERÁ ESTAR A DISPOSICIÓN DE "LA ENTIDAD" EN UN HORARIO DE 9 A 18 HORAS DE LUNES A VIERNES.

3. "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ PROCURAR NO HACER CAMBIOS EN EL PERSONAL A CARGO DE LA CUENTA; EN CASO DE HACERLOS SE DEBERÁ SOLICITAR PREVIAMENTE AUTORIZACIÓN POR ESCRITO DE "LA ENTIDAD", TOMANDO EN CUENTA QUE LA PERSONA QUE SUSTITUYA TENGA, POR LO MENOS, EL MISMO NIVEL Y EXPERIENCIA DE SU ANTECESOR.

4. "LA ENTIDAD" PODRÁ SOLICITAR EN CUALQUIER MOMENTO A "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" EL CAMBIO DEL PERSONAL A CARGO DE LA CUENTA EN CASO DE QUE ÉSTA CONSIDERE QUE NO CUMPLE CON LOS REQUERIMIENTOS NECESARIOS PARA LA ATENCIÓN DE LA CUENTA. TAL SOLICITUD DEBERÁ REALIZARSE POR ESCRITO, MANIFESTANDO LAS RAZONES QUE SE TENGAN PARA EL CAMBIO.

5. CUALQUIER MODIFICACIÓN EN LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LOS TRABAJOS, LAS FECHAS DE REALIZACIÓN DE LOS MISMOS Y CUALQUIER OTRO CAMBIO EN LOS PROYECTOS AQUÍ DESCRITOS DEBERÁN SER APROBADOS DE COMÚN ACUERDO ENTRE "LA ENTIDAD" Y "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" EN TODO CASO, DEBERÁ QUEDAR CONSTANCIA DE TODOS LOS ACUERDOS MEDIANTE REPORTES DE CONFERENCIA QUE DEBERÁ REALIZAR EL "EL PRESTADOR DE SERVICIOS".

6. "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ REALIZAR PRESENTACIONES EJECUTIVAS DE LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES Y DE LAS CAMPAÑAS EN LAS INSTALACIONES QUE PARA TAL EFECTO INDIQUE "LA ENTIDAD".

7. PREVIO A LA PRODUCCIÓN DE CUALQUIER MATERIAL, "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ CONTAR CON LA APROBACIÓN DEL PRESUPUESTO POR PARTE DE "LA ENTIDAD".

8. "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ REALIZAR LOS CAMBIOS REQUERIDOS HASTA QUE EL MATERIAL QUEDE A ENTERA SATISFACCIÓN DE "LA ENTIDAD" PREVIO A LA PRODUCCIÓN DE LOS MISMOS; UNA VEZ PRODUCIDOS, SI "LA ENTIDAD" SOLICITA CAMBIOS ADICIONALES, ÉSTOS IMPLICARÁN UN COSTO ADICIONAL, MISMO QUE DEBERÁ SER AUTORIZADO POR "LA ENTIDAD" PREVIO A SU REALIZACIÓN.

9. "LA ENTIDAD" TENDRÁ DERECHO A RECIBIR INFORMACIÓN SOBRE EL PROGRESO DE CADA PROYECTO Y A SUPERVISAR LAS FASES QUE JUZGUE NECESARIO.

10. LOS PRODUCTOS QUE RESULTEN DE LOS TRABAJOS REALIZADOS, TALES COMO DOCUMENTOS, REPORTES, PRESENTACIONES O BASES DE DATOS SERÁN PROPIEDAD EXCLUSIVA DE "LA ENTIDAD".

11. LOS REPORTES, BIENES Y SERVICIOS SERÁN ENTREGADOS EN LAS INSTALACIONES DE LA SUB-DIRECCIÓN GENERAL DE MERCADOTECNIA UBICADAS EN INSURGENTES SUR NO. 1397, PISO 10, COL. INSURGENTES MIXCOAC, C.P. 03920, MÉXIC

LOS SERVICIOS ANTES DESCRITOS SE LLEVARÁN A CABO DE CONFORMIDAD CON EL ANEXO TÉCNICO DE "LA ENTIDAD" Y LA PROPOSICIÓN TÉCNICA Y ECONÓMICA DE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS", LAS CUALES SE AGREGAN AL PRESENTE CONTRATO PARA QUE FORMEN PARTE INTEGRANTE DEL MISMO.

PARA LA ACEPTACIÓN DE LOS **BIENES Y SERVICIOS** SOLICITADOS, LA SUBDIRECCIÓN GENERAL DE MERCADOTECNIA O A QUIEN ESTA DESIGNE VERIFICARÁ EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES ESTABLECIDAS EN LA **CONVOCATORIA DE LICITACIÓN, EL ANEXO TÉCNICO DE "LA ENTIDAD", EL ACTA DE LA JUNTA DE ACLARACIONES Y LA PROPOSICIÓN TÉCNICA Y ECONÓMICA DE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS**" CONTRA LOS **BIENES Y SERVICIOS** QUE PROPORCIONE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" EN TANTO NO SE CUMPLA CON ESTOS NO SE TENDRÁN POR RECIBIDOS O ACEPTADOS, POR LO QUE EL PRESTADOR DE SERVICIOS MANIFIESTA SU CONFORMIDAD RESPECTO A QUE EN TANTO NO SE VERIFIQUEN LOS EQUIPOS Y SERVICIOS, ESTOS NO SE TENDRAN POR ACEPTADOS.

TERCERA [CARACTERISTICAS Y ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO]: "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" SE OBLIGA A CUMPLIR CON LAS CARACTERISTICAS, CONDICIONES Y TÉRMINOS QUE SEÑALAN A CONTINUACIÓN

ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO.

RUBRO 1.- DIAGNOSTICO Y DESARROLLO DE ESTRATEGIA DE MARCA:

"LA ENTIDAD" BUSCA:

- DESARROLLAR LA ESTRATEGIA GLOBAL DE PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA Y DE AHÍ SEGMENTAR, POSICIONAR Y PROMOVER LAS OPORTUNIDADES PARA LOS PRODUCTOS ACTUALES, NUEVOS, ASÍ COMO PARA LAS MARCAS DE "LA ENTIDAD".
- IDENTIFICAR EL MERCADO OBJETIVO Y SU OPORTUNIDAD PARA CADA PRODUCTO Y MARACA.
- ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA.
- IDENTIFICACIÓN DE NICHOS DE OPORTUNIDAD PARA REUBICACIÓN DE PRODUCTOS ACTUALES Y/O NUEVOS, EN EL MERCADO.
- DESARROLLO ESTRATÉGICO DE LA MARCA INSTITUCIONAL (PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA) Y DE CADA MARCA DE "LA ENTIDAD".
- ANÁLISIS DE PUNTOS DE VENTA PARA EVALUACIÓN Y PROPUESTA DE OPORTUNIDADES EN RELACIÓN A ESTRATEGIA, PRODUCTOS Y MATERIALES PUNTO DE VENTA.

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBE CONSIDERAR EL ANÁLISIS Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE SPOTS DE RADIOS, TV, CINE, PERIÓDICOS, ESPECTACULARES, MATERIAL PUNTO DE VENTA, EVENTOS, VIDEOS, CAPSULAS DE SORTEOS, ETC.

EL DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN PARA PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA Y SUS DIFERENTES MARCAS Y PRODUCTOS DEBERÁ CONTENER LO SIGUIENTE:

- DEFINICIÓN DE FUNDAMENTOS CONCEPTUALES DE LA COMUNICACIÓN DE "LA ENTIDAD".
- DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LAS COMUNICACIONES.
- DEFINICIÓN DE ÁREAS Y TAREAS DE INTERVENCIÓN COMUNICATIVA.
- IDENTIFICACIÓN DE ÁREAS DE OPORTUNIDAD PARA LAS MARCAS.
- DEFINICIÓN DE ATRIBUTOS, PERSONALIDAD Y ARQUITECTURA DE LAS MARCAS.
- DEFINICIÓN DE VALORES POSITIVOS SOBRE LOS QUE SE DEBEN CONSTRUIR LAS COMUNICACIONES PARA MEJORAR LA PERCEPCIÓN ACTUAL.
- DEFINICIÓN DE ASPECTOS DE COMUNICACIÓN CLAVES QUE DEBERÁN RESALTARSE PARA LA DIFERENCIACIÓN ENTRE LAS MARCAS.
- PLATAFORMA DE POSICIONAMIENTOS, TANTO GLOBAL PARA PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA COMO PARA CADA PRODUCTO.
- BRIEF PARA CREATIVOS.
- DESARROLLO DE ESTRATEGIA CREATIVA

RUBRO 2.- DISEÑO Y DESARROLLO CREATIVO DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

"LA ENTIDAD" BUSCA OBTENER EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS CREATIVAS Y DE COMUNICACIÓN BASADAS EN EL ANÁLISIS, DESARROLLO Y OPORTUNIDAD ESTRATÉGICA, ASÍ COMO LA POSIBLE OPORTUNIDAD DE DESARROLLAR CAMPAÑAS INTEGRALES DE COMUNICACIÓN. EL ÁREA CREATIVA DE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ TOMAR EN CUENTA LAS OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS Y CREATIVAS, TANTO NACIONALES COMO INTERNACIONALES; A SU VEZ DEBERÁ PRESENTAR PARA CADA

PROPUESTA DE CAMPAÑA CREATIVA SU RACIONAL CREATIVO CORRESPONDIENTE, YA SEA GLOBALMENTE PARA PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA COMO PARA CADA MARCA.
CADA PROPUESTA CREATIVA DEBERÁ PRESENTARSE CON 3 OPCIONES DISTINTAS.

LOS OBJETIVOS, TEMÁTICAS ESPECÍFICAS DE LAS CAMPAÑAS Y SUS CARACTERÍSTICAS SE DEFINIRÁN CON BASE EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES DE MERCADO Y EL POSICIONAMIENTO, LO QUE A SU VEZ PODRÁ VARIAR DEPENDIENDO DE LAS NECESIDADES PARTICULARES DE "LA ENTIDAD".

EL DISEÑO Y DESARROLLO CREATIVO PARA LA REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS DEBE BASARSE EN LA REALIZACIÓN DE LOS SIGUIENTES MATERIALES Y SERVICIOS DETALLADOS ESPECIFICAMENTE EN EL ANEXO TÉCNICO:

1. **DISEÑO INDUSTRIAL PARA FABRICACIÓN DE MATERIAL PUNTO DE VENTA. (**SE ENTENDERÁ POR DISEÑO INDUSTRIAL AQUEL QUE REQUIERA PLANOS TÉCNICOS PARA SU FABRICACIÓN. SE DEBE TOMAR EN CUENTA QUE LOS DISEÑOS DEBEN SER DETALLADOS Y CONTENER ESPECIFICACIONES DE FABRICACIÓN SOLICITADAS POR "LA ENTIDAD").
2. **DISEÑO INDUSTRIAL PARA FABRICACIÓN DE TOLDOS.**
3. **DISEÑO DE MATERIAL PUNTO DE VENTA EN ESTIRENO SIN TERMOFORMADO, LÁMINA, COROPLAST, VINIL AUTOADHERIBLE, PLATICO Y FROZEN.**
4. **DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS.** (SE CONSIDERAN TODOS LOS POSIBLES DISEÑOS DE MATERIALES EN PAPEL, CARTÓN, LONAS Y AUTO ADHERIBLES).
5. **DISEÑO DE PRENSA Y REVISTAS.** (SE CONSIDERA EN ESTE PUNTO TODOS LOS DISEÑOS QUE SE REQUIEREN PARA PUBLICARSE EN PERIÓDICOS Y REVISTA. DEBERÁ ENTENDERSE QUE LOS DISEÑOS PUEDEN SER TANTO A COLOR COMO EN ESCALA DE GRISES).
6. **DISEÑO PARA BANERS, CINTILLO, FONDOS, LINKS Y SUPERS PARA WEB. (**EL DISEÑO QUE SE SOLICITE A LA AGENCIA ADJUDICADA DEBERÁ ENTREGARSE A LA ENTIDAD EN LOS FORMATOS ELECTRÓNICOS QUE SE LE INDIQUE).
7. **DISEÑO DE RASPADITOS. (**SE CONSIDERA DISEÑO DE RASPADITOS AL GRÁFICO Y MECÁNICA DE LOS JUEGOS QUE PRODUCE PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA QUE TIENE COMO FIN EL RASPARSE PARA ENCONTRAR UN PREMIO).
8. **DISEÑO DE ROPA PROMOCIONAL**. **(**SE REFIERE AL DISEÑO DE DIFERENTES PRENDAS DE VESTIR O ACCESORIOS QUE SE USAN PARA EVENTOS PROMOCIONALES O PARA LA DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y MARCAS DE LA ENTIDAD).
9. **DISEÑO DE ARTÍCULOS PROMOCIÓNALES.**
10. **DISEÑO DE ESPECTACULARES. (**ESTÉ DISEÑO INCLUYE TODO TIPO DE IMPRESOS EN DIMENSIONES MAYORES DE 1.20 M X 1.20 M).
11. **DISEÑO DE PRESENTACIONES. (**SE CONSIDERA ESTE PUNTO A LAS PRESENTACIONES QUE REQUIERE EL PERSONAL DE LA ENTIDAD CON EL FIN DE MOSTRAR ALGÚN TEMA DE COMUNICACIÓN A CUALQUIER TIPO DE PÚBLICO).
12. **DISEÑO DE AUDIOVISUALES. (**DISEÑO QUE LA ENTIDAD REQUIERE PARA LA PRODUCCIÓN DE SPOTS DE CINE, TV, RADIO, PRODUCCIÓN DE VIDEOS, PROGRAMAS DE TV Y PELÍCULAS)
13. **DISEÑO DE ROTULACIÓN DE VEHÍCULOS.**
14. **DISEÑO DE PUBLICIDAD INTERNA DE LAS INSTALACIONES DE PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA**
15. **DISEÑO DE ROTULACIÓN DE FACHADAS DE AGENCIAS DE PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA.**
16. **DISEÑO DE LOGOTIPOS**
17. **DISEÑO DE PERSONAJE Y EMBLEMAS.**

RUBRO 3: DISEÑO Y DESARROLLO DE EVENTOS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

"LA ENTIDAD" REQUIERE EL DESARROLLO DE EVENTOS DE FORMA CONSTANTE, PRINCIPALMENTE PARA SU CAMPAÑA ¡JUÉGATELA CON MÉXICO!, ADEMÁS REALIZA EVENTOS PROMOCIONALES QUE INVOLUCRAN AL PÚBLICO EN GENERAL ASÍ COMO RUEDAS DE PRENSA DONDE SE CONVOCA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA QUE DIFUNDEN NOTAS SOBRE NUESTROS PRODUCTOS, MARCAS Y ACTIVIDADES QUE SON DE GRAN INTERÉS PARA NUESTRO CONSUMIDOR.

LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE SE REQUIEREN SE PODRÁN SOLICITAR EN FORMA INDIVIDUAL DEPENDIENDO EL EVENTO, ES DECIR, NO SE CONTRATAN COMO PAQUETE POR LO QUE "EL PRESTADOR DE SERVICIO" DEBE DE CUBRIR CON LOS SIGUIENTES REQUERIMIENTOS ESPECIFICADOS A DETALLE EN EL ANEXO TÉCNICO:

1. **MONTAJE DE ARTÍCULO DE EMBAJADOR.-**PARA CADA EMBAJADOR SE REQUIERE DESARROLLAR UNA PIEZA QUE SE EXHIBIRÁ EN LOS MÓDULOS DEL SALÓN DE EMBAJADORES, ÉSTA PIEZA ES FIRMADA POR EL EMBAJADOR DE "LA ENTIDAD".
2. **MAESTRO DE CEREMONIAS.-** SE REQUIERE DE UNA PERSONA QUE TENGA EXPERIENCIA DE POR LO MENOS UN AÑO EN LA CONDUCCIÓN DE EVENTOS, "LA ENTIDAD" DEFINIRÁ EN SU MOMENTO, DEPENDIENDO EL EVENTO SI ES HOMBRE O MUJER, "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" SE OBLIGA A PRESENTAR CADA VEZ QUE ASÍ LO REQUIERA "LA ENTIDAD" UN CASTING DE POR LO MENOS CUATRO PERSONAS.
3. **SESIÓN FOTOGRÁFICA PARA EVENTOS.-** SE REQUIERE DE UN FOTÓGRAFO PROFESIONAL QUE CUBRA LOS EVENTOS MENCIONADOS ANTERIORMENTE.
   EL FOTÓGRAFO DEBERÁ DE CONTAR CON EL EQUIPO NECESARIO Y PROFESIONAL PARA TOMAR FOTOGRAFÍAS EN ALTA RESOLUCIÓN Y QUE SIRVAN PARA PUBLICARSE EN PERIÓDICOS, REVISTAS, POSTERS, ESPECTACULARES, ETC.
   LAS FOTOGRAFÍAS DEBERÁ ENTREGARLAS EN CD´S (SE REQUIEREN 5 CD´S) EN ALTA RESOLUCIÓN.
   EL NÚMERO DE FOTOGRAFÍAS DEPENDERÁ DEL EVENTO, SIN TENER UN LÍMITE PREESTABLECIDO.
   EL FOTÓGRAFO DEBERÁ ESTAR ATENTO DURANTE EL EVENTO PARA OBTENER LAS MEJORES FOTOGRAFÍAS.
   "LA ENTIDAD" PODRÁ SOLICITAR EL CAMBIO DEL FOTÓGRAFO SI ASÍ LO REQUIERE.
   EL TIEMPO QUE TENDRÁ QUE CUBRIR EL FOTÓGRAFO DEPENDE DE LA DURACIÓN DEL EVENTO.
4. **GRABACIÓN DE EVENTOS EN VIDEO (DETRÁS DE CÁMARAS):**
   "LA ENTIDAD" PARA CADA EVENTO NECESITA LA GRABACIÓN EN VIDEO EN FORMATO PROFESIONAL, POST PRODUCCIÓN, MASTERIZACIÓN DE LOS EVENTOS MENCIONADOS ANTERIORMENTE, PARA LO CUAL:
   SE REQUIERE DE UN CAMARÓGRAFO PROFESIONAL QUE CUBRA LOS EVENTOS MENCIONADOS ANTERIORMENTE.
   EL CAMARÓGRAFO DEBERÁ DE CONTAR CON EL EQUIPO NECESARIO Y PROFESIONAL PARA TOMAR VIDEOS DE ALTA CALIDAD Y PROFESIONAL QUE SIRVAN PARA TRANSMITIRSE EN REPRODUCTOR DE DVD E INTERNET.
   LOS VIDEOS DEBERÁN SER ENTREGADAS EN DVD´S MULTIREGIÓN (SE REQUIEREN 5 DVD´S) EN ALTA CALIDAD.
   EL CAMARÓGRAFO DEBERÁ ESTAR ATENTO DURANTE EL EVENTO PARA OBTENER LAS MEJORES TOMAS.
   "LA ENTIDAD" PODRÁ SOLICITAR EL CAMBIO DEL CAMARÓGRAFO SI ASÍ LO REQUIERE.
   EL TIEMPO QUE TENDRÁ QUE CUBRIR EL CAMARÓGRAFO DEPENDE DE LA DURACIÓN DEL EVENTO.
5. **EDICIÓN DEL EVENTO CON FOTOS, SEMBLANZA Y COPIAS:**
   SE DEBERÁ REALIZAR LA EDICIÓN DE MATERIAL FOTOGRÁFICO, VIDEO E IMPRESO QUE SE GENERE EN LOS EVENTOS, PARA LO CUAL SE DEBERÁ DIGITALIZAR, INTEGRAR Y EDITAR DICHO MATERIAL Y ENTREGARLO A LA ENTIDAD EN TRES COPAS EN FORMATO DVD. EL DVD DEBERÁ CONTENER UNA AUTORÍA CON LA QUE SE PODRÁ SELECCIONAR LOS MATERIALES Y VISUALIZARLOS A TRAVÉS DE UN REPRODUCTOR DE DVD.
6. **PENDONES PARA EDIFICIO CON IMAGEN DE EMBAJADORES:**
   "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ REALIZAR LA PRODUCCIÓN DE PENDONES CON LA IMAGEN DE LOS EMBAJADORES Y DEBERÁ DE MONTARLOS EN EL PORTA BANER CON LOS QUE CUENTA "LA ENTIDAD".
7. **EDECANES:**
   PARA EL DESARROLLO DE LOS EVENTOS SE REQUIERE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS", PROPORCIONE A "LA ENTIDAD" EL SERVICIO DE EDECANES DE DIFERENTES NIVELES AAA, AA Y A.
   "LA ENTIDAD" SOLICITARÁ DEPENDIENDO EL EVENTO EL NIVEL DE EDECÁN.

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ DE PRESENTAR UN CASTING DE POR LO MENOS DIEZ EDECANES POR CADA NIVEL, Y CON ESTE CASTING "LA ENTIDAD" SELECCIONARÁ LAS EDECANES QUE REQUERIRÁ SEGÚN EL EVENTO.
"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" REALIZARA DICHO CASTING EN NOVIEMBRE DE CADA AÑO CON NUEVAS EDECANES.
"LA ENTIDAD" PODRÁ CAMBIAR DE EDECÁN CUANDO ASÍ LO CONSIDERE NECESARIO.

8. **SONIDO:**
   ESTOS ELEMENTOS PUEDEN CONTRATARSE DE MANERA INDIVIDUAL Y NO POR PAQUETE.
   LOS EQUIPOS DE SONIDO DEBERÁN REPRODUCIR UN SONIDO DE ALTA CALIDAD.
   LOS EQUIPOS DEBERÁN SER MANEJADOS CON PERSONAL CAPACITADO Y TENER EXPERIENCIA DE POR LO MENOS UN AÑO.
   "LA ENTIDAD" PODRÁ CAMBIAR EL PERSONAL QUE MANEJA EL EQUIPO DE SONIDO SI ASÍ LO CONSIDERA NECESARIO.
   "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ PRESENTAR AL NUEVO PERSONAL PARA APROBACIÓN DE "LA ENTIDAD"
9. **ILUMINACIÓN Y PANTALLAS:**
   EN ALGUNOS EVENTOS SE REQUIERE USAR EL SKY LIGTH, (CAÑÓN DE LUZ CON EL QUE SE ILUMINA EL CIELO) Y PANTALLAS TIPO PLASMA O LCD DE 40" CON PEDESTAL, PARA QUE EL PÚBLICO PUEDA OBSERVAR LOS EVENTOS A TRAVÉS DE ELLAS.
10. **SERVICIO DE ALIMENTOS:**
    EN ALGUNOS EVENTOS QUE DESARROLLA "LA ENTIDAD" SE REQUIERE EL SERVICIO DE ALIMENTOS (COMIDA, DESAYUNO Y BOCADILLOS).

RUBRO 4: DISEÑO, INSTRUMENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

"LA ENTIDAD" PRETENDE OBTENER EL CONOCIMIENTO GLOBAL Y ESPECÍFICO DE LA CATEGORÍA Y MERCADO PARA EL POSICIONAMIENTO OPORTUNO DE SUS PRODUCTOS, ASÍ COMO LA DETECCIÓN DE NICHOS DE OPORTUNIDAD PARA NUEVOS LANZAMIENTOS.

EN EL CASO DE LOS ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN, ÉSTOS DEBERÁN CONDUCIRSE DE ACUERDO CON LA PROPOSICIÓN APROBADA POR "LA ENTIDAD", SIN EMBARGO, SI EN EL TRANSCURSO DEL PROYECTO SURGE LA NECESIDAD DE EFECTUAR MODIFICACIONES, ÉSTOS DEBERÁN SER IGUALMENTE APROBADOS DE COMÚN ACUERDO ENTRE "LA ENTIDAD" Y "EL PRESTADOR DE SERVICIOS". EN TODO CASO, CUALQUIER MODIFICACIÓN EN OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LOS ESTUDIOS, LAS FECHAS DE REALIZACIÓN DE LOS MISMOS Y CUALQUIER OTRO CAMBIO EN LOS PROYECTOS AQUÍ DESCRITOS, DEBERÁ QUEDAR ASENTADA EN LOS REPORTES DE CONFERENCIA QUE DEBERÁ REALIZAR "EL PRESTADOR DE SERVICIOS". LA EMISIÓN DE LOS REPORTES DEBERÁ SER DE MANERA INMEDIATA NO EXCEDIENDO DE 48 HORAS A PARTIR DE LA REALIZACIÓN DE LA REUNIÓN O ACUERDO TELEFÓNICO.

PREVIO A LA REALIZACIÓN DE LOS ESTUDIOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS, "LA ENTIDAD" DEBERÁ APROBAR LOS CUESTIONARIOS Y LAS GUÍAS DE TÓPICOS QUE SE UTILIZARÁN EN CADA CASO.

EN EL CASO DE LOS ESTUDIOS DE MERCADO, "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ ENTREGAR LOS RESULTADOS DE CADA ESTUDIO EN REPORTES POR ESCRITO Y ARCHIVO ELECTRÓNICO. ASIMISMO, "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ INFORMAR A "LA ENTIDAD" SOBRE LOS AVANCES DE CADA ESTUDIO MEDIANTE LA ENTREGA DE FLASH INFORMATIVOS EN CASO DE QUE APLIQUE.

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" SERÁ EL ENCARGADO DE COORDINAR LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTUDIOS DE MERCADO A TRAVÉS DE AGENCIAS ESPECIALIZADAS.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" PRESENTARÁ CADA VEZ QUE "LA ENTIDAD" REQUIERA UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO, UNA RELACIÓN DE AL MENOS TRES AGENCIAS DE INVESTIGACIÓN PARA PODER APOYARSE A LA QUE OFREZCA LAS MEJORES CONDICIONES PARA "LA ENTIDAD" Y QUE POR LO MENOS DEBERÁN CUMPLIR CON LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

- CONTAR CON AL MENOS TRES AÑOS DE EXPERIENCIA LLEVANDO A CABO DE ESTUDIOS DE MERCADO CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS, DEMOSTRABLE A TRAVÉS DE UN CURRICULUM

DE LAS AGENCIAS DE INVESTIGACIÓN EN EL MOMENTO DE QUE SE REQUIERA EL SERVICIO.

- DE IGUAL FORMA, EL GRUPO ENCARGADO DE LOS TRABAJOS DEBERÁ CONTAR CON AL MENOS TRES AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL ÁREA DE SU ESPECIALIDAD, DEMOSTRABLE A TRAVÉS DE UN CURRICULUM DE LAS AGENCIAS DE INVESTIGACIÓN EN EL MOMENTO DE QUE SE REQUIERA EL SERVICIO
- CONTAR CON CÁMARAS DE GESSEL Y PLANTILLA DE ENCUESTADORES.

LA SELECCIÓN DE LA(S) CASA(S) DE INVESTIGACIÓN LA REALIZARÁ "LA ENTIDAD DE ACUERDO A LA INFORMACIÓN QUE ENTREGUE EL "EL PRESTADOR DE SERVICIOS".

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ ENTREGAR PARA CADA ESTUDIO:

- METODOLOGÍA DE TRABAJO.
- PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN QUE SE SEGUIRÁ.
- DESCRIPCIÓN CONCEPTUAL Y NUMÉRICA DE LA MUESTRA.
- MÉTODOS PARA VERIFICACIÓN Y VALIDACIÓN DE INFORMACIÓN.
- DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN EMPLEADOS PARA REGISTRAR LOS DATOS Y RESPUESTAS DE LOS INFORMANTES.
- REPORTE EJECUTIVO TIPO DE ANÁLISIS DE RESULTADOS.
- CALENDARIO DESGLOSADO DEL TIEMPO ESTIMADO POR ESTUDIO. COORDINACIÓN DE EVENTOS ESPECIALES

SE REQUERIRÁ LA PRESENCIA Y SUPERVISIÓN CONJUNTA DE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" Y DE "LA ENTIDAD" EN TODOS Y CADA UNO DE LOS ESTUDIOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS.

a) ESTUDIO CUALITATIVO.

OBJETIVO GENERAL	EXPLORATORIO DE IMAGEN, SATISFACCIÓN Y SEGUIMIENTO PUBLICITARIO; ÚTIL PARA LA REALIZACIÓN DE LOS CUESTIONARIOS DE LA FASE CUANTITATIVA Y PARA LA GENERACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE ASPECTOS EMOCIONALES PARA LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	■ DETERMINAR LAS ASOCIACIONES RELACIONADAS CON PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA. ■ IDENTIFICAR LAS ASOCIACIONES CON LOS PRODUCTOS DE LA ENTIDAD. ■ DETERMINAR LA OPINIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS. ■ CONNOTACIONES POSITIVAS Y NEGATIVAS SOBRE LOS PRODUCTOS. ■ REACCIONES EMOCIONALES RELACIONADAS CON PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA Y SUS PRODUCTOS. ■ IDENTIFICAR FRENOS Y MOTIVACIONES PARA LA COMPRA DE LOS PRODUCTOS DE LA ENTIDAD. ■ IDENTIFICAR BENEFICIOS ASOCIADOS A LA COMPRA DE LOS PRODUCTOS. ■ DETERMINAR EL PERFIL PSICO-DEMOGRÁFICO DEL CONSUMIDOR DE CADA PRODUCTO DE PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA. ■ IDENTIFICAR NECESIDADES Y EXPECTATIVAS RELACIONADAS CON LOS PRODUCTOS Y QUE ESPERARÍA DE CADA UNO DE ELLOS. ■ IDENTIFICAR LOS ATRIBUTOS MÁS IMPORTANTES EN LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR DE CADA PRODUCTO. ■ CONOCE EL NIVEL DE SATISFACCIÓN OBTENIDO POR EL CONSUMIDOR DE CADA PRODUCTO. ■ DETERMINAR Y DETECTAR NICHOS DE MERCADO PARA NUEVOS PRODUCTOS EN LA CATEGORÍA. ■ EVALUACIÓN DE POSIBLES CONCEPTOS DE NUEVOS PRODUCTOS Y SU ACEPTACIÓN Y OPORTUNIDADES IDENTIFICANDO EL SEGMENTO DE MERCADO.
TIPO DE ESTUDIO	ANUAL.
MUESTREO 1	COSTO SESIÓN DE GRUPO DE ENTRE 8 Y 10 PARTICIPANTES UNITARIO EN D.F.
MUESTREO 2	COSTO SESIÓN DE GRUPO UNITARIO DE ENTRE 8 Y 10 PARTICIPANTES EN OTRAS PLAZAS.

b) ESTUDIO CUANTITATIVO.

OBJETIVO GENERAL	DETERMINAR LOS HÁBITOS, LA SEGMENTACIÓN, MEDIOS Y PERFIL DEL CONSUMIDOR, PARA LA DETECCIÓN DE PROPUESTAS, OPORTUNIDADES, CREACIÓN DE SEGMENTACIÓN PARA LOS PRODUCTOS ACTUALES Y NUEVOS PRODUCTOS, ASÍ COMO OPORTUNIDADES DE NEGOCIO PARA PAP.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	■ IDENTIFICAR LOS PERFILES PSICOGRÁFICOS DE LOS CONSUMIDORES Y NO CONSUMIDORES DE PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA. ■ DETERMINAR LOS ESTILOS DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES Y NO CONSUMIDORES DE PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA. ■ IDENTIFICAR LOS SEGMENTOS DE LOS CONSUMIDORES Y DETERMINAR LAS VARIABLES QUE LOS DEFINEN Y QUE GENERAN SU TIPOLOGÍA. ■ IDENTIFICAR QUE TIPO DE RELACIÓN TIENEN LAS PERSONAS CON PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA. ■ CONOCER QUE PIENSAN LAS PERSONAS SOBRE LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE ESTE TIPO DE JUEGOS. ■ USOS Y HÁBITOS DE LOS USUARIOS Y NO USUARIOS DE JUEGOS DE AZAR. ■ CUÁLES JUEGOS DE AZAR, SORTEOS Y CONCURSOS CONOCE Y CUÁLES JUEGA. ■ QUE HARÍAN CON LOS PREMIOS QUE GANEN. ■ CONOCER QUE PIENSAN LAS PERSONAS QUE SE HACE CON EL DINERO DE LAS APORTACIONES PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA. ■ IDENTIFICAR EL USO QUE TIENEN LAS PERSONAS (DE ACUERDO A SU PERFIL) DE LOS DIVERSOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ■ DETECTAR LA FRECUENCIA DE USO DE CADA MEDIO. ■ CONOCER EL TIPO DE ESTACIONES DE RADIO, TIPO DE PELÍCULAS, CANALES DE TELEVISIÓN, PERIÓDICOS, REVISTAS QUE ACOSTUMBRAN VER O CONSULTAR LAS PERSONAS (DE ACUERDO A SU SEGMENTO Y PERFIL). ■ CREACIÓN Y ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO PROYECTIVO DE ACUERDO A OPORTUNIDADES PARA CADA PRODUCTO.
TIPO DE ESTUDIO	ANUAL.
MUESTREO 1	1,300 ENTREVISTAS A USUARIOS Y NO USUARIOS DE LOS PRODUCTOS DE PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA Y CONSUMIDORES Y NO CONSUMIDORES DE LA CATEGORÍA DE JUEGOS SORTEOS Y CONCURSOS, EN LAS PRINCIPALES PLAZAS DE LA REPÚBLICA MEXICANA. MÉXICO, D.F. (500), MONTERREY, N.L. (300), GUADALAJARA, JAL. (250), HERMOSILLO, SONORA. (250). HOMBRES Y MUJERES ENTRE 18 Y 55 AÑOS. NIVEL SOCIOECONÓMICO B/C/D
TIEMPO APROXIMADO DE DURACIÓN DE ENCUESTA	60 MINUTOS.
TIEMPO ESTIMADO DE REALIZACIÓN	8 SEMANAS.

5: PRODUCCIÓN DE AUDIOVISUALES, COPIADO, RADIO Y FOTOGRAFÍA.

1.- PRODUCCIÓN DE COMERCIALES DE TV Y/O CINE:

"LA ENTIDAD" REQUIERE LA PRODUCCIÓN DE AUDIOVISUALES COMO SON COMERCIALES DE TV Y CINE, ADEMÁS LA PRODUCCIÓN DE COMERCIALES PARA RADIO Y FOTOGRAFÍAS PARA MATERIAL IMPRESO.

PARA LA PRODUCCIÓN DE COMERCIALES DE TV Y CINE "LA ENTIDAD" PRETENDE OBTENER UN DESARROLLO Y PROCESO DE PRODUCCIÓN ADECUADO DESDE LA SELECCIÓN DE CASAS PRODUCTORAS CALIFICADAS Y LA ESTRICTA SUPERVISIÓN DE CADA UNA DE LAS ETAPAS DE LOS PROCESOS, HASTA LA CULMINACIÓN DE LOS PROYECTOS A ENTERA SATISFACCIÓN DE "LA ENTIDAD".

"LA ENTIDAD" PODRÁ CONTAR EN CADA UNO DE LOS PROYECTOS, CON UN ASESOR DE PRODUCCIÓN QUE TRABAJARÁ CONJUNTAMENTE CON "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" Y LA CASA PRODUCTORA, CON EL FIN DE EFICIENTAR LOS RECURSOS ECONÓMICOS Y DE CALIDAD, ASÍ COMO DEL PROCESO MISMO DE LAS PRODUCCIONES DE COMERCIALES DE TELEVISIÓN Y CINE DE CADA PROYECTO.

OBJETIVOS DEL PROCESO

DEBIDO A LA COMPLEJIDAD QUE IMPLICA LA PRODUCCIÓN DE COMERCIALES, LA NECESIDAD DE UN PROCESO ES INMINENTE PARA LA OBTENCIÓN DE RESULTADOS EFICIENTES. EL PROCESO QUE AQUÍ SE PRESENTA TIENE DOS OBJETIVOS PRINCIPALES:

- MANEJO EFICAZ POSIBLE DE TODOS LOS PASOS REQUERIDOS PARA PRODUCIR UN COMERCIAL.
- PRODUCIR EL COMERCIAL DE FORMA EFECTIVA PARA QUE LOGRE TODO SU POTENCIAL DE VENTA.

EN SÍNTESIS, LA IDEA DETRÁS DEL USO DE ESTE PROCESO ES ASEGURAR QUE EL COMERCIAL SERÁ CAPAZ DE COMUNICAR CLARAMENTE LOS BENEFICIOS ESTRATÉGICOS DE LA MARCA O PRODUCTO ASÍ COMO HACERLO DE UNA MANERA MUY CONVINCENTE PARA EL CONSUMIDOR.

CONSIDERACIONES EN LO REFERENTE AL DESARROLLO Y PROCESO DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN Y/O CINE:

PARA LLEVAR A CABO EL PROCESO DE PRODUCCIÓN, "LA ENTIDAD" TIENE LA OPCIÓN DE CONTRATAR LOS SERVICIOS DE UNA FIRMA O UN EXPERTO EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE COMERCIALES PARA QUE LE DE APOYO Y SUPERVISE EL DESARROLLO DEL PROCESO.

CON RESPECTO A LAS EDICIONES O ADAPTACIONES ADICIONALES DE COMERCIALES DE TELEVISIÓN Y/O CINE YA PRODUCIDOS; EN CADA CASO SE DETERMINARÁ LA NECESIDAD DE TENER TRES PROPUESTAS O DESARROLLARLAS DIRECTAMENTE CON LA CASA PRODUCTORA QUE REALIZÓ LA VERSIÓN ORIGINAL.

ES IMPORTANTE ESTABLECER QUE A PESAR DE QUE LA CASA PRODUCTORA ADQUIERE UNA SERIE DE RESPONSABILIDADES Y SE COMPROMETE A LLEVAR A CABO LA PRODUCCIÓN DEL COMERCIAL DE ACUERDO A ESTE PROCESO, "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" SIGUE SIENDO EL ÚLTIMO RESPONSABLE DE LOS RESULTADOS ANTE "LA ENTIDAD". ES "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" QUIEN CONTRATA A LA CASA PRODUCTORA Y POR LO TANTO RESPONSABLE DE SU DESEMPEÑO.

EL PROCESO DE PRODUCCIÓN QUE SE SEGUIRÁ EN TODA LA PRODUCCIÓN DE COMERCIALES DE TELEVISIÓN Y/O CINE SERÁ EL SIGUIENTE:

- DESARROLLO CREATIVO
- PLANEACIÓN DE LA PRODUCCIÓN
- SELECCIÓN
- PRE-PRODUCCIÓN
- PRODUCCIÓN
- POST-PRODUCCIÓN

2.-PARA LA PRODUCCIÓN DE PELÍCULAS Ó PROGRAMAS DE TELEVISIÓN SE CONSIDERARÁ LO SIGUIENTE:

"LA ENTIDAD" PODRÁ CONTAR EN CADA UNO DE LOS PROYECTOS, CON UN ASESOR DE PRODUCCIÓN QUE TRABAJARÁ CONJUNTAMENTE CON "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" Y LA CASA PRODUCTORA, CON EL FIN DE EFICIENTAR LOS RECURSOS ECONÓMICOS Y DE CALIDAD, ASÍ COMO DEL PROCESO MISMO DE LAS PRODUCCIONES DE PELÍCULAS Y PROGRAMAS DE TELEVISIÓN.

EL MISMO PROCESO QUE SE USARÁ PARA LA PRODUCCIÓN DE COMERCIALES DE TELEVISIÓN Y/O CINE SE UTILIZARÁ PARA LA PRODUCCIÓN DE PELÍCULAS Y PROGRAMAS DE TELEVISIÓN.

3.- PRODUCCIÓN DE RADIO.

SPOTS DE RADIO DE 20 SEGUNDOS.

4.- SESIONES FOTOGRÁFICAS DE ESTUDIO.

REALIZACIÓN DE FOTOGRAFIA.

5.- EL PAGO DE REGALÍAS:

PARA COMERCIALES DE TELEVISIÓN, CINE, RADIO, FOTOGRAFÍAS, PELÍCULAS Y PROGRAMAS DE TELEVISIÓN, EN CASO DE UTILIZACIÓN DE TALENTO ARTÍSTICO, EL COSTO DE PRODUCCIÓN DEBERÁ CUBRIR LAS REGALÍAS DE LOS PRIMEROS SEIS MESES A PARTIR DE LA FECHA DE PRIMERA EMISIÓN.

EN CASO DE QUE SE UTILIZARAN LAS PRODUCCIONES ANTERIORES DESPUÉS DE LOS SEIS MESES, "LA ENTIDAD" DEBERÁ CUBRIR A "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" LAS REGALÍAS PARA EL TALENTO ARTÍSTICO QUE SE UTILICE, PARA TAL EFECTO ESTÁ ULTIMA DEBERÁ DESGLOSAR EN EL PAGO DE LA PRODUCCIÓN ORIGINAL EL COSTO GENERADO POR REGALIAS.

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ ENTREGAR A "LA ENTIDAD" UN DOCUMENTO EN EL QUE LIBERE A "LA ENTIDAD" DE CUALQUIER RECLAMACIÓN U OBLIGACIÓN DE CUBRIR EL PAGO DE REGALÍAS AL TALENTO ARTÍSTICO UNA VEZ QUE "LA ENTIDAD" HAYA CUBIERTO DICHO PAGO A "EL PRESTADOR DE SERVICIOS".

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERA ENTREGAR DICHO DOCUMENTO EN EL QUE LA PRODUCTORA LIBRE DE RESPONSABILIDAD A "LA ENTIDAD" UNA VEZ QUE ESTA REALICE EL SERVICIO SOLICITADO.

6.- COPIADO:
COPIADO DE AUDIOVISUALES Y RADIO EN FORMATOS VHS, AUDIO CASETTE, D3, BETACAM DIGITAL SP, DVD, CD, COPIA COMPUESTA 35MM, DAT Y CD EN MPEG; CADA PRODUCCIÓN DE AUDIOVISUAL TENDRÁ SUS CARACTERÍSTICAS ESPECIFICAS QUE PUEDEN VARIAR SUS COSTOS.

RUBRO 6: PRODUCCIÓN DE CAMPAÑA BTL

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" PRESENTARÁ CADA VEZ QUE "LA ENTIDAD" REQUIERA UNA CAMPAÑA BTL, UNA RELACIÓN DE AL MENOS TRES AGENCIAS DE PROMOCIÓN QUE PUEDAN IMPLEMENTAR CAMPAÑAS DE ESTE TIPO, PARA QUE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" SE APOYE DE LA QUE OFREZCA LAS MEJORES CONDICIONES PARA "LA ENTIDAD". LAS AGENCIAS DE PROMOCIÓN DEBERÁN PRESENTAR SUS PROPUESTAS EN BASE A LA ESTRATEGIA DESARROLLADA POR "EL PRESTADOR DE SERVICIOS", LA CUAL DETALLARA LOS SERVICIOS REQUERIDOS PARA LLEVAR A CABO LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA EN CUESTIÓN.

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" RECOMENDARÁ A "LA ENTIDAD" EL PROVEEDOR IDEAL PARA LA PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS BTL QUE SE SOLICITEN, PERO "LA ENTIDAD" DECIDIRÁ CON QUE PROVEEDOR (CON BASE EN LAS PROPUESTAS) SE APOYARÁ "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" PARA LA ELABORACIÓN DE LOS MISMOS.

"SE DETERMINA CAMPAÑA BTL TODA AQUELLA ACTIVIDAD PUBLICITARIA Y PROMOCIONAL, DIRIGIDA A ESTAR EN CONTACTO CON EL CONSUMIDOR DE MANERA DIRECTA O INDIRECTA".

"LA ENTIDAD" REQUIERE EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS TIPO BTL PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE SUS MARCAS Y PRODUCTOS, A CONTINUACIÓN SE ENLISTA EL TIPO DE SERVICIOS QUE SE REQUIEREN.

1. DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PROMOCIONALES NACIONALES PARA CUALQUIER PRODUCTO O SERVICIO
2. DESARROLLO DE CAMPAÑAS PROMOCIONALES DIRIGIDAS A SEGMENTOS ESPECÍFICOS.
3. DESARROLLO DE CONCEPTOS CREATIVOS PROMOCIONALES DE CUALQUIER CATEGORÍA.
4. IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS PROMOCIONALES NACIONALES
5. IMPLEMENTACIÓN DE ACTIVIDAD EN CUALQUIER FORMATO COMERCIAL PARA CUALQUIER CATEGORÍA DE PRODUCTO O SERVICIO.
6. DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE PATROCINIOS
7. DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE CUALQUIER LANZAMIENTO DE MARCA EN CUALQUIER CATEGORÍA.
8. DESARROLLO DE MUESTREO, MISTERY SHOPPER, DEGUSTACIONES, LOCALES, REGIONALES Y NACIONALES.
9. DESARROLLO DE ACTIVIDADES URBANAS PROMOCIONALES PARA CUALQUIER MUNICIPIO, DELEGACIÓN O ESTADO.
10. TRAMITE DE PERMISOS PARA EVENTOS MASIVOS EN VÍA PÚBLICA DE CUALQUIER DELEGACIÓN, MUNICIPIO O ESTADO.

11. PRODUCCIÓN, DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE EQUIPOS DE INSTALACIÓN, BASE DE DATOS, UBICACIONES DE COMERCIOS DE CUALQUIER CATEGORÍA.
12. CREACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE BASES DE DATOS DE CUALQUIER PRODUCTO, MARCA O SERVICIO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL
13. DESARROLLO DE SITIOS DE INTERNET, Y CUALQUIER MEDIO ELECTRÓNICO DESTINADO A LOGRAR UNA COMUNICACIÓN CON ALGÚN GRUPO OBJETIVO
14. DESARROLLO DE DISPLAY, STANDS, Y CUALQUIER HERRAMIENTA PUBLICITARIA QUE REQUIERA CONSTRUCCIÓN
15. DESARROLLO DE DISEÑO EN TODAS SUS CATEGORÍAS
16. DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE EVENTOS MASIVOS SIN IMPORTAR EL NUMERO DE AUDIENCIA NI EL TEMA A REFERIR
17. DESARROLLO, PRODUCCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE MATERIALES IMPRESOS
18. CONTRATACIÓN DE EDECANES, GIOS, DEMOSTRADORAS, PROMOTORES, DESARROLLADORES, ASESORES Y PERSONAL PARA CUALQUIER SEGMENTO Y/O ACTIVIDAD
19. PRODUCCIÓN DE SERVICIOS FOTOGRÁFICOS PARA PRODUCTO, COMIDA, EMPAQUE, HUMANO Y TODOS AQUELLOS QUE SEAN NECESARIOS PARA LOGRAR COMPLETAR UNA CAMPAÑA
20. RETOQUES ELECTRÓNICOS DE LAS TOMAS FOTOGRÁFICAS ANTES MENCIONADAS
21. DESARROLLO Y FABRICACIÓN DE UNIFORMES
22. CREATIVIDAD, DESARROLLO Y PRODUCCIÓN DE JINGLES MUSICALES PARA CUALQUIER CATEGORÍA EN CUALQUIER IDIOMA.
23. RENTA DE EQUIPO PROFESIONAL DE AUDIO, AMBIENTACIÓN, VIDEO, ANIMACIÓN, PIROTECNIA.
24. DESARROLLO Y FABRICACIÓN DE PROTOTIPOS IMPRESOS, DISPLAY, STAND O ALGÚN OBJETO QUE NECESITE SER REPRODUCIDO A ESCALA O A TAMAÑO NATURAL.
25. RECLUTAMIENTO, CONTRATACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL EXTERNO.

RUBRO 7: PRODUCCIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES Y PUBLICITARIOS.

"LA ENTIDAD" REQUIERE LA PRODUCCIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES Y PUBLICITARIOS COMO ES LA IMPRESIÓN Y/O FABRICACIÓN DE MATERIALES PUNTO DE VENTA, MATERIALES IMPRESOS, ROPA PROMOCIONAL, ARTÍCULOS PROMOCIONALES, ROTULACIÓN DE VEHÍCULOS, PUBLICIDAD INTERNA DENTRO DE LAS INSTALACIONES DE "LA ENTIDAD" Y PERSONAJE.

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ DE PRESENTAR CUANDO MENOS TRES PROPUESTAS DE PROVEEDORES QUE DEMUESTREN EXPERIENCIA EN CADA UNA DE LAS ESPECIALIDADES DESCRITAS ANTERIORMENTE, DEMOSTRABLE A TRAVÉS DE UN CURRICULUM DE LAS AGENCIAS DE INVESTIGACIÓN EN EL MOMENTO DE QUE SE REQUIERA EL SERVICIO.

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" RECOMENDARÁ A "LA ENTIDAD" EL PROVEEDOR IDEAL PARA LA PRODUCCIÓN, IMPRESIÓN Y/Ó FABRICACIÓN DE LOS MATERIALES QUE SE SOLICITEN, PERO "LA ENTIDAD" DECIDIRÁ QUE PROVEEDOR (CON BASE EN LAS PROPUESTAS Y EL CUADRO COMPARATIVO), SE APOYARA "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" PARA LA ELABORACIÓN DE LOS MISMOS; "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ APOYARSE EN LOS PROVEEDORES QUE OFREZCAN LAS MEJORES CONDICIONES PARA "LA ENTIDAD".

LOS PRECIOS PARA LA PRODUCCIÓN, IMPRESIÓN Y/Ó FABRICACIÓN SE DETERMINARÁ EN EL MOMENTO EN EL QUE SE SOLICITE EL SERVICIO YA QUE ESTE DEPENDE DE LAS CARACTERÍSTICAS, TIEMPOS Y VOLÚMENES.

PARA LA PRODUCCIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES Y PUBLICITARIOS, SE CONSIDERARA COMO MATERIAL TIPO AQUELLOS QUE YA HAYA PRODUCIDO.

CUARTA.- [APROBACIÓN Y VERIFICACIÓN DEL SERVICIO]: "LA ENTIDAD" SE RESERVA EL DERECHO DE APROBAR LA CALIDAD DEL SERVICIO Y EN CONSECUENCIA LA FACULTAD DE REQUERIR A ÉSTE LA CORRECCIÓN, RECTIFICACIÓN O REELABORACIÓN DEL SERVICIO, A EFECTO DE QUE SATISFAGA LOS REQUERIMIENTOS DE "LA ENTIDAD" DE ACUERDO A LO SIGUIENTE:

EN CASO DE QUE LOS BIENES Y/O SERVICIOS PRESENTEN FALLAS DE CALIDAD O CUMPLIMIENTO DE LAS ESPECIFICACIONES ESTABLECIDAS EN LA CONVOCATORIA, EN ANEXO TÉCNICO ASÍ COMO EN EL ACTA DE LA JUNTA DE ACLARACIONES Y EN EL PRESENTE CONTRATO, "LA ENTIDAD" PODRÁ EXIGIR A "EL

PRESTADOR DE SERVICIOS" QUE LLEVE A CABO LA SUSTITUCIÓN INMEDIATA DE LOS BIENES O SERVICIOS AL SIGUIENTE DÍA HÁBIL DE LA NOTIFICACIÓN, SIN QUE ESTOS IMPLIQUEN SU MODIFICACIÓN.

EN CASO DE QUE NO LLEVE A CABO LA SUSTITUCIÓN QUE LE EXIJA O BIEN EN EL SUPUESTO DE MANIFESTAR LA IMPOSIBILIDAD "LA ENTIDAD" PODRÁ SOLICITAR EL BIEN O SERVICIO A UN TERCERO CON CARGO A "EL PRESTADOR DE SERVICIOS".

"LA ENTIDAD" PODRÁ SOLICITAR DIRECTAMENTE O A TRAVÉS DE TERCEROS, A "EL PRESTADOR DE SERVICIOS", LA VERIFICACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS A FIN DE ACREDITAR EL DEBIDO CUMPLIMIENTO DEL PRESENTE CONTRATO.

PARA LA ACEPTACIÓN DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS SOLICITADOS, EL ÁREA USUARIA VERIFICARÁ EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES ESTABLECIDAS EN LA CONVOCATORIA DE LICITACIÓN, EL ANEXO TÉCNICO DE "LA ENTIDAD", EL ACTA DE LA JUNTA DE ACLARACIONES Y LA PROPOSICIÓN TÉCNICA Y ECONÓMICA DE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" CONTRA LOS BIENES Y SERVICIOS QUE PROPORCIONE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" QUIEN MANIFIESTA SU CONFORMIDAD DE QUE HASTA EN TANTO NO SE CUMPLA CON ESTOS, NO SE TENDRÁN POR RECIBIDOS O ACEPTADOS, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 55-A DEL REGLAMENTO DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR DE PÚBLICO.

QUINTA.- [PRECIO CONVENIDO]: EL PRESENTE CONTRATO ES ABIERTO, AMBAS PARTES CONVIENEN QUE "LA ENTIDAD", DE CONFORMIDAD AL ARTÍCULO 47, FRACCIÓN I DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO PAGARÁ A "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" COMO CONTRAPRESTACIÓN POR LOS SERVICIOS OBJETO DE ESTE CONTRATO, UNA CANTIDAD MÍNIMA QUE PODRÁ SER INCREMENTADA HASTA POR EL MONTO QUE SE SEÑALA A CONTINUACIÓN, CONFORME A LAS NECESIDADES DE "LA ENTIDAD":

PARA 2009

- **I) LA CANTIDAD MÍNIMA DE** $ **_____, MÁS EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, CORRESPONDIENTE A "LA CONTRAPRESTACIÓN MÍNIMA"; Y HASTA**

- II) LA CANTIDAD MÁXIMA DE **$_____,** MÁS EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, CORRESPONDIENTE A "LA CONTRAPRESTACIÓN MÁXIMA".

PARA 2010

- **I) LA CANTIDAD MÍNIMA DE** $ **_____, MÁS EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, CORRESPONDIENTE A "LA CONTRAPRESTACIÓN MÍNIMA"; Y HASTA**

- II) LA CANTIDAD MÁXIMA DE **$_____-,** MÁS EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, CORRESPONDIENTE A "LA CONTRAPRESTACIÓN MÁXIMA".

PARA 2011

- **I) LA CANTIDAD MÍNIMA DE** $ **_____, MÁS EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, CORRESPONDIENTE A "LA CONTRAPRESTACIÓN MÍNIMA"; Y HASTA**

- II) LA CANTIDAD MÁXIMA DE **$_____-,** MÁS EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, CORRESPONDIENTE A "LA CONTRAPRESTACIÓN MÁXIMA".

PARA 2012

- **I) LA CANTIDAD MÍNIMA DE** $ **_____, MÁS EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, CORRESPONDIENTE A "LA CONTRAPRESTACIÓN MÍNIMA"; Y HASTA**

- II) LA CANTIDAD MÁXIMA DE **$_____-,** MÁS EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, CORRESPONDIENTE A "LA CONTRAPRESTACIÓN MÁXIMA"

LAS PARTES ACUERDAN EN DENOMINAR CONJUNTAMENTE A LAS CANTIDADES ANTES MENCIONADAS COMO "LA CONTRAPRESTACIÓN".

TOMANDO EN CONSIDERACIÓN LOS PRECIOS UNITARIOS A QUE HACE REFERENCIA LA PROPOSICIÓN ECONÓMICA DE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" Y QUE SE TRANSCRIBE A CONTINUACIÓN:

LISTA DE PRECIOS UNITARIOS: ----------.

EN LOS PRECIOS UNITARIOS" QUEDAN CONSIDERADOS TODOS LOS MATERIALES, HONORARIOS Y GASTOS REQUERIDOS POR "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" PARA LA REALIZACIÓN DE LOS TRABAJOS ENCOMENDADOS, POR LO CUAL NO PODRÁN SER MODIFICADOS BAJO NINGUNA CONDICIÓN, A EXCEPCIÓN DE LO PREVISTO EN LA CLAUSULA DÉCIMA CUARTA.

SEXTA.- **[FORMA DE PAGO]:** LOS PAGOS SE EFECTUARÁN EN MENSUALIDADES VENCIDAS EN MONEDA NACIONAL Y SERÁN VARIABLES DEPENDIENDO DE LOS SERVICIOS RECIBIDOS.

EL PAGO SE REALIZARÁ DENTRO DE LOS 15 DÍAS NATURALES CONTADOS A PARTIR DEL DÍA EN QUE SE TOME A REVISIÓN EL COMPROBANTE FISCAL, UNA VEZ RECIBIDO A ENTERA SATISFACCIÓN DEL SERVICIO, PREVIO VISTO BUENO DEL ÁREA USUARIA.

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" SE OBLIGA A EXPEDIR UN COMPROBANTE FISCAL POR CADA UNO DE LOS PAGOS QUE SE LE CUBRAN, CON LOS REQUISITOS EXIGIDOS POR LAS LEYES FISCALES Y A NOMBRE DE "LA ENTIDAD".

"UNA VEZ QUE "LA ENTIDAD" APRUEBE Y ACEPTE EL COMPROBANTE FISCAL RESPECTIVO DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL PÁRRAFO ANTERIOR, SE EFECTUARÁ EL PAGO MEDIANTE TRANSFERENCIA VÍA ELECTRÓNICA, A LA CUENTA QUE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" PROPORCIONE A "LA ENTIDAD" (EXCEPTO EN LOS BANCOS IXE Y BANORTE), O, EN LAS CAJAS DE PAGO DE "LA ENTIDAD" UBICADAS EN LA AVENIDA INSURGENTES SUR, NÚMERO 1397, COLONIA INSURGENTES MIXCOAC, DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ, C.P. 03920, MÉXICO, DISTRITO FEDERAL.

ÚNICAMENTE A SOLICITUD POR ESCRITO Y DENTRO DE LOS 60 DIAS POSTERIORES A LA PUBLICACIÓN EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN, "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" PODRA SOLICITAR UN INCREMENTO EN EL PRECIO UNITARIO, DE ACUERDO AL INCREMENTO DEL ÍNDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR DE LOS AÑOS 2009, 2010, Y 2011 PUBLICADOS POR EL BANCO DE MÉXICO, SEGÚN CORRESPONDA A LOS EJERCICIOS 2010, 2011 Y 2012 LOS CUALES APLICARÁN A PARTIR DEL SIGUIENTE DÍA NATURAL DE LA FECHA DE FORMALIZACIÓN DEL CONVENIO MODIFICATORIO.

"LA ENTIDAD" MANIFIESTA SU CONFORMIDAD PARA QUE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" PUEDA CEDER SUS DERECHOS DE COBRO A FAVOR DE UN INTERMEDIARIO FINANCIERO MEDIANTE OPERACIONES DE FACTORAJE O DESCUENTO ELECTRÓNICO EN CADENAS PRODUCTIVAS.

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" PRESENTARÁ A MÁS TARDAR EN UN PLAZO NO MAYOR A QUINCE DÍAS NATURALES SIGUIENTES AL CIERRE DEL PRESENTE EJERCICIO DEL AÑO EN CURSO, LA FACTURA CORRESPONDIENTE AL ÚLTIMO MES DEL SERVICIO PRESTADO, LO MISMO APLICARA PARA LOS SUBSECUENTES EJERCICIOS POR LO CUAL "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBERÁ PRESENTAR EN UN PLAZO NO MAYOR A QUINCE DIAS NATURALES SIGUIENTES AL CIERRE DEL EJERCICIO QUE CORRESPONDA, LA FACTURA POR LOS SERVICIOS PRESTADOS EL ÚLTIMO MES .

SÉPTIMA.- **[GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO]:** "EL PRESTADOR DE SERVICIOS", SE OBLIGA A PRESENTAR UNA FIANZA POR LA CANTIDAD DE $**---------- (---------- PESOS 00/100 M.N.)** CORRESPONDIENTE AL 10% (DIEZ POR CIENTO) DEL MONTO DE LA CONTRAPRESTACIÓN ANTES DEL I.V.A. CON EL OBJETO DE GARANTIZAR EL CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" PODRA PRESENTAR LA GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO POR EL MONTO TOTAL DE TODOS LOS EJERCICIOS QUE COMPRENDEN LA VIGENCIA DEL PRESENTE CONTRATO O POR EL PORCENTAJE QUE CORRESPONDA DEL MONTO TOTAL POR EROGAR EN EL EJERCICIO FISCAL DE QUE SE TRATE, Y RENOVAR PARA CADA EJERCICIO POR EL MONTO A EROGAR EN EL MISMO; "LA ENTIDAD" ACCEDE A QUE NO SE SUSTITUYA LA GARANTÍA OTORGADA EN EL PRIMER EJERCICIO, SIEMPRE Y CUANDO CONTINÚE VIGENTE Y SU IMPORTE MANTENGA LA MISMA PROPORCIÓN QUE LA DEL PRIMER EJERCICIO, EN RELACIÓN AL MONTO POR EROGAR EN CADA EJERCICIO SUBSECUENTE DE CONFORMIDAD

CON LOS ARTICULO 58-A DEL REGLAMENTO DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMINETOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO

LA FIANZA DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO, DEBERÁ PRESENTARSE A "LA ENTIDAD", DENTRO DE LOS DIEZ DÍAS CALENDARIO SIGUIENTES, A LA FIRMA DEL PRESENTE CONTRATO Y ESTARÁ EN VIGOR DURANTE LA VIGENCIA DEL MISMO, HASTA QUE SE CORRIJAN LOS DEFECTOS, LOS VICIOS OCULTOS Y SE SATISFAGAN LAS OBLIGACIONES NO CUMPLIDAS.

EL PRESTADOR DE SERVICIOS" SE OBLIGA A EXHIBIR LA FIANZA RESPECTIVA, CONTRATADA CON UNA INSTITUCIÓN DEBIDAMENTE AUTORIZADA POR LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO.

DICHA FIANZA DEBERÁ CONTENER LAS SIGUIENTES ESPECIFICACIONES: QUE LA FIANZA SE OTORGA ATENDIENDO A TODAS LAS ESTIPULACIONES CONTENIDAS EN EL CONTRATO Y SUS ANEXOS, POR LO QUE GARANTIZA LA TOTAL ENTEGA DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS OBJETO DEL PRESENTE CONTRATO; QUE LA FIANZA SE OTORGA DE CONFORMIDAD CON LOS ARTICULOS 48 FRACCIÓN I Y ULTIMO PARRAFO, Y 49 FRACCIÓN II DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMINETOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO Y DEMÁS NORMATIVIDAD APLICABLE EN LOS TÉRMINOS DEL PRESENTE CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS, Y SE HARÁ EFECTIVA CUANDO "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" NO CUMPLA CON LAS OBLIGACIONES ESTABLECIDAS EN EL CONTRATO O INCURRA EN ALGUNO O ALGUNOS DE LOS SUPUESTOS DE INCUMPLIMIENTO ESTABLECIDOS EN EL CONTRATO.

LA FIANZA CONTINUARÁ VIGENTE EN CASO DE DEFECTOS Y/O RESPONSABILIDADES HASTA QUE SE CORRIJAN LOS DEFECTOS Y SE SATISFAGAN LAS RESPONSABILIDADES, QUE LA MISMA CONTINUARÁ VIGENTE EN CASO DE QUE SE OTORGUE PRÓRROGA AL CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO, ASÍ COMO DURANTE LA SUBSTANCIACIÓN DE TODOS LOS RECURSOS LEGALES O JUICIOS QUE SE INTERPONGAN Y HASTA QUE SE DICTE RESOLUCIÓN DEFINITIVA POR AUTORIDAD COMPETENTE, SALVO QUE LAS PARTES SE OTORGUEN EL FINIQUITO.

QUE LA AFIANZADORA ACEPTA EXPRESAMENTE SOMETERSE A LOS PROCEDIMIENTOS DE EJECUCIÓN PREVISTOS EN LA LEY FEDERAL DE INSTITUCIONES DE FIANZAS PARA LA EFECTIVIDAD DE LAS FIANZAS, AÚN PARA EL CASO DE QUE PROCEDIERA EL COBRO DE INTERESES, CON MOTIVO DEL PAGO EXTEMPORÁNEO DEL IMPORTE DE LA PÓLIZA DE LA FIANZA REQUERIDA. LA FIANZA REFERIDA SOLO PODRÁ CANCELARSE CON AUTORIZACIÓN EXPRESA Y POR ESCRITO DE "LA ENTIDAD", ASÍ COMO LAS DEMÁS QUE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO ESTABLEZCA; QUE TODA ESTIPULACIÓN QUE APAREZCA IMPRESA POR FORMATO POR PARTE DE LA AFIANZADORA QUE CONTRAVENGAN LAS ESTIPULACIONES ASENTADAS EN DICHA FIANZA SE CONSIDERARÁN COMO NO PUESTAS, LA AFIANZADORA ACEPTA SOMETERSE EXPRESAMENTE A LA JURISDICCIÓN DE LOS TRIBUNALES FEDERALES DE LA CIUDAD DE MÉXICO, DISTRITO FEDERAL RENUNCIANDO A LA QUE PUDIERA CORRESPONDERLE POR RAZÓN DE SU DOMICILIO PRESENTE O FUTURO O POR CUALQUIER OTRA CAUSA.

ESTA GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO PODRÁ SER CANCELADA UNICAMENTE, MEDIANTE MANIFESTACIÓN EXPRESA Y POR ESCRITO DE "LA ENTIDAD" CUANDO EL PROVEEDOR HAYA CUMPLIDO CON TODAS LÑAS OBLIGACIONES QUE SE DERIVEN DEL CONTRATO QUE GARANTIZA

OCTAVA.- **[PENA CONVENCIONAL]:** EN CASO DE QUE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" INCURRA EN INCUMPLIMIENTO DE CUALESQUIERA DE SUS OBLIGACIONES ESPECIFICADAS EN ESTE CONTRATO, CUBRIRÁ A "LA ENTIDAD" (EN CADA OCASIÓN EN QUE SE ACTUALICE EL INCUMPLIMIENTO) EL 1% (UNO POR CIENTO) DE LOS SERVICIOS NO PROPORCIONADOS, POR CADA DÍA DE ATRASO, EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES PACTADAS EN ESTE INSTRUMENTO, HASTA LLEGAR AL 10% DEL MONTO MAXIMO, A TÍTULO DE PENA CONVENCIONAL.

"LA ENTIDAD" NOTIFICARÁ POR ESCRITO A "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" LAS PENALIZACIONES QUE EN SU CASO RESULTEN, LAS CUALES "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBE ENTERAR PREVIAMENTE AL PAGO DEL COMPROBANTE FISCAL, EN LA CAJA DE "LA ENTIDAD", YA SEA MEDIANTE EFECTIVO, CHEQUE CERTIFICADO O CHEQUE DE CAJA.

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" AUTORIZA A "LA ENTIDAD" A REALIZAR EL DESCUENTO DE LA CANTIDAD QUE SE ACUMULE POR CONCEPTO DE PENA CONVENCIONAL EN EL PAGO QUE SE LIBERE A FAVOR DE "EL

PRESTADOR DE SERVICIOS" POR CONCEPTO DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO OBJETO DE ESTE CONTRATO EN EL MES EN QUE SE PRODUZCA EL INCUMPLIMIENTO, PREVIA NOTIFICACIÓN POR ESCRITO AL "PRESTADOR DE SERVICIOS".

NOVENA.- **[TERMINACIÓN ANTICIPADA]:** "LA ENTIDAD" PODRÁ DAR POR TERMINADO ANTICIPADAMENTE EL CONTRATO POR CAUSAS DE INTERÉS GENERAL, O BIEN CAUSAS JUSTIFICADAS QUE EXTINGAN LA NECESIDAD DE REQUERIR LOS SERVICIOS OBJETO DE ESTE CONTRATO, ASIMISMO CUANDO SE DEMUESTRE QUE DE CONTINUAR CON EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES PACTADAS, SE PUDIERA OCASIONAR A "LA ENTIDAD" ALGÚN DAÑO O PERJUICIO, O CUANDO SE DETERMINE LA NULIDAD TOTAL O PARCIAL DE LOS ACTOS QUE DIERON ORIGEN AL CONTRATO, CON MOTIVO DE LA RESOLUCIÓN DE UNA INCONFORMIDAD EMITIDA POR LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA EN TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 66 DEL REGLAMENTO DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO.

DÉCIMA.- **[RESCISIÓN]:** EL INCUMPLIMIENTO DE CUALESQUIERA DE LAS OBLIGACIONES CONTRAÍDAS EN EL PRESENTE CONTRATO, SERÁ CAUSA DE RESCISIÓN DEL MISMO, SIN RESPONSABILIDAD ALGUNA PARA "LA ENTIDAD". PARA TAL EFECTO, "LA ENTIDAD" NOTIFICARÁ POR ESCRITO A "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" LA RESCISIÓN DEL CONTRATO, SIN NECESIDAD DE DECLARACIÓN JUDICIAL Y SIN PERJUICIO DE LA IMPOSICIÓN DE LA PENA CONVENCIONAL ESTIPULADA EN LA CLÁUSULA NOVENA.

EN EL SUPUESTO DE QUE "LA ENTIDAD" NOTIFIQUE A "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" LA RESCISIÓN DEL CONTRATO, EN LOS TÉRMINOS DEL PRIMER PÁRRAFO DE LA PRESENTE CLÁUSULA CONTRACTUAL, "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DISPONDRÁ DE UN PLAZO DE CINCO DÍAS HÁBILES CONTADOS A PARTIR DE QUE RECIBA LA NOTIFICACIÓN, PARA QUE EXPONGA, POR ESCRITO, LO QUE A SU DERECHO CONVENGA Y DE SER EL CASO, APORTE LAS PRUEBAS QUE ESTIME PERTINENTES.

TRANSCURRIDO EL TÉRMINO A QUE SE REFIERE EL PÁRRAFO ANTERIOR, LA DEPENDENCIA O ENTIDAD CONTARÁ CON UN PLAZO DE QUINCE DÍAS PARA RESOLVER, CONSIDERANDO LOS ARGUMENTOS Y PRUEBAS QUE HUBIERE HECHO VALER "EL PRESTADOR DE SERVICIOS". LA DETERMINACIÓN DE DAR O NO POR RESCINDIDO EL CONTRATO DEBERÁ SER DEBIDAMENTE FUNDADA, MOTIVADA Y COMUNICADA A "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DENTRO DE DICHO PLAZO.

CUANDO SE RESCINDA EL CONTRATO, SE FORMULARÁ EL FINIQUITO CORRESPONDIENTE, A EFECTO DE HACER CONSTAR LOS PAGOS QUE DEBA EFECTUAR "LA ENTIDAD" POR CONCEPTO DE LOS SERVICIOS PRESTADOS HASTA EL MOMENTO DE RESCISIÓN.

"LA ENTIDAD" PODRÁ RESCINDIR ADMINISTRATIVAMENTE EL PRESENTE CONTRATO EN CASO DE INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES A CARGO DE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" Y QUE SE CONTEMPLAN EN EL PRESENTE CONTRATO, OBSERVANDO LO ESTABLECIDO POR EL ARTÍCULO 54 DE LA LEY DE ADQUISICIONES ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO.

1.- CUANDO LOS TRABAJOS NO SE AJUSTEN A LO PACTADO EN EL PRESENTE CONTRATO Y SUS ANEXOS.

2.- SI "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" NO EJECUTA LOS TRABAJOS DE ACUERDO A LAS ESPECIFICACIONES EMITIDAS POR "LA ENTIDAD", SUJETÁNDOSE A LA ÉTICA PROFESIONAL Y EMPLEANDO LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS Y, A FALTA DE ELLOS, LOS GENERALMENTE ACEPTADOS.

3.- SI SUSPENDE INJUSTIFICADAMENTE LA EJECUCIÓN DE LOS TRABAJOS ENCOMENDADOS.

4.- SI NO REPITE, MODIFICA O CONTEMPLA LOS TRABAJOS QUE "LA ENTIDAD" NO ACEPTE POR DEFICIENTES.

LA RESCISIÓN EN LOS SUPUESTOS AQUÍ PREVISTOS OPERARÁ DE PLENO DERECHO.

EN CASO DE RESCISIÓN, LA APLICACIÓN DE LA GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO SERÁ PROPORCIONAL AL MONTO DE LAS OBLIGACIONES INCUMPLIDAS.

SI PREVIAMENTE A LA DETERMINACIÓN DE DAR POR RESCINDIDO EL CONTRATO, "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" PRESTARE LOS SERVICIOS EL PROCEDIMIENTO INICIADO QUEDARÁ SIN EFECTO, PREVIA ACEPTACIÓN Y VERIFICACIÓN DE "LA ENTIDAD" DE QUE CONTINÚA VIGENTE LA NECESIDAD DE LOS MISMOS, EN SU CASO, SE APLICARÁN LAS PENAS CONVENCIONALES CORRESPONDIENTES.

"LA ENTIDAD" PODRÁ DETERMINAR NO DAR POR RESCINDIDO EL PRESENTE CONTRATO, CUANDO DURANTE EL PROCEDIMIENTO ADVIERTA QUE LA RESCISIÓN DEL CONTRATO PUDIERA OCASIONAR ALGÚN DAÑO O AFECTACIÓN A LAS FUNCIONES QUE TIENE ENCOMENDADAS. EN ESTE SUPUESTO, "LA ENTIDAD" DEBE ELABORAR UN DICTAMEN EN EL CUAL JUSTIFIQUE QUE LOS IMPACTOS ECONÓMICOS O DE OPERACIÓN QUE SE OCASIONARÍAN CON LA RESCISIÓN DEL CONTRATO RESULTARÍAN MÁS INCONVENIENTES.

AL NO DAR POR RESCINDIDO EL CONTRATO, "LA ENTIDAD" ESTABLECERÁ CON "EL PRESTADOR DE SERVICIOS", OTRO PLAZO, QUE LE PERMITA SUBSANAR EL INCUMPLIMIENTO QUE HUBIERE MOTIVADO EL INICIO DEL PROCEDIMIENTO.

"LA ENTIDAD" PODRÁ ESTABLECER DEDUCCIONES AL PAGO DE SERVICIOS CON MOTIVO DEL INCUMPLIMIENTO PARCIAL O DEFICIENTE EN QUE PUDIERA INCURRIR "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" RESPECTO A LAS PARTIDAS O CONCEPTOS QUE INTEGRAN EL PRESENTE CONTRATO.

CUANDO POR MOTIVO DEL ATRASO EN LA ENTREGA DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS, O EL PROCEDIMIENTO DE RESCISIÓN SE UBIQUE EN UN EJERCICIO FISCAL DIFERENTE A AQUÉL EN QUE HUBIERE SIDO ADJUDICADO EL CONTRATO, "LA ENTIDAD" PODRÁ RECIBIR LOS SERVICIOS, PREVIA VERIFICACIÓN DE QUE CONTINÚA VIGENTE LA NECESIDAD DE LOS MISMOS Y SE CUENTA CON PARTIDA Y DISPONIBILIDAD PRESUPUESTARIA DEL EJERCICIO FISCAL VIGENTE, DEBIENDO MODIFICARSE LA VIGENCIA DEL CONTRATO CON LOS PRECIOS ORIGINALMENTE PACTADOS. CUALQUIER PACTO EN CONTRARIO A LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 54 DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS SE CONSIDERARÁ NULO.

NO OBSTANTE LO DISPUESTO, "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" NO ESTARÁ SUJETO A RESCISIÓN DEL CONTRATO POR INCUMPLIMIENTO EN EL CASO Y EN LA MEDIDA EN QUE EL INCUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES EN VIRTUD DEL CONTRATO SE DEBAN A UN EVENTO DE FUERZA MAYOR.

PARA LOS EFECTOS DE ESTA CLÁUSULA, SE ENTENDERÁ POR "FUERZA MAYOR" UNA SITUACIÓN INCONTROLABLE E IMPREVISIBLE POR "EL PRESTADOR DE SERVICIOS", QUE NO SE DEBA A UNA FALTA O NEGLIGENCIA SUYA.

SI SE PRESENTASE UNA SITUACIÓN DE FUERZA MAYOR, "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" NOTIFICARÁ A LA BREVEDAD Y POR ESCRITO A "LA ENTIDAD" SOBRE DICHA SITUACIÓN Y SUS CAUSAS. EXCEPTO CUANDO RECIBA INSTRUCCIONES EN SENTIDO CONTRARIO Y POR ESCRITO DE "LA ENTIDAD", "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" CONTINUARÁ CUMPLIENDO LAS OBLIGACIONES QUE LE IMPONGA EL CONTRATO EN LA MEDIDA EN QUE ESTO SEA RAZONABLEMENTE PRÁCTICO, Y TRATARÁ DE ENCONTRAR TODOS LOS MEDIOS ALTERNATIVOS PARA CUMPLIR QUE SEAN RAZONABLES Y NO QUEDEN EXCLUIDOS POR ESA SITUACIÓN DE FUERZA MAYOR.

DÉCIMA PRIMERA.- **[SUSPENSIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO]:** CUANDO LA SUSPENSIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO OBEDEZCA A CAUSAS IMPUTABLES A "LA ENTIDAD" PREVIA PETICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" PAGARÁ A "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" LOS GASTOS NO RECUPERABLES DURANTE EL TIEMPO QUE DURE DICHA SUSPENSIÓN, DE CONFORMIDAD A LO ESTABLECIDO POR LOS ARTÍCULOS 55 BIS SEGUNDO PARRAFO DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO Y 65 DE SU REGLAMENTO.

DICHOS GASTOS SERÁN AQUELLOS QUE SE GENEREN POR LA SUSPENSIÓN Y SIEMPRE QUE ESTÉN COMPROBADOS Y SE RELACIONEN DIRECTAMENTE CON EL OBJETO DEL CONTRATO. EL PAGO SE EFECTUARÁ DENTRO DE LOS 45 DÍAS SIGUIENTES A LA SOLICITUD FUNDADA Y DOCUMENTADA DE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" A SATISFACCIÓN DE "LA ENTIDAD".

DÉCIMA SEGUNDA.- **[RELACIONES LABORALES]:** MANIFIESTA EXPRESAMENTE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" SER UNA EMPRESA ESTABLECIDA Y QUE LOS SERVICIOS QUE CONTRATAN LOS EJECUTA CON

PERSONAL PROPIO, Y TAMBIÉN CUENTA CON ELEMENTOS PROPIOS Y SUFICIENTES PARA CUMPLIR CON LAS OBLIGACIONES LABORALES, FISCALES O DE CUALQUIER OTRA NATURALEZA QUE DERIVEN DE LA RELACIÓN CON SUS PROPIOS TRABAJADORES; POR LO QUE RELEVA A "LA ENTIDAD" DE LA RESPONSABILIDAD SOLIDARIA COMO BENEFICIARIA DE LOS SERVICIOS CONTRATADOS POR LO QUE HACE A LAS OBLIGACIONES MENCIONADAS, PUES "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" GOZA DEL CARÁCTER DE PATRÓN Y NO DE INTERMEDIARIO EN TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 13 DE LA LEY FEDERAL DEL TRABAJO.

DE IGUAL FORMA MANIFIESTA "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" QUE CUENTA CON LOS CONTRATOS INDIVIDUALES DE TRABAJO CON TODOS SUS TRABAJADORES Y QUE TODO SU PERSONAL SE ENCUENTRA DADO DE ALTA ANTE EL IMSS EN TIEMPO Y FORMA LEGALES.

EN TÉRMINOS DE LO ANTERIORMENTE EXPUESTO, LA RELACIÓN LABORAL EXISTE Y EXISTIRÁ SOLAMENTE ENTRE "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" Y SUS TRABAJADORES, YA QUE ENTRE LAS PARTES SÓLO EXISTE UNA RELACIÓN CIVIL, POR LO QUE SACARÁ EN PAZ Y A SALVO A "LA ENTIDAD" DE CUALQUIER CONTROVERSIA JUDICIAL O EXTRAJUDICIAL DERIVADA DE LA RELACIÓN QUE TENGA CON SUS TRABAJADORES.

DÉCIMA TERCERA.- [AUDITORÍAS, VISITAS O INSPECCIONES]: "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" DEBE PROPORCIONAR LA INFORMACIÓN O DOCUMENTACIÓN RELACIONADA CON EL PRESENTE CONTRATO QUE LE SEA REQUERIDA POR LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA O EL ÓRGANO INTERNO DE CONTROL EN "LA ENTIDAD", CON MOTIVO DE LAS AUDITORÍAS, VISITAS O INSPECCIONES QUE PRACTIQUEN CON MOTIVO DE SUS FUNCIONES.

DÉCIMA CUARTA.- [MODIFICACIONES]: CUALQUIER MODIFICACIÓN A LOS TÉRMINOS DEL PRESENTE CONTRATO SERÁ ESTABLECIDA POR ESCRITO Y POR MUTUO ACUERDO, Y SE FORMALIZARÁ MEDIANTE CONVENIO DEBIDAMENTE SUSCRITO POR LAS PARTES, EN TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 52 DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO.

EN CASO DE QUE SE OTORGUE UNA PRÓRROGA A "EL PRESTADOR DE SERVICIOS", DEBE OBTENER LA MODIFICACIÓN DE LA GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO. ASIMISMO, LOS ASUNTOS NO PREVISTOS EN EL PRESENTE CONTRATO, SERÁN RESUELTOS DE COMÚN ACUERDO POR LAS PARTES Y LAS DECISIONES QUE SE TOMEN DEBEN DE HACERSE CONSTAR POR ESCRITO Y DEBIDAMENTE RUBRICADAS POR LAS PARTES Y FORMARÁN PARTE DEL PRESENTE CONTRATO, COMO UN ADICIONAL AL MISMO EN TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 59 DEL REGLAMENTO DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO

DÉCIMA QUINTA.- [CONFIDENCIALIDAD]: BAJO PENA DE INCURRIR EN RESPONSABILIDAD FRENTE A LA OTRA PARTE, LAS MISMAS ASUMEN EL COMPROMISO RECÍPROCO DE NO DIVULGAR EN NINGUNA FORMA Y POR NINGÚN MEDIO EL CONTENIDO DEL PRESENTE CONTRATO, ASÍ COMO SU ALCANCE Y CONDICIONES, HECHA EXCEPCIÓN DE AQUELLA INFORMACIÓN QUE DE CONFORMIDAD CON LA LEY DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA GUBERNAMENTAL DEBA A PONER A DISPOSICIÓN DEL PÚBLICO.

LA VIOLACIÓN DEL PRINCIPIO DE CONFIDENCIALIDAD QUE CADA PARTE ASUME EN ESTE CONTRATO, HARÁ RESPONSABLE FRENTE A LA OTRA POR EL PAGO DE LOS DAÑOS Y PERJUICIOS OCASIONADOS.

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" SE OBLIGARÁ POR ESCRITO, A NO DIVULGAR LA INFORMACIÓN A QUE TENGA ACCESO, YA QUE TODA INFORMACIÓN PREVIA Y LOS RESULTADOS QUE SE GENEREN DE DICHOS SERVICIOS, ÚNICA Y EXCLUSIVAMENTE SON PROPIEDAD DE "LA ENTIDAD" Y TIENE CARÁCTER DE CONFIDENCIAL.

DÉCIMA SEXTA.- [PATENTES Y DERECHOS DE AUTOR]: "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" ASUME TODA LA RESPONSABILIDAD POR LAS POSIBLES VIOLACIONES A PATENTES Y DERECHOS DE AUTOR EN QUE PUDIERA INCURRIR POR EL USO QUE HAGA DE LOS SERVICIOS OBJETO DE ESTE CONTRATO. SI SE PRESENTARE DICHO SUPUESTO, "LA ENTIDAD" DARÁ AVISO A LAS AUTORIDADES COMPETENTES Y A "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" EN UN PLAZO DE 3 (TRES) DÍAS HÁBILES A PARTIR DE LA FECHA EN QUE TENGA CONOCIMIENTO DE LA VIOLACIÓN.

SI COMO CONSECUENCIA DE LO ANTERIOR, "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" NO PUDIERA CONTINUAR PROPORCIONANDO DEBIDAMENTE LOS SERVICIOS "LA ENTIDAD" DARÁ POR RESCINDIDO EL PRESENTE

CONTRATO MEDIANTE SIMPLE AVISO POR ESCRITO Y PODRÁ HACER EFECTIVA LA FIANZA A QUE SE REFIERE LA CLÁUSULA SEXTA DE ESTE INSTRUMENTO, ADEMÁS DE RECLAMAR EL PAGO POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS CAUSADOS.

DÉCIMA SÉPTIMA.- **[VIGENCIA]:** EL OBJETO DEL PRESENTE CONTRATO INICIARA A PARTIR DEL 01 DE NOVIEMBRE DE 2009 Y HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DE 2012, DE CONFORMIDAD A LOS COMPROMISOS ESTABLECIDOS POR "EL PRESTADOR DE SERVICIOS".

DÉCIMA OCTAVA.- [ANEXOS]: LA CONVOCATORIA DE LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL PLURIANUAL **NO._____** DENOMINADA "SERVICIOS INTEGRALES PARA LA INSTRUMENTACIÓN, PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE MERCADOTECNIA, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, PUBLICIDAD, PROMOCIÓN COMUNICACIÓN Y BTL, A TRAVES DE MEDIOS ALTERNATIVOS DE PUBLICIDAD, MEDIOS MASIVOS Y MATERIAL PARA PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, ASÍ COMO LA PRODUCCIÓN DE EVENTOS PROMOCIONALES DE SUS EMBAJADORES Y DE COMUNICACIÓN EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS ACTUALES Y NUEVOS, PARA LOS AÑOS 2009, 2010, 2011 Y 2012" EL ANEXO TÉCNICO DE "LA ENTIDAD", EL ACTA DE JUNTA DE ACLARACIONES, LA PROPOSICIÓN TÉCNICA Y ECONÓMICA DE " EL PRESTADOR DE SERVICIOS", FORMAN PARTE INTEGRANTE DEL PRESENTE CONTRATO.

DÉCIMA NOVENA.- [DOMICILIOS]: PARA EFECTOS DEL PRESENTE CONTRATO LAS PARTES SEÑALAN COMO DOMICILIOS PARA TODOS LOS FINES Y EFECTOS LEGALES LOS SIGUIENTES:

"LA ENTIDAD" EL UBICADO EN AVENIDA INSURGENTES SUR NÚMERO 1397, COLONIA INSURGENTES MIXCOAC, MÉXICO, DISTRITO FEDERAL, CÓDIGO POSTAL 03920.

"EL PRESTADOR DE SERVICIOS" EL UBICADO EN ----------.

MIENTRAS LAS PARTES NO NOTIFIQUEN POR ESCRITO EL CAMBIO DE DOMICILIO, TODOS LOS AVISOS, NOTIFICACIONES Y DEMÁS DILIGENCIAS QUE SE HAGAN EN EL DOMICILIO SEÑALADO SURTIRÁN TODOS LOS EFECTOS LEGALES CORRESPONDIENTES.

VIGÉSIMA .- **[SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS]:** "LA ENTIDAD" Y "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" HARÁN TODO LO POSIBLE POR RESOLVER EN FORMA AMISTOSA, MEDIANTE NEGOCIACIONES DIRECTAS INFORMALES, LOS DESACUERDOS O CONFLICTOS QUE SURJAN ENTRE ELLOS EN VIRTUD DE O EN RELACIÓN CON EL CONTRATO, ASIMISMO, PODRÁN SUJETARSE AL PROCEDIMIENTO DE CONCILIACIÓN PREVISTO EN LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO.

VIGÉSIMA PRIMERA.- **[JURISDICCIÓN]:** PARA LA INTERPRETACIÓN, EJECUCIÓN Y CUMPLIMIENTO DEL PRESENTE CONTRATO, LAS PARTES MANIFIESTAN QUE ESTÁN DE ACUERDO EN SOMETERSE A LA JURISDICCIÓN DE LOS TRIBUNALES FEDERALES CON RESIDENCIA EN LA CIUDAD DE MÉXICO, DISTRITO FEDERAL, Y A LAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO, DE SU REGLAMENTO, DEL CÓDIGO CIVIL FEDERAL, LA LEY FEDERAL DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y EL CÓDIGO FEDERAL DE PROCEDIMIENTOS CIVILES, CON RENUNCIA A CUALQUIER COMPETENCIA QUE POR RAZÓN DE SUS DOMICILIOS PRESENTES O FUTUROS O POR OTRAS CIRCUNSTANCIAS PUDIERA CORRESPONDERLES.

PREVIA LECTURA DEL CONTENIDO DEL PRESENTE CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS ----------, LAS PARTES ACEPTAN QUEDAR OBLIGADAS EN TODOS SUS TÉRMINOS Y CONDICIONES, LOS CUALES SE CONSTITUYEN EN LA EXPRESIÓN COMPLETA DE SU VOLUNTAD Y LO FIRMAN DE CONFORMIDAD EN TRES EJEMPLARES ORIGINALES, EN LA CIUDAD DE MÉXICO, DISTRITO FEDERAL, EL DÍA ---------- DEL MES DE ----------DEL AÑO DOS MIL ----------.

POR **"LA ENTIDAD"** POR **"EL PRESTADOR DE SERVICIOS"**

TESTIGOS

LAS ANTEFIRMAS Y FIRMAS QUE ANTECEDEN CORRESPONDEN AL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES PARA LA INSTRUMENTACIÓN, PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE MERCADOTECNIA, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, PUBLICIDAD, PROMOCIÓN COMUNICACIÓN Y BTL, A TRAVES DE MEDIOS ALTERNATIVOS DE PUBLICIDAD, MEDIOS MASIVOS Y MATERIAL PARA PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, ASÍ COMO LA PRODUCCIÓN DE EVENTOS PROMOCIONALES DE SUS EMBAJADORES Y DE COMUNICACIÓN EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS ACTUALES Y NUEVOS, PARA LOS AÑOS 2009, 2010, 2011 Y 2012, CELEBRADO EN ---------- FOJAS ÚTILES ENTRE "LA ENTIDAD" Y LA EMPRESA DENOMINADA ----------, "EL PRESTADOR DE SERVICIOS", CONSTE.

ANEXO 9

Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09

MODELO DE FIANZA DE GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.

(DEBEN ESTABLECERSE LOS DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA PÓLIZA)

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA AFIANZADORA
LA FIANZA SE OTORGA A FAVOR DE PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA

EN EJERCICIO DE LA AUTORIZACIÓN QUE LE OTORGÓ EL GOBIERNO FEDERAL POR CONDUCTO DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, EN LOS TÉRMINOS DE LOS ARTÍCULOS 5º Y 6º DE LA LEY FEDERAL DE INSTITUCIONES DE FIANZAS, **(NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA AFIANZADORA)** SE CONSTITUYE FIADORA, PARA GARANTIZAR POR LA EMPRESA,**(NOMBRE)**, "EL PRESTADOR DE SERVICIOS"; CON R.F.C. NO. _____, CON DOMICILIO EN LA CALLE_____ NO.___,COLONIA _____,.DELEGACIÓN _____ , C.P._____, EN LA CIUDAD DE _____, HASTA POR LA EXPRESADA CANTIDAD DE $ (**MONTO DE LA GARANTÍA**) **(CANTIDAD EN LETRA)**, EQUIVALENTE AL 10% DEL MONTO MÁXIMO DEL CONTRATO ANTES DE I.V.A., EL FIEL Y EXACTO CUMPLIMIENTO DE TODAS Y CADA UNA DE LAS OBLIGACIONES A SU CARGO DERIVADAS DE LOS PRESTACIÓN DE SERVICIOS CORRESPONDIENTES A _____ Y DEMÁS NORMATIVIDAD APLICABLE. EN LOS TÉRMINOS DEL CONTRATO NO. _____, DE FECHA _____ DE _____ DE 2009, CELEBRADO CON PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA, A TRAVÉS DE SU (**NOMBRE Y CARGO DEL REPRESENTANTE DE PRONÓSTICOS)** CUYO OBJETO ES LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO Y DEMÁS NORMATIVIDAD APLICABLE. EN LOS TÉRMINOS DEL CONTRATO NO. COMO SE PRECISA EN EL REFERIDO CONTRATO Y SE DETALLA EN LA PROPOSICIÓN TÉCNICA DE LA EMPRESA PROVEEDORA AFIANZADA, DERIVADO DE LA **LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL PLURIANUAL No. 06810001-008-09.**

(NOMBRE DE LA AFIANZADORA) EXPRESAMENTE DECLARA:

A) QUE ESTA FIANZA SE OTORGA ATENDIENDO A TODAS LAS ESTIPULACIONES CONTENIDAS EN EL CONTRATO Y SUS ANEXOS; POR LO QUE GARANTIZA LA TOTAL ENTREGA DEL SERVICIO OBJETO DEL CONTRATO.

B) QUE LA FIANZA SE OTORGA DE CONFORMIDAD CON LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 48 FRACCIÓN II Y ÚLTIMO PÁRRAFO, Y 49 FRACCIÓN II DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO Y DEMÁS NORMATIVIDAD APLICABLE. EN LOS TÉRMINOS DEL CONTRATO NO. _____, Y SE HARÁ EFECTIVA CUANDO "EL PROVEEDOR" NO CUMPLA CON LAS OBLIGACIONES ESTABLECIDAS EN DICHO INSTRUMENTO, O INCURRA EN ALGUNO O ALGUNOS DE LOS SUPUESTOS DE INCUMPLIMIENTO ESTABLECIDOS EN EL CITADO CONTRATO.

C) EN CASO DE QUE LA PRESENTE FIANZA SE HAGA EXIGIBLE **(NOMBRE DE LA AFIANZADORA)** ACEPTA EXPRESAMENTE SOMETERSE A LOS PROCEDIMIENTOS DE EJECUCIÓN PREVISTOS EN LA LEY FEDERAL DE INSTITUCIONES DE FIANZAS PARA LA EFECTIVIDAD DE LAS FIANZAS, AÚN PARA EL CASO DE QUE PROCEDIERA EL COBRO DE INTERESES, CON MOTIVO DEL PAGO EXTEMPORÁNEO DEL IMPORTE DE LA PRESENTE PÓLIZA DE FIANZA.

D) ESTA FIANZA CONTINUARÁ VIGENTE EN CASO DE QUE SE OTORGUE PRÓRROGA AL CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO, ASÍ COMO DURANTE LA SUBSTANCIACIÓN DE TODOS LOS RECURSOS LEGALES O JUICIOS QUE SE INTERPONGAN Y HASTA QUE SE DICTE RESOLUCIÓN DEFINITIVA POR AUTORIDAD COMPETENTE, SALVO QUE LAS PARTES SE OTORGUEN EL FINIQUITO.

E) QUE LA FIANZA CONTINUARÁ VIGENTE EN CASO DE DEFECTOS Y/O RESPONSABILIDADES HASTA QUE SE CORRIJAN LOS DEFECTOS Y SE SATISFAGAN LAS RESPONSABILIDADES; LA FIANZA SERÁ LIBERADA DESPUÉS DE CONCLUIDO EL SERVICIO.

F) ESTA GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO PODRÁ SER CANCELADA ÚNICAMENTE MEDIANTE MANIFESTACIÓN EXPRESA Y POR ESCRITO DE PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA, CUANDO EL PRESTADOR DE SERVICIOS HAYA CUMPLIDO CON TODAS LAS OBLIGACIONES QUE SE DERIVEN DEL CONTRATO QUE GARANTIZA;

G) TODA ESTIPULACIÓN QUE APAREZCA IMPRESA POR FORMATO POR PARTE DE **(NOMBRE DE LA AFIANZADORA)**, QUE CONTRAVENGA LAS ESTIPULACIONES AQUÍ ASENTADAS, LAS CUALES COMPRENDEN EL PROEMIO Y LOS INCISOS DE LA A) AL H) SE CONSIDERAN COMO NO PUESTAS.

H) QUE **(NOMBRE DE LA AFIANZADORA)** SE SOMETE EXPRESAMENTE A LA JURISDICCIÓN DE LOS TRIBUNALES FEDERALES DE LA CIUDAD DE MÉXICO, D.F., RENUNCIANDO A LA QUE PUDIERA CORRESPONDERLE POR RAZÓN DE SU DOMICILIO PRESENTE O FUTURO O POR CUALQUIER OTRA CAUSA.

(ESTABLECER LA FECHA DE EMISIÓN DE LA PÓLIZA DE FIANZA PARA DETERMINAR QUE SE HAYA EXPEDIDO EN TÉRMINOS DE LEY)

(FIRMA DEL REPRESENTANTE DE LA INSTITUCIÓN DE FIANZA, NOMBRE Y CARGO)

ANEXO 10

Encuesta de transparencia de la Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09 para la contratación de los "Servicios Integrales de Mercadotecnia, Investigaciones de Mercados, Publicidad y Promoción".

Junta de aclaraciones

En el marco del Programa de Transparencia y Rendición de Cuentas, Pronósticos para la Asistencia Pública obtendrá la opinión de los proveedores de bienes y prestadores de servicios que hayan establecido contacto con la Institución con motivo de sus procesos de adquisiciones o de contratación de servicios, por lo que le agradeceremos se sirva responder la siguiente encuesta y hacerla llegar (en forma anónima, si así lo considera pertinente) al Órgano Interno de Control, a través de los medios que se indican a continuación:

- Vía correo electrónico dirigido al Titular del Órgano Interno de Control, a la siguiente dirección: juanmiguel.navarro@pronosticos.gob.mx
- Buzones del Órgano Interno de Control ubicados en el vestíbulo de la sala de sorteos (planta baja) y en los pisos 10 y 11 del edificio sede de la Institución.
- En las oficinas del Órgano Interno de Control, que se encuentran ubicadas en Avenida Insurgentes Sur No. 1397, 8º piso, Colonia Insurgentes Mixcoac, Código Postal 03920, Delegación Benito Juárez, México, D. F.
- Al Representante en turno del Órgano Interno de Control, una vez terminado el evento de junta de aclaraciones.

Instrucciones: Favor de calificar del 1 al 10 considerando que 10 es la máxima calificación positiva o favorable.

NOMBRE DE LA PERSONA QUE REPRESENTA AL LICITANTE PARTICIPANTE

_____

NOMBRE DEL LICITANTE PARTICIPANTE:_____

EVENTO	CONCEPTOS A EVALUAR	CALIFICACIÓN	COMENTARIOS
Licitación	Cómo califica Ud. la claridad de la licitación en la que su empresa participó.		
Junta de aclaraciones	Cómo califica Ud. la estructura, el contenido y la claridad de la convocatoria de la licitación pública		
	Cómo califica Ud. la suficiencia y claridad o transparencia con que fueron atendidos los cuestionamientos formulados por los licitantes en relación con el contenido de las convocatorias		

Si usted desea agregar algún comentario o sugerencia, favor de anotarlo en el siguiente cuadro o en hojas adicionales:

ANEXO 10-A
Encuesta de transparencia de la Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09 para la contratación de los "Servicios Integrales de Mercadotecnia, Investigaciones de Mercados, Publicidad y Promoción". Presentación y apertura de proposiciones técnicas y económicas.

Pública obtendrá la opinión de los proveedores de bienes y prestadores de servicios que hayan establecido contacto con la Institución con motivo de sus procesos de adquisiciones o de contratación de servicios, por lo que le agradeceremos se sirva responder la siguiente encuesta y hacerla llegar (en forma anónima, si así lo considera pertinente) al Órgano Interno de Control, a través de los medios que se indican a continuación:

- Vía correo electrónico dirigido al Titular del Órgano Interno de Control, a la siguiente dirección: juanmiguel.navarro@pronosticos.gob.mx
- Buzones del Órgano Interno de Control ubicados en el vestíbulo de la sala de sorteos (planta baja) y en los pisos 10 y 11 del edificio sede de la Institución.
- En las oficinas del Órgano Interno de Control, que se encuentran ubicadas en Avenida Insurgentes Sur No. 1397, 8º piso, Colonia Insurgentes Mixcoac, Código Postal 03920, Delegación Benito Juárez, México, D. F.
- Al Representante en turno del Órgano Interno de Control, una vez terminado el evento de presentación y apertura de proposición.

Instrucciones: Favor de calificar del 1 al 10 considerando que 10 es la máxima calificación positiva o favorable.

NOMBRE DE LA PERSONA QUE REPRESENTA AL LICITANTE PARTICIPANTE
_____

NOMBRE DEL LICITANTE PARTICIPANTE:_____

EVENTO	CONCEPTO A EVALUAR	CALIFICACIÓN	COMENTARIOS
Presentación de Proposiciones	Cómo califica Ud. la transparencia y el apego por parte de los servidores públicos de la Entidad a la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y a su Reglamento, durante el desarrollo del acto de presentación y apertura de proposiciones técnicas y económicas		

Si usted desea agregar algún comentario o sugerencia, favor de anotarlo en el siguiente cuadro o en hojas adicionales:

ANEXO 10-B

Encuesta de transparencia de la Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09 para la contratación de los "Servicios Integrales de Mercadotecnia, Investigaciones de Mercados, Publicidad y Promoción".

Fallo

En el marco del Programa de Transparencia y Rendición de Cuentas, Pronósticos para la Asistencia Pública obtendrá la opinión de los proveedores de bienes y prestadores de servicios que hayan establecido contacto con la Institución con motivo de sus procesos de adquisiciones o de contratación de servicios, por lo que le agradeceremos se sirva responder la siguiente encuesta y hacerla llegar (en forma anónima, si así lo considera pertinente) al Órgano Interno de Control, a través de los medios que se indican a continuación:

- Vía correo electrónico dirigido al Titular del Órgano Interno de Control, a la siguiente dirección: juanmiguel.navarro@pronosticos.gob.mx
- Buzones del Órgano Interno de Control ubicados en el vestíbulo de la sala de sorteos (planta baja) y en los pisos 10 y 11 del edificio sede de la Institución.
- En las oficinas del Órgano Interno de Control, que se encuentran ubicadas en Avenida Insurgentes Sur No. 1397, 8º piso, Colonia Insurgentes Mixcoac, Código Postal 03920, Delegación Benito Juárez, México, D. F.
- Al Representante en turno del Órgano Interno de Control, una vez terminado el evento de fallo.

Instrucciones: Favor de calificar del 1 al 10 considerando que 10 es la máxima calificación positiva o favorable.

NOMBRE DE LA PERSONA QUE REPRESENTA AL LICITANTE PARTICIPANTE
_____

NOMBRE DEL LICITANTE PARTICIPANTE:_____

EVENTO	CONCEPTO A EVALUAR	CALIFICACIÓN	COMENTARIOS
Fallo	Cómo califica Ud. la transparencia del acto de fallo y la exposición de los fundamentos que sustentaron la adjudicación del contrato o pedido al licitante ganador		

Si usted desea agregar algún comentario o sugerencia, favor de anotarlo en el siguiente cuadro o en hojas adicionales:

ANEXO 11
Nota Informativa para personas de países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (OCDE)

El compromiso de México en el combate a la corrupción ha trascendido nuestras fronteras y el ámbito de acción del gobierno federal. En el plano Nacional y como miembro de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y firmante de la ***Convención para combatir el cohecho de servidores públicos extranjeros en transacciones comerciales Nacionales***, hemos adquirido responsabilidades que involucran a los sectores público y privado.

Esta Convención busca establecer medidas para prevenir y penalizar a las personas y a las empresas que prometan o den gratificaciones a funcionarios públicos extranjeros que participan en transacciones comerciales Nacionales. Su objetivo es eliminar la competencia desleal y crear igualdad de oportunidades para las empresas que compiten por las contrataciones gubernamentales.

La OCDE ha establecido mecanismos muy claros para que los países firmantes de la Convención cumplan con las recomendaciones emitidas por ésta y en el caso de México, inició en **noviembre de 2003** una segunda fase de **evaluación** –la primera ya fue aprobada- en donde un grupo de expertos verificará, entre otros:

- La compatibilidad de nuestro marco jurídico con las disposiciones de la Convención.
- El conocimiento que tengan los sectores público y privado de las recomendaciones de la Convención.

El resultado de esta evaluación **impactará** el grado de inversión otorgado a México por las agencias calificadores y la atracción de inversión extranjera.

Las **responsabilidades** del **sector público** se centran en:

- Profundizar las reformas legales que inició en 1999.
- **Difundir las recomendaciones de la Convención y** las obligaciones de cada uno de los actores comprometidos en su cumplimiento.
- Presentar casos de cohecho en proceso y concluidos (incluyendo aquellos relacionados con lavado de dinero y extradición).

Las **responsabilidades** del sector privado contemplan:

- **Las empresas**: adoptar esquemas preventivos como el establecimiento de códigos de conducta, de mejores prácticas corporativas (controles internos, monitoreo, información financiera pública, auditorías externas) y de mecanismos que prevengan el ofrecimiento y otorgamiento de recursos o bienes a servidores públicos, para obtener beneficios particulares o para la empresa.
- **Los contadores públicos**: realizar auditorías; no encubrir actividades ilícitas (doble contabilidad y transacciones indebidas, como asientos contables falsificados, informes financieros fraudulentos, transferencias sin autorización, acceso a los activos sin consentimiento de la gerencia); utilizar registros contables precisos; informar a los directivos sobre conductas ilegales.
- **Los abogados**: promover el cumplimiento y revisión de la Convención (imprimir el carácter vinculatorio entre ésta y la legislación nacional); impulsar los esquemas preventivos que deben adoptar las empresas.

Las **sanciones** impuestas a las personas físicas o morales (privados) y a los servidores públicos que incumplan las recomendaciones de la Convención, implican entre otras, privación de la libertad, extradición, decomiso y/o embargo de dinero o bienes.

Asimismo, es importante conocer que el pago realizado a servidores públicos extranjeros es perseguido y castigado independientemente de que el funcionario sea acusado o no. Las investigaciones pueden iniciarse por denuncia, pero también por otros medios, como la revisión de la situación patrimonial de los servidores públicos o la identificación de transacciones ilícitas, en el caso de las empresas.

El culpable puede ser perseguido en cualquier país firmante de la Convención, independientemente del lugar donde el acto de cohecho haya sido cometido. En la medida que estos lineamientos sean conocidos por las empresas y los servidores públicos del país, estaremos contribuyendo a construir estructuras preventivas que impidan el incumplimiento de las recomendaciones de la convención y por tanto la comisión de actos de corrupción.

Por otra parte, es de señalar que el Código Penal Federal sanciona el cohecho en los siguientes términos:

"Artículo 222
Cometen el delito de cohecho:

I.- El servidor público que por sí, o por interpósita persona solicite o reciba indebidamente para sí o para otro, dinero o cualquiera otra dádiva, o acepte una promesa, para hacer o dejar de hacer algo justo o injusto relacionado con sus funciones, y

II.- El que de manera espontánea dé u ofrezca dinero o cualquier otra dádiva a alguna de las personas que se mencionan en la fracción anterior, para que cualquier servidor público haga u omita un acto justo o injusto relacionado con sus funciones.

Al que comete el delito de cohecho se le impondrán las siguientes sanciones:

Cuando la cantidad o el valor de la dádiva o promesa no exceda del equivalente de quinientas veces el salario mínimo diario vigente en el Distrito Federal en el momento de cometerse el delito, o no sea valuable, se impondrán de tres meses a dos años de prisión, multa de treinta a trescientas veces el salario mínimo diario vigente en el Distrito Federal en el momento de cometerse el delito y destitución e inhabilitación de tres meses a dos años para desempeñar otro empleo, cargo o comisión públicos.

Cuando la cantidad o el valor de la dádiva, promesa o prestación exceda de quinientas veces el salario mínimo diario vigente en el Distrito Federal en el momento de cometerse el delito, se impondrán de dos años a catorce años de prisión, multa de trescientas a quinientas veces el salario mínimo diario vigente en el Distrito Federal en el momento de cometerse el delito y destitución e inhabilitación de dos años a catorce años para desempeñar otro empleo, cargo o comisión públicos.

En ningún caso se devolverá a los responsables del delito de cohecho, el dinero o dádivas entregadas, las mismas se aplicarán en beneficio del Estado.

Capítulo XI
Cohecho a servidores públicos extranjeros

Artículo 222 bis
Se impondrán las penas previstas en el artículo anterior al que con el propósito de obtener o retener para sí o para otra persona ventajas indebidas en el desarrollo o conducción de transacciones comerciales Nacionales, ofrezca, prometa o dé, por sí o por interpósita persona, dinero o cualquiera otra dádiva, ya sea en bienes o servicios:

I. A un servidor público extranjero para que gestione o se abstenga de gestionar la tramitación o resolución de asuntos relacionados con las funciones inherentes a su empleo, cargo o comisión;

II. A un servidor público extranjero para llevar a cabo la tramitación o resolución de cualquier asunto que se encuentre fuera del ámbito de las funciones inherentes a su empleo, cargo o comisión, o

III. A cualquier persona para que acuda ante un servidor público extranjero y le requiera o le proponga llevar a cabo la tramitación o resolución de cualquier asunto relacionado con las funciones inherentes al empleo, cargo o comisión de este último.

Para los efectos de este artículo se entiende por servidor público extranjero, toda persona que ostente u ocupe un cargo público considerado así por la ley respectiva, en los órganos legislativo, ejecutivo o judicial de un Estado extranjero, incluyendo las agencias o empresas autónomas, independientes o de participación estatal, en cualquier orden o nivel de gobierno, así como cualquier organismo u organización pública Nacionales.

Cuando alguno de los delitos comprendidos en este artículo se cometa en los supuestos a que se refiere el artículo 11 de este Código, el juez impondrá a la persona moral hasta quinientos días multa y podrá decretar su suspensión o disolución, tomando en consideración el grado de conocimiento de los órganos de administración respecto del cohecho en la transacción Nacional y el daño causado o el beneficio obtenido por la persona moral."

ANEXO 12

CUARTA SECCION

SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PÚBLICO

Resolución Miscelánea Fiscal para 2009.

…

Contrataciones con la Federación y entidades federativas

I.2.1.17. Para los efectos del artículo 32-D, primero, segundo, tercero y cuarto párrafos del CFF, cuando la Administración Pública Federal, Centralizada y Paraestatal, la Procuraduría General de la República, así como las entidades federativas vayan a realizar contrataciones por adquisición de bienes, arrendamiento, prestación de servicios u obra pública, con cargo total o parcial a fondos federales, cuyo monto exceda de $300,000.00 sin incluir el IVA, se observará lo siguiente, según corresponda:

I. Por cada contrato, las dependencias y entidades citadas exigirán de los contribuyentes con quienes se vaya a celebrar el contrato, les presenten documento actualizado expedido por el SAT, en la que se emita opinión sobre el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.

Para efectos de lo anterior, los contribuyentes con quienes se vaya a celebrar el contrato, deberán solicitar la opinión sobre el cumplimento de obligaciones conforme a lo siguiente:

1. Presentar solicitud de opinión por Internet en la página del SAT, en la opción "Mi portal"

2. Contar con clave CIEC

3. En la solicitud deberán incluir los siguientes requisitos:

a. Nombre y dirección de la dependencia en la cual se licita.

b. Nombre y RFC del representante legal, en su caso.

c. Monto total del contrato.

d. Señalar si el contrato se trata de adquisición de bienes, arrendamiento, prestación de servicios u obra pública.

e. Número de licitación o concurso.

El contribuyente solicitante con el acto de registrar su solicitud en la página de Internet del SAT para efectos del artículo 32-D primero, segundo, tercero y cuarto párrafos del CFF, manifieste bajo protesta de decir verdad que:

a) Han cumplido con sus obligaciones en materia de inscripción al RFC, a que se refieren el CFF y su Reglamento, la situación actual del registro es activo y localizado.

b) Se encuentran al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales respecto de la presentación de la declaración anual del ISR por el último ejercicio fiscal que se encuentre obligado.

c) Que no tienen créditos fiscales determinados firmes a su cargo por impuestos federales, distintos a ISAN e ISTUV, entendiéndose por impuestos federales, el ISR, IVA, IMPAC, IETU, IDE, impuestos generales de importación y de exportación (impuestos al comercio exterior) y sus accesorios. Así como créditos fiscales determinados firmes, relacionados con la obligación de pago de las contribuciones, y de presentación de declaraciones, solicitudes, avisos, informaciones o expedición de constancias y comprobantes fiscales.

d) Tratándose de contribuyentes que hubieran solicitado autorización para pagar a plazos o hubieran interpuesto algún medio de defensa contra créditos fiscales a su cargo, los mismos se encuentren garantizados conforme al artículo 141 del CFF.

e) En caso de contar con autorización para el pago a plazo, que no han incurrido en las causales de revocación a que hace referencia el artículo 66-A, fracción IV del CFF.

5. En el caso que existan créditos fiscales determinados firmes manifestará que se compromete a celebrar convenio con las autoridades fiscales para pagarlos con los recursos que se obtengan por la enajenación, arrendamiento, prestación de servicios u obra pública que se pretenda contratar, en la fecha en que las citadas autoridades señalen, en este caso, se estará a lo establecido en la regla I.I.2.1.9.

II. La ALSC que corresponda al domicilio fiscal del proveedor o prestador de servicios, emitirá opinión sobre el cumplimiento de las obligaciones fiscales indicadas a través del portal de Internet del SAT, para los efectos de lo dispuesto por la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público o de la Ley de Obras Públicas y Servicios relacionados con las mismas, según sea el caso, a más tardar en los 20 días siguientes a la recepción de la solicitud de opinión, salvo en los casos en que el contribuyente se hubiera comprometido a celebrar convenio con las autoridades fiscales para pagar con los recursos que se obtengan por la enajenación, arrendamiento, prestación de servicios u obra pública que se pretenda contratar los créditos fiscales firmes que tengan a su cargo, supuesto en el cual la opinión se emitirá a más tardar en los 30 días siguientes a la de la solicitud de opinión. Dicha opinión se hará también del conocimiento de la Dependencia o entidad de que se trate.

III. En caso de detectar el incumplimiento de obligaciones fiscales a que se refiere esta regla o de la existencia de créditos fiscales determinados firmes o del incumplimiento de garantizar debidamente el interés fiscal, la ALSC mediante comunicado a través de la página del SAT notificará al contribuyente las omisiones detectadas y éste contará con 10 días para manifestar ante dicha ALSC lo que a su derecho convenga. La autoridad fiscal procederá a emitir la opinión correspondiente, conforme a lo siguiente:

a) Si el contribuyente dentro del plazo señalado en el párrafo anterior, comprueba el pago de los créditos, el cumplimiento de sus obligaciones fiscales o realiza la aclaración o pago de los créditos fiscales respectivos ante la Administración que le haya notificado las omisiones, una vez validado el cumplimiento, la autoridad fiscal, podrá emitir opinión en sentido favorable dentro del plazo de 20 días indicado en la fracción II de la presente regla.

b) Si el contribuyente dentro del plazo señalado en el primer párrafo de esta fracción, no atiende o no aclara las inconsistencias señaladas o en su caso si de la información o documentación presentada se detecta la persistencia del incumplimiento de las obligaciones fiscales, la autoridad fiscal emitirá opinión en sentido negativo, vencido el plazo de 10 días que se le otorgó.

c) Cuando el contribuyente manifieste su interés de celebrar convenio para pagar sus créditos fiscales determinados firmes, con los recursos que se obtengan por la enajenación, arrendamiento, prestación de servicios u obra pública que se pretenda contratar, las autoridades fiscales emitirán oficio a la unidad administrativa responsable de la licitación, a fin de que esta última en un plazo de 15 días, mediante oficio, ratifique o rectifique los datos manifestados por el contribuyente. Una vez recibida la información antes señalada, la autoridad fiscal le otorgará un plazo de 15 días al contribuyente para la celebración del convenio respectivo, en los términos de lo señalado por la regla II.2.1.9., emitiendo la opinión dentro de los 30 días a que se refiere la fracción II de esta regla.

La opinión prevista en esta fracción, así como el documento al que se hace referencia en la fracción I, se emite para fines exclusivos del artículo 32-D del CFF, considerando la situación del contribuyente en los sistemas electrónicos institucionales del SAT, y no constituye resolución en sentido favorable al contribuyente sobre el cálculo y montos de créditos o impuestos declarados o pagados.

Los residentes en el extranjero que no estén obligados a presentar la solicitud de inscripción en el RFC, ni los avisos al mencionado registro y los contribuyentes que no hubieran estado obligados a presentar, total o parcialmente, la declaración a que se refiere la fracción I, inciso b) de esta regla, así como los residentes en el extranjero que no estén obligados a presentar declaraciones periódicas en México, asentarán estas manifestaciones en la solicitud a que se refiere el primer párrafo de la citada fracción.

Para los efectos de esta regla, tratándose de créditos fiscales determinados firmes, se entenderá que el contribuyente se encuentra al corriente de sus obligaciones fiscales entre otros, si a la fecha de presentación de la solicitud a que se refiere la fracción I, se ubica en cualquiera de los siguientes supuestos:

a) Cuando el contribuyente cuente con autorización para pagar a plazos.

b) Cuando no haya vencido el plazo para pagar a que se refiere el artículo 65 del CFF.

c) Cuando se haya interpuesto medio de defensa en contra del crédito fiscal determinado y se encuentre garantizado el interés fiscal de conformidad con las disposiciones fiscales.

Es responsabilidad del contribuyente solicitante de la opinión, verificar mediante consulta en la página de Internet del SAT, en la opción "Mi portal", la respuesta o la solicitud de información adicional que requiera la autoridad, a partir de la fecha sugerida que se informa en el acuse de la solicitud de servicio.

CFF 32-D, 65, 66-A, 141, RMF 2009 II.2.1.9.)

Información a cargo de la Federación, estados y municipios.

I.2.1.18. La obligación de presentar la información a que se refiere el artículo 32-G del CFF, se efectuará de conformidad con lo establecido en la regla I.5.1.5.

CFF 32-G, RMF 2009 I.5.1.5.,

Qué se entiende por carrera afín.

I.2.1.19. Para los efectos del artículo 33, fracción II, inciso a) del CFF, se deberá entender como carrera afín, el grado académico o técnico, medio o superior, con autorización o con reconocimiento de validez oficial en los términos de la Ley General de Educación, que implique conocimientos de alguna o varias materias relacionadas con la ciencia del derecho o la contaduría pública.

CFF 33

Publicación de extractos de resoluciones favorables.

I.2.1.20. Para los efectos del último párrafo del artículo 34 del CFF, el extracto de las principales resoluciones favorables a los contribuyentes, se publicará en la página de Internet del SAT.

Los extractos publicados en los términos de la presente regla, no generan derechos para los contribuyentes.

CFF 34, 69,

Informe de dictamen de liquidación.

I.2.1.21. Para efectos de lo dispuesto por el artículo 146-C, fracción II del CFF, en caso de que la liquidación o extinción de alguna entidad paraestatal, sociedad, asociación o fideicomiso en el que sin tener el carácter de entidad paraestatal, el Gobierno Federal o una o más entidades de la Administración Pública Paraestatal, conjunta o separadamente aporten la totalidad del patrimonio o sean propietarios de la totalidad de los títulos representativos del capital social, no esté a cargo del Servicio de Administración y Enajenación de Bienes, corresponderá al liquidador nombrado por la dependencia coordinadora del sector al que pertenezca la dependencia en liquidación o extinción, informar a las autoridades fiscales que existe el dictamen a que se refiere el artículo 146-C, fracción I del citado CFF.

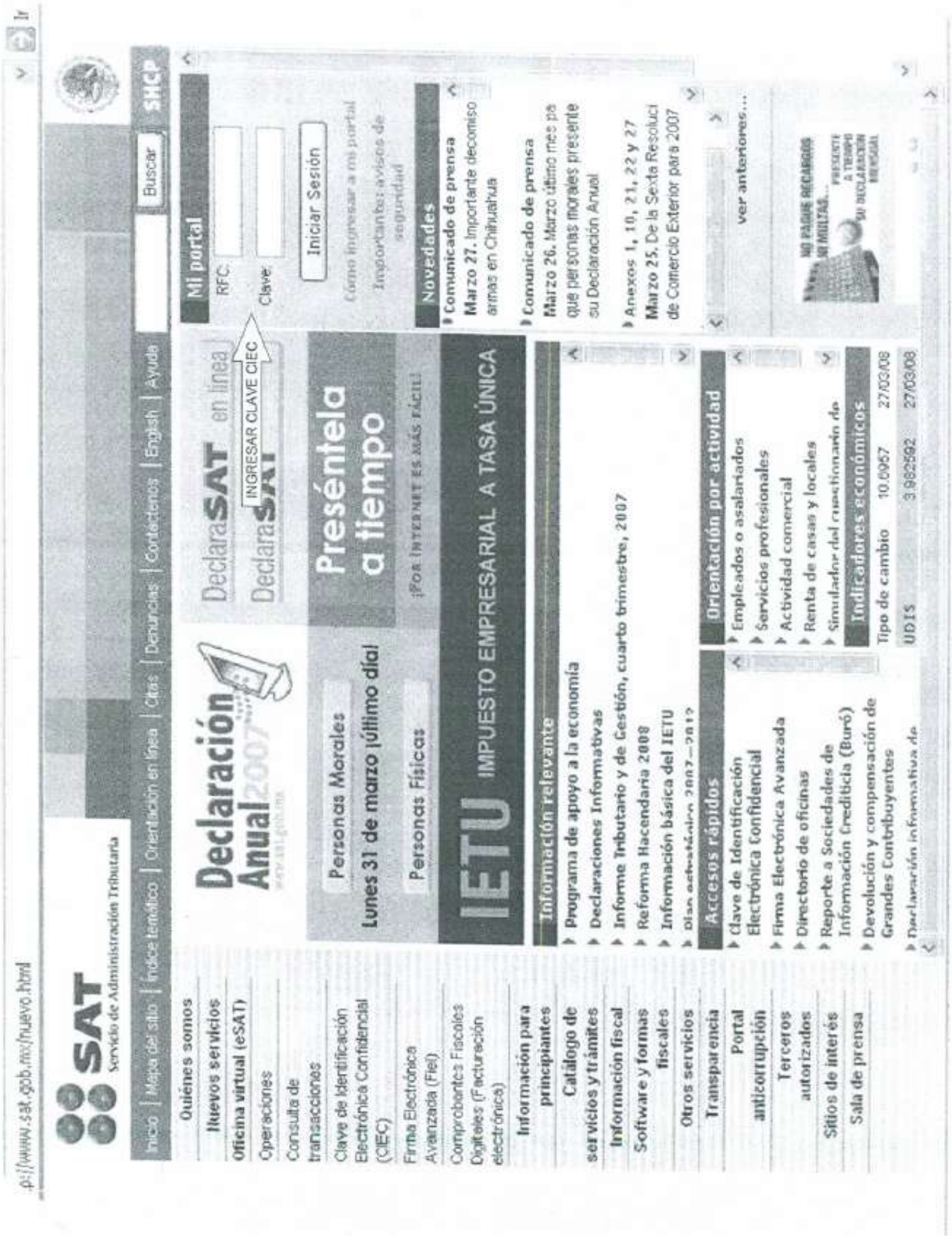
CFF 146-C

Interpretación de los tratados para evitar la doble tributación.

I.2.1.22. Para la interpretación de los tratados para evitar la doble tributación celebrados por México, serán aplicables los comentarios del modelo de convenio para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal, a que hace referencia la recomendación adoptada por el Consejo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, el 21 de septiembre de 1995, o aquella que la sustituya, en la medida en que tales comentarios sean congruentes con las disposiciones de los tratados nacionales celebrados por México.

Para los efectos de lo dispuesto en el Artículo 7 de los tratados para evitar la doble tributación celebrados por México, se entenderá por el término "beneficios empresariales", a los ingresos que se obtengan por la realización de las actividades a que se refiere el artículo 16 del CFF.

CFF 1,16,


http://www.sat.gob.mx/nuevo.html
SAT
Servicio de Administración Tributaria
Inicio | Mapa del sitio | Índice temático | Orientación en línea | Citas | Denuncias | Contáctenos | English | Ayuda
Buscar
SHCP
Quiénes somos
Nuevos servicios
Oficina virtual (eSAT)
Operaciones
Consulta de transacciones
Clave de Identificación Electrónica Confidencial (CIEC)
Firma Electrónica Avanzada (Fiel)
Comprobantes Fiscales Digitales (Facturación electrónica)
Información para principiantes
Catálogo de servicios y trámites
Información fiscal
Software y formas fiscales
Otros servicios
Transparencia
Portal anticorrupción
Terceros autorizados
Sitios de interés
Sala de prensa
Declaración Anual 2007
Personas Morales
Lunes 31 de marzo ¡último día!
Personas Físicas
DeclaraSAT en línea
DeclaraSAT
INGRESAR CLAVE CIEC
Presénteloa tiempo
¡POR INTERNET ES MÁS FÁCIL!
IETU IMPUESTO EMPRESARIAL A TASA ÚNICA
Mi portal
RFC:
Clave:
Iniciar Sesión
Cómo ingresar a mi portal
Importantes: avisos de seguridad
Novedades
Comunicado de prensa
Marzo 27. Importante decomiso armas en Chihuahua
Comunicado de prensa
Marzo 26. Marzo último mes para que personas morales presente su Declaración Anual
Anexos 1, 10, 21, 22 y 27
Marzo 25. De la Sexta Resolución de Comercio Exterior para 2007
ver anteriores...
NO PAGUE RECARGOS NI MULTAS...
Información relevante
Programa de apoyo a la economía
Declaraciones Informativas
Informe Tributario y de Gestión, cuarto trimestre, 2007
Reforma Hacendaria 2008
Información básica del IETU
Accesos rápidos
Clave de Identificación Electrónica Confidencial
Firma Electrónica Avanzada
Directorio de oficinas
Reporte a Sociedades de Información Crediticia (Buró)
Devolución y compensación de Grandes Contribuyentes
Orientación por actividad
Empleados o asalariados
Servicios profesionales
Actividad comercial
Renta de casas y locales
Indicadores económicos
Tipo de cambio 10.0957 27/03/08
UDIS 3.982592 27/03/08

SAT
Servicio de Administración Tributaria

- 1.Ingresa a la página del SAT en Internet, se ubica en la opción <***Mi portal***>, captura su RFC y su clave CIEC.
- 2.Procede en la pantalla que se muestra, en el cuadro <***Menú***> a seleccionar las siguientes opciones:<***Servicios por Internet***><***Servicio o Solicitud***><***Solicitud***>
- 3.Procede en la pantalla de captura que se despliega a seleccionar o capturar en los siguientes:**Campos**<***Trámite***>.- Selecciona la opción <***32D Sol Opinión***>.<***Dirigido a***>.- Captura *"Administración Local de Servicios al contribuyente de [la que corresponda a su domicilio fiscal]"*.<***Asunto***>.- Captura *"Solicitud de opinión 32D"* o *"Solicitud de opinión para Subsidio o Estímulo"*, según corresponda al tipo de solicitud.Campo <***Descripción***>.- Captura *"Solicito opinión del cumplimiento de obligaciones fiscales para el trámite de licitación ante la dependencia: nombre y dirección de la dependencia; nombre y RFC del representante legal en su caso, monto del contrato, tipo de contrato,número de licitación o concurso"* o *"Solicito opinión del cumplimiento de obligaciones fiscales para el trámite de Estímulos y Subsidios, ante la dependencia: nombre y dirección de la dependencia; nombre y RFC del representante legal en su caso"*, según proceda.
- 4.Selecciona la opción <***Enviar***>, para registrar la solicitud de opinión.
- 5.Despliega el sistema acuse de recepción de la solicitud del servicio y lo imprime.

SHCP

SAT

ACUSE DE RECEPCIÓN

DEL CENTRO DEL D.F., a 06 de Septiembre de 2006

Denominación o Razón Social: AISPURO,LEON PEDRO

Clave de RFC: AILP700210JI2

Hoja: 1 de 1

ESTIMADO CONTRIBUYENTE:

Se informa que su Orientación se recibió con éxito el día 6, a las 10:38 hrs. con el número de Folio: OR2006233263.

Con su número de folio puede consultar la respuesta o estado de su planteamiento a través del Portal de Internet del SAT en la siguiente dirección: www.sat.gob.mx, a partir del día 07 de dd MMMM yyyy de ,y...

Este servicio es gratuito, en el SAT nuestra misión es servirle.

SHCP

SAT Servicio de Administración Tributaria

SHCP

ACUSE DE RESPUESTA

11 de Abril de 2008

Clave de RFC: CLA070108715 **Folio:** AC20087858100 **Hoja:** 1 de 1

Denominación o Razón Social: CYBERLINK LABS

ESTIMADO CONTRIBUYENTE:

Se informa respecto de la atención brindada a su Aclaración, que se recibió con el número de Folio AC20087858100.

RESUMEN DE SU SERVICIO SOLICITADO:

SOLICITUD DE OPINIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES, PROVEEDORES ART. 32-D

ATENCIÓN O RESPUESTA:

En atención a su solicitud de opinión, se observa que en los controles electrónicos del SAT, ha cumplido con los requisitos que marca la regla miscelánea fiscal 2.1.16, relacionados con la inscripción al RFC, la presentación de declaraciones y créditos fiscales, por lo tanto la opinión de esta ALSC es positiva. Revisión practicada el día XX/ XX/XXXX.

La opinión mostrada en el presente documento se emite, solo para efectos del artículo 32-D del CFF, tratándose de proveedores (estímulos y subsidios).

Este servicio es gratuito, en el SAT nuestra misión es servirle.

Sus datos personales son incorporados y protegidos en los sistemas del SAT, de conformidad con los Lineamientos de Protección de Datos Personales y con las diversas disposiciones fiscales y legales sobre confidencialidad y protección de datos, a fin de ejercer las facultades conferidas a la autoridad fiscal.

Si desea modificar o corregir sus datos personales, puede acudir a la Administración Local de Asistencia al Contribuyente de su preferencia y/o a través de la dirección www.sat.gob.mx.

Sello Digital:

vfFkhc38Voy9UtTWNMsnRt8nkas9LBF7oaltW8NckU4cyQajMpeoYHZGi9dyXbpqh34z89ES69cEJualTCRoNvQQuGZHohzNhW14AN3+Cx4IBtlWuoDmfu59F65O6/zli/pCT97AHA8RtyySQJiKf4HUpw2fd5xnHzIWGrGZxoA=

SHCP

SECRETARIA DE LA FUNCION PÚBLICA

OFICIO Circular por el que se establece el procedimiento que deberán observar las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y las entidades federativas que realicen contrataciones con recursos federales, previo a la formalización de los contratos o pedidos que sean celebrados bajo el ámbito de las leyes de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, y de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas, para verificar que los proveedores o contratistas están al corriente en sus obligaciones fiscales.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de la Función Pública.- Subsecretaría de Atención Ciudadana y Normatividad.- Unidad de Normatividad de Adquisiciones, Obras Públicas, Servicios y Patrimonio Federal.

OFICIO CIRCULAR No. UNAOPSFP/309/0743/2008

CC. oficiales mayores y equivalentes en las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y de las entidades federativas Presentes.

Atento al Decreto que reforma al artículo 32-D del Código Fiscal de la Federación, entre otros ordenamientos, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 28 de junio de 2006 y la emisión de la Resolución Miscelánea Fiscal para el 2008, en particular la regla I.2.1.16, publicada en el mismo medio de difusión el pasado 27 de mayo, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 37 fracciones VIII y XIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 7 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público (LAASSP), 8 de la Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas (LOPSRM) y 11 y 24 fracciones III y IV del Reglamento Interior de la Secretaría de la Función Pública, previa opinión del Sistema de Administración Tributaria (SAT), me permito comunicar a ustedes el procedimiento que se deberá observar, previo a la formalización de los contratos o pedidos que sean celebrados bajo el ámbito de la LAASSP y la LOPSRM.

1. Para dar cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 32-D del Código Fiscal de la Federación, en los procedimientos de contratación regulados en la LAASSP y la LOPSRM, cuyo monto sea superior a $300,000.00 sin incluir el IVA, o el que en su caso establezca el SAT, en las bases de licitación y de invitación a cuando menos tres personas, así como en las solicitudes de cotización para adjudicación directa, se indicará que cada persona física o moral que en su caso resulte adjudicada con un contrato o pedido, deberá presentar ante la dependencia o entidad contratante el "acuse de recepción" con el que compruebe que realizó la solicitud de opinión prevista en la regla I.2.1.16 de la Resolución Miscelánea Fiscal para el 2008, o aquella que en el futuro la sustituya.

2. La dependencia o entidad contratante indicará en las bases de licitación y de invitación a cuando menos tres personas o en la solicitud de cotización que la persona física o moral que resulte adjudicada, deberá realizar la consulta de opinión ante el SAT, preferentemente dentro de los tres días hábiles posteriores a la fecha en que tenga conocimiento del fallo o adjudicación correspondiente.

La dependencia o entidad contratante de la misma forma que se señala en el párrafo anterior, indicará a la o las personas físicas o morales adjudicadas, que en la solicitud de opinión al SAT deberán incluir el correo electrónico del área de contratación que se les indique para que el SAT envíe el "acuse de respuesta" que emitirá en atención a su solicitud de opinión.

3. La dependencia o entidad contratante deberá informar en las bases de licitación y de invitación a cuando menos tres personas o en la solicitud de cotización que las personas físicas o morales residentes en el extranjero que resulten adjudicadas y que no estén obligadas a presentar la solicitud de inscripción en el RFC o declaraciones periódicas en México, así como los contribuyentes que no estén obligados a

presentar total o parcialmente la declaración anual del ISR, deberán realizar su solicitud de opinión al SAT ante la Administración Local de Servicios al Contribuyente que corresponda al domicilio de la convocante.

4. El "acuse de recepción" que deberá presentar la persona con quien se vaya a celebrar el contrato o pedido, deberá requerirse previo a la formalización de cada contrato o pedido, aun cuando éstos provengan de un mismo procedimiento de contratación.

Tratándose de las propuestas conjuntas previstas en los artículos 34 de la LAASSP y 36 de la LOPSRM, las personas deberán presentar el "acuse de recepción" a que se hace referencia en el párrafo anterior, por cada una de las obligadas en dicha propuesta.

5. El "acuse de recepción" que emite el SAT al momento de solicitar el cumplimiento de las obligaciones fiscales, sólo será exigible a las personas que resulten adjudicadas.

No se requerirá la solicitud de opinión al SAT en el caso de ampliación de contratos o pedidos.

6. La formalización del contrato o pedido deberá llevarse a cabo en los plazos que conforme a las bases de la contratación se hubiere previsto, o bien, tratándose de adjudicación directa, en los términos de los artículos 46 de la LAASSP y 47 de LOPSRM, y en ningún caso quedará supeditada a la emisión de la opinión del SAT.

7. En el supuesto de que el SAT emita respuesta en sentido negativo o desfavorable para la persona física o moral con quien ya se formalizó un contrato o pedido, dicha persona y la dependencia o entidad contratante deberán cumplirlo hasta su terminación, por lo tanto la presunta omisión en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales no será motivo para retener pagos debidamente devengados por el proveedor o contratista ni para terminar anticipadamente o rescindir administrativamente el contrato o pedido.

8. Si la dependencia o entidad contratante, previo a la formalización del contrato o pedido, recibe del SAT el "acuse de respuesta" de la solicitud en el que se emita una opinión en sentido negativo sobre las obligaciones fiscales de la persona física o moral que resultó adjudicada, deberá de abstenerse de formalizar y procederá a remitir a la Secretaría de la Función Pública la documentación de los hechos presumiblemente constitutivos de infracción por la falta de formalización del contrato o pedido, por causas imputables al adjudicado.

El presente Oficio Circular entrará en vigor al día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Se deja sin efectos las disposiciones administrativas que se opongan al presente Oficio Circular.

Atentamente

Sufragio Efectivo. No Reelección.

15 de agosto de 2008.- La Titular de la Unidad, **Esperanza Esparza Cadena**.- Rúbrica.

ANEXO 13

3. REQUERIR A LOS PROVEEDORES Y CONTRATISTAS SU AFILIACIÓN AL PROGRAMA DE CADENAS PRODUCTIVAS Y DEBERÁN TOMAR EN CUENTA MECANISMOS QUE PROMUEVAN LA REALIZACIÓN DE LOS PAGOS CORRESPONDIENTES A TRAVÉS DE DICHO PROGRAMA.

3.1 PROMOCION A PROVEEDORES Y CONTRATISTAS SOBRE LOS BENEFICIOS DEL PROGRAMA DE CADENAS PRODUCTIVAS

Programa de Cadenas Productivas del Gobierno Federal

El programa de Cadenas Productivas es una solución integral que tiene como objetivo fortalecer el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas de nuestro país, con herramientas que les permitan incrementar su capacidad productiva y de gestión.

Al incorporarte a Cadenas Productivas tendrás acceso a los siguientes beneficios:

- *Conoce oportunamente al consultar desde la comodidad de tu negocio los pagos que te realizarán las dependencias o entidades con la posibilidad de obtener la liquidez que requieres sobre tus cuentas por cobrar derivadas de la proveeduría de bienes y servicios. Si requieres Capital de Trabajo podrás acceder a los programas de financiamiento que Nacional Financiera instrumenta a través de los bancos.*
- *Incrementa tus ventas, al pertenecer al Directorio de Proveedores del Gobierno Federal, mediante el cual las Dependencias y/o Entidades o otras empresas podrán consultar tu oferta de productos y servicios en el momento que lo requieran, al mismo tiempo, conocerás otras empresas con la posibilidad de ampliar tu base de proveedores.*
- *Profesionaliza tu negocio, a través de los cursos de capacitación en línea o presenciales, sobre temas relacionados al proceso de compra del Gobierno Federal que te ayudarán a ser más efectivo al presentar tus propuestas.*
- *Identifica oportunidades de negocio, al conocer las necesidades de compra del Gobierno Federal a través de nuestros boletines electrónicos.*

Para mayores informes sobre el particular llamar desde el área metropolitana al 5089-6107 o al 01 800 623-4672 sin costo desde el interior de la república o bien a través de la página de internet www.NAFIN.com.

3.2 PROMOCION A LOS PROVEEDORES Y CONTRATISTAS PARA AFILIARSE AL PROGRAMA DE CADENAS PRODUCTIVAS

México D.F. de _____ de ____.

Nombre de la Empresa

En Nacional Financiera, S.N.C. estamos coordinando una iniciativa sin duda histórica, para apoyar a las PyMES en el país. La estrategia principal consiste en establecer un Programa Obligatorio de Compras del Gobierno Federal hacia las pequeñas y medianas empresas mexicanas. Dicho programa pretende que en el año 2012, el 35% de las adquisiciones públicas se canalicen a este segmento productivo, principal generador del Producto Interno Bruto y de empleo.

Para tal fin, un primer paso es la incorporación obligatoria de todos las Dependencias y Entidades al Programa Cadenas Productivas de Nacional Financiera, S.N.C., lo que nos permitirá conocer en forma consolidada la situación actual de la proveeduría gubernamental y proponer metas anuales en materia de compras de gobierno a PyMES a partir del 2008.

En este contexto, tengo el agrado de invitarte a incorporar tu empresa al programa, para que goce de los beneficios que éste le brinda:

Cadenas Productivas ofrece:

- *Adelantar el cobro de las facturas mediante el descuento electrónico*
  - *Obtener liquidez para realizar más negocios*
  - *Mejorar la eficiencia del capital de trabajo*
  - *Agilizar y reducir los costos de cobranza*
  - *Realizar las transacciones desde la empresa en un sistema amigable y sencillo, www.nafin.com*
  - *Realizar en caso necesario, operaciones vía telefónica a través del Call Center 50 89 61 07 y 01800 NAFINSA (623 46 72)*
- *Acceder a capacitación y asistencia técnica gratuita*
- *Recibir información*
- *Formar parte del Directorio de compras del Gobierno Federal*

Características descuento ó factoraje electrónico:

- *Anticipar la totalidad de su cuenta por cobrar (documento)*
- *Descuento aplicable a tasas preferenciales*
- *Sin garantías, ni otros costos ó comisiones adicionales*
- *Contar con la disposición de los recursos en un plazo no mayor a 24 hrs, en forma electrónica y eligiendo al intermediario financiero de su preferencia*

Afiliarse al programa es por única vez y no es necesario realizar el proceso nuevamente en alguna otra dependencia o entidad, no tiene ningún costo; en caso de requerirlo podrás hacer el cobro anticipado en la página www.nafin.com o bien vía telefónica.

A fin de facilitar tu afiliación, te agradeceré comunicarte a los teléfonos 50.89.61.07 y 01800 NAFINSA, donde el personal de Nacional Financiera, S.N.C. te orientará para la entrega de los documentos relacionados en el documento anexo y la formalización del convenio en un término de cinco días.

Al concretar tu afiliación tendrás como beneficio formar parte del Directorio de Compras y contar con la oportunidad de ampliar tus ventas a todas las dependencias y entidades del Gobierno Federal.

Reitero nuestro agradecimiento por tu participación y aprovecho la ocasión para enviarte un cordial saludo.

Atentamente

24

LISTA DE DOCUMENTOS PARA LA INTEGRACIÓN DEL EXPEDIENTE DE AFILIACIÓN AL PROGRAMA DE CADENAS PRODUCTIVAS.

1.- Carta Requerimiento de Afiliación, Fallo o Pedido.
Debidamente firmada por el área usuaria compradora

2.- **Copia simple del Acta Constitutiva (Escritura con la que se constituye o crea la empresa).
Esta escritura debe estar debidamente inscrita en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio.
Debe anexarse completa y legible en todas las hojas.

3.- **Copia simple de la Escritura de Reformas (modificaciones a los estatutos de la empresa)
Cambios de razón social, fusiones, cambios de administración, etc.,
Estar debidamente inscrita en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio.
Completa y legible en todas las hojas.

4.- **Copia simple de la escritura pública mediante la cual se haga constar los Poderes y Facultades del Representante Legal para Actos de Dominio.
Esta escritura debe estar debidamente inscrita en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio.
Debe anexarse completa y legible en todas las hojas.

5.- Comprobante de domicilio Fiscal
Vigencia no mayor a 2 meses
Comprobante de domicilio oficial (Recibo de agua, Luz, Teléfono fijo, predio)
Debe estar a nombre de la empresa, en caso de no ser así, adjuntar contrato de arrendamiento, comodato.

6.- Identificación Oficial Vigente del (los) representante(es) legal(es), con actos de dominio
Credencial de elector; pasaporte vigente ó FM2 (para extranjeros)
La firma deberá coincidir con la del convenio

7.- Alta en Hacienda y sus modificaciones
Formato R-1 ó R-2 en caso de haber cambios de situación fiscal (razón social o domicilio fiscal)
En caso de no tener las actualizaciones, pondrán obtenerlas de la página del SAT.

8.- Cédula del Registro Federal de Contribuyentes (RFC, Hoja Azul)

9.- Estado de Cuenta Bancario donde se depositarán los recursos
Sucursal, plaza, CLABE interbancaria
Vigencia no mayor a 2 meses
Estado de cuenta que emite la Institución Financiera y llega su domicilio.

La documentación arriba descrita, es necesaria para que la promotoría genere los contratos que le permitirán terminar el proceso de afiliación una vez firmados, los cuales constituyen una parte fundamental del expediente:

Contrato de descuento automático Cadenas Productivas
Firmado por el representante legal con poderes de dominio.
2 convenios con firmas originales

Contratos Originales de cada Intermediario Financiero.
Firmado por el representante legal con poderes de dominio.

(Únicamente, para personas Morales)**

Usted podrá contactarse con la Promotoría que va a afiliarlo llamando al 01-800- NAFINSA (01-800-6234672) ó al 50-89-61-07; ó acudir a las oficinas de Nacional Financiera en:
Av. Insurgentes Sur no. 1971, Col Guadalupe Inn, C.P. 01020, Delegación Álvaro Obregón, en el Edificio Anexo, nivel Jardín, área de Atención a Clientes.

Estimado Proveedor del Gobierno Federal:

Con el propósito de iniciar su proceso de afiliación a la Cadena Productiva, es importante que me proporcione la información abajo indicada; con lo anterior, estaré en posibilidad de generar los contratos y convenios, mismos que a la brevedad le enviaré vía correo electrónico.

Información requerida para Afiliación a la Cadena Productiva

Cadena(s) a la que desea afiliarse:

•
•
•
•

Número(s) de proveedor (opcional):
•
•

Datos generales de la empresa.

Razón Social:
Fecha de alta SHCP:
R.F.C.:
Domicilio Fiscal: Calle:
No.:
C.P.:
Colonia:
Ciudad:
Teléfono (incluir clave LADA):
Fax (incluir clave LADA):
e-mail:
Nacionalidad:
Datos de constitución de la sociedad: **(Acta Constitutiva / Persona Moral)**
No. de la Escritura:

Fecha de la Escritura:____

Datos del Registro Público de Comercio
Fecha de Inscripción:
Entidad Federativa:
Delegación ó municipio:
Folio:
Fecha del folio :
Libro:_
Partida:
Fojas:
Nombre del Notario Publico:_
No. de Notaria:
Entidad del Corredor ó Notario:
Delegación o municipio del corredor ó Notario:

26

Datos de inscripción y registro de poderes para actos de dominio (Persona Moral):
(Acta de poderes y/o acta constitutiva)
No. de la Escritura:
Fecha de la Escritura:
Tipo de Poder: Único ( ) Mancomunado ( ) Consejo ( )

Datos del registro público de la propiedad y el comercio (Persona Moral):
Fecha de inscripción:
Entidad Federativa:
Delegación ó municipio:
Folio:
Fecha del folio :
Libro:
Partida:
Fojas:
Nombre del Notario Público:
No. de Notaría:
Entidad del Corredor ó Notario:
Delegación o municipio del corredor ó Notario:

Datos del representante legal con actos de administración o dominio:
Nombre:
Estado civil:
Fecha de nacimiento:
R.F.C.:
Fecha de alta SHCP:
Teléfono:
Fax (incluir clave LADA):
e-mail:
Nacionalidad:
Tipo de identificación oficial: Credencial IFE ( ) Pasaporte Vigente ( ) FM2 ó FM3 extranjeros ( )
No. de la identificación(si es IFE poner el No. que esta en la parte donde esta su firma):
Domicilio Fiscal: Calle:
No.:
C.P.:
Colonia:
Ciudad:

Datos del banco donde se depositarán recursos:

Moneda: pesos (X) dólares ( )
Nombre del banco:
No. de cuenta (11 dígitos):
Plaza:
No. de sucursal:
CLABE bancaria:(18 dígitos):
Régimen: Mancomunada ( )
Individual ( )
Indistinta ( )
Organo colegiado ( )

27

Persona(s) autorizada(s) por la PyME para la entrega y uso de claves:

Nombre:
Puesto:
Teléfono (incluir clave LADA):
Fax:
e-mail:

Actividad empresarial:

Fecha de inicio de operaciones:
Personal ocupado:
Actividad ó giro:
Empleos a generar:
Principales productos:

Ventas (último ejercicio) anuales:
Netas exportación:
Activo total (aprox.):
Capital contable (aprox.)
Requiere Financiamiento SI NO

ANEXO 14

ACUERDO por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Economía.

Con fundamento en los artículos 34 fracciones I, XXIV y XXXI, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 5, fracción XVI, del Reglamento Interior de la Secretaría de Economía, 2 y 3, fracción III, de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, y

CONSIDERANDO

Que el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 señala como uno de sus objetivos lograr una economía competitiva mediante el aumento de la productividad, la inversión en infraestructura, el fortalecimiento del mercado interno y la creación de condiciones favorables para el desarrollo de las empresas, especialmente las micro, pequeñas y medianas;

Que las micro, pequeñas y medianas empresas son un elemento fundamental para el desarrollo económico de los países, tanto por su contribución al empleo, como por su aportación al Producto Interno Bruto, constituyendo, en el caso de México, más del 99% del total de las unidades económicas del país, representando alrededor del 52% del Producto Interno Bruto y contribuyendo a generar más del 70% de los empleos formales;

Que la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa tiene como objeto promover el desarrollo económico nacional a través del fomento a la creación de micro, pequeñas y medianas empresas y el apoyo para su viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad, así como incrementar su participación en los mercados, en un marco de crecientes encadenamientos productivos que generen mayor valor agregado nacional, y

Que de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público se considera necesario establecer una estratificación que partiendo del número de trabajadores tome en cuenta un criterio de ventas anuales, con el fin de evitar la discriminación en contra de empresas intensivas en mano de obra y de que empresas que tienen ventas significativamente altas participen en programas diseñados para micro, pequeñas y medianas empresas, se expide el siguiente:

ACUERDO

Primero. El presente Acuerdo tiene por objeto establecer la estratificación bajo la cual se catalogarán las micro, pequeñas y medianas empresas, para efectos del artículo 3, fracción III, de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Segundo. Se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas, de conformidad con los siguientes criterios:

Estratificación				
Tamaño	**Sector**	**Rango de número de trabajadores**	**Rango de monto de ventas anuales (mdp)**	**Tope máximo combinado***
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta $4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde $4.01 hasta $100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde $4.01 hasta $100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde $100.01 hasta $250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde $100.01 hasta $250	250

***Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%.**

Tercero. El tamaño de la empresa se determinará a partir del puntaje obtenido conforme a la siguiente fórmula: Puntaje de la empresa = (Número de trabajadores) X 10% + (Monto de Ventas Anuales) X 90%, el cual debe ser igual o menor al Tope Máximo Combinado de su categoría.

TRANSITORIOS

Primero. El presente Acuerdo entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo. Quienes de conformidad con la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa apliquen la estratificación que en la misma se prevé, tendrán un plazo no mayor a 30 días naturales para adecuarse a lo establecido en el presente Acuerdo.

Tercero. Los trámites administrativos de las micro, pequeñas y medianas empresas que se encuentren en proceso de resolución al momento de la entrada en vigor del presente Acuerdo, atenderán a la estratificación prevista por el artículo 3, fracción III, de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

México, D.F., a 25 de junio de 2009.- El Secretario de Economía, **Gerardo Ruiz Mateos**.- Rúbrica.

SECRETARIA DE LA FUNCION PUBLICA

SUBSECRETARÍA DE ATENCIÓN CIUDADANA Y NORMATIVIDAD.
UNIDAD DE NORMATIVIDAD DE CONTRATACIONES PÚBLICAS

OFICIO CIRCULAR No. UNCP/309/TU/ 00427 /2009

ANEXO

FORMATO PARA LA MANIFESTACIÓN QUE DEBERÁN PRESENTAR LOS LICITANTES QUE PARTICIPEN EN LOS PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN PARA DAR CUMPLIMIENTO A LO DISPUESTO EN LOS LINEAMIENTOS PARA FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN LOS PROCEDIMIENTOS DE ADQUISICIÓN Y ARRENDAMIENTO DE BIENES MUEBLES, ASÍ COMO LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS QUE REALICEN LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL.

_____de _____ de _____ (1)

_____(2)_____

P r e s e n t e.

Me refiero al procedimiento _____(3)_____ No. __(4)____ en el que mi representada, la empresa _____(5)_____ participa a través de la propuesta que se contiene en el presente sobre.

Sobre el particular, y en los términos de lo previsto por los *"Lineamientos para fomentar la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas en los procedimientos de adquisición y arrendamiento de bienes muebles así como la contratación de servicios que realicen las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal"*, declaro bajo protesta decir verdad, que mi representada pertenece al sector_(6)___, cuenta con ___(7)___ empleados de planta registrados ante el IMSS y con ___(8)___ personas subcontratadas y que el monto de las ventas anuales de mi representada es de _____(9)_____ obtenido en el ejercicio fiscal correspondiente a la última declaración anual de impuestos federales. Considerando lo anterior, mi representada se encuentra en el rango de una empresa (10) , atendiendo a lo siguiente:

Estratificación				
Tamaño (10)	Sector (6)	Rango de número de trabajadores (7) + (8)	Rango de monto de ventas anuales (mdp) (9)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta $4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde $4.01 hasta $100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde $4.01 hasta $100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde $100.01 Hasta $250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde $100.01 Hasta $250	250

***Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%)**

(7) (8) El número de trabajadores será el que resulte de la sumatoria de los puntos (7) y (8)

Insurgentes Sur No. 1735, Col. Guadalupe Inn, Deleg. Álvaro Obregón, México, D.F. 01020
Tel. Conmutador +52 (55) 2000 3000 www.funcionpublica.gob.mx

3

SUBSECRETARÍA DE ATENCIÓN CIUDADANA Y NORMATIVIDAD.
UNIDAD DE NORMATIVIDAD DE CONTRATACIONES PÚBLICAS

OFICIO CIRCULAR No. UNCP/309/TU/ 00427 /2009

SECRETARIA DE LA FUNCION PUBLICA

(10) El Tamaño de la empresa se determinará a partir del puntaje obtenido conforme a la siguiente fórmula: Puntaje de la empresa = (Número de trabajadores) X 10% + (Monto de Ventas Anuales) X 90% el cual debe ser igual o menor al Tope Máximo Combinado de su categoría.

Asimismo, manifiesto, bajo protesta de decir verdad, que el Registro Federal de Contribuyentes de mi representada es:_____(11)_____; y que el Registro Federal de Contribuyentes del (los) fabricante(s) de los bienes que integran mi oferta, es (son):_____(12)_____.

ATENTAMENTE
_____(13)_____

INSTRUCTIVO

INSTRUCTIVO PARA EL LLENADO DEL FORMATO PARA LA MANIFESTACIÓN QUE DEBERÁN PRESENTAR LOS LICITANTES PARA DAR CUMPLIMIENTO A LO DISPUESTO EN LOS LINEAMIENTOS PARA FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN LOS PROCEDIMIENTOS DE ADQUISICIÓN Y ARRENDAMIENTO DE BIENES MUEBLES ASÍ COMO LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS QUE REALICEN LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL

NUMERO	DESCRIPCION
1	Señalar la fecha de suscripción del documento.
2	Anotar el nombre de la dependencia o entidad convocante.
3	Precisar el procedimiento de que se trate, licitación pública, invitación a cuando menos tres personas o adjudicación directa.
4	Indicar el número respectivo del procedimiento.
5	Citar el nombre o razón social o denominación de la empresa.
6	Indicar con letra el sector al que pertenece (Industria, Comercio o Servicios)
7	Anotar el número de trabajadores de planta inscritos en el IMSS.
8	En su caso, anotar el número de personas subcontratadas.
9	Señalar el rango de monto de ventas anuales en millones de pesos (mdp), conforme al reporte de su ejercicio fiscal correspondiente a la última declaración anual de impuestos federales.
10	Señalar con letra el tamaño de la empresa (Micro, Pequeña o Mediana), conforme a la fórmula anotada al pie del cuadro de estratificación.
11	Indicar el Registro Federal de Contribuyentes del licitante
12	Cuando el procedimiento tenga por objeto la adquisición de bienes y el licitante y fabricante sean personas distintas, indicar el Registro Federal de Contribuyentes del (los) fabricante(s) de los bienes que integran la oferta.
13	Anotar el nombre y firma del representante de la empresa licitante.

Insurgentes Sur No. 1735, Col. Guadalupe Inn, Deleg. Álvaro Obregón, México, D.F. 01020
Tel. Conmutador +52 (55) 2000 3000 www.funcionpublica.gob.mx

4

ANEXO 15
LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL PLURIANUAL NO. 06810001-008-09
Capítulo 3 Punto 1 Documento 2

México, D.F. a __ de _____ de 2009

PRONÓSTICOS PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
Av. Insurgentes Sur No 1397,
Col. Insurgentes Mixcoac,
C.P. 03920, México, D.F.
P R E S E N T E

De conformidad con la Convocatoria de la Licitación Pública Nacional Plurianual No. 06810001-008-09 para la contratación de los **Servicios Integrales de Mercadotecnia, Investigaciones de Mercados, Publicidad y Promoción". "**Quien suscribe (Nombre del Representante Legal), manifiesto bajo protesta de decir verdad, que (Nombre del Licitante) a quien represento:

☑ *Que cuento con facultades suficientes para comprometerme por mi o por mi representada, a cada una de las condiciones establecidas en esta convocatoria así como cumplir con las obligaciones que deriven del pedido y/o contrato respectivo.*

_____

NOMBRE Y FIRMA AUTÓGRAFA
DEL REPRESENTANTE LEGAL

Nota: El presente formato podrá ser reproducido por cada participante en el modo que estime conveniente, sujetándose a lo solicitado en la convocatoria de licitación.

ANEXO TÉCNICO DE LA

CONVOCATORIA A LA LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL PLURIANUAL NO. 06810001-008-09 PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS "SERVICIOS INTEGRALES DE MERCADOTECNIA, INVESTIGACIONES DE MERCADOS, PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN".

ANEXO TÉCNICO DE LA

CONVOCATORIA A LA LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL PLURIANUAL NO. 06810001-008-09 PARA LA CONTRATACIÓN DE: "Servicios integrales de Mercadotecnia, Investigación de Mercados, Publicidad y Promoción".

CAPÍTULO 1
GENERALIDADES

"Servicios integrales para la instrumentación, producción y ejecución de campañas de mercadotecnia, investigación de mercados, publicidad, promoción, comunicación y BTL"

A. OBJETIVO DEL SERVICIO.

Pronósticos para la Asistencia Pública requiere los servicios integrales **para la instrumentación, producción y ejecución de campañas de mercadotecnia, investigación de mercados, publicidad, promoción, comunicación y BTL, a través medios alternativos de publicidad, medios masivos y material para promoción en el punto de venta, así como la producción de eventos promocionales de sus embajadores y de comunicación en relación a los productos actuales y nuevos, para los años 2009, 2010, 2011 y 2012** que ayuden al cumplimiento de los objetivos de la Entidad en cuanto a ventas, registros y posicionamiento.

B. VIGENCIA.

El período de vigencia inicia el día 1 de noviembre del 2009 y concluye hasta el día 31 de diciembre del 2012.

C. TIPO DE CONTRATO.

Contrato Abierto.

CAPÍTULO 2
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

A. REQUERIMIENTOS GENERALES DEL SERVICIO.

12. Los trabajos derivados de la contratación del servicio integral para la instrumentación, producción y ejecución de campañas de mercadotecnia, publicidad, comunicación externa e interna a sus instalaciones (a través de módulos o stands), medios alternativos de publicidad, medios masivos y material para promoción en el punto de venta, así como la realización de eventos e investigaciones de mercado, en relación a los productos actuales y nuevos, además de sus embajadores para los años 2009, 2010, 2011 y 2012, deberán de ser entregados para su aprobación y validación, en las oficinas de la Subdirección General de Mercadotecnia, ubicada en Insurgentes Sur Nº 1397 piso 10, Col. Insurgentes Mixcoac, C.P. 03920, México D.F.

    El área que coordinará, supervisará y validará los trabajos a contratar será la Subdirección General de Mercadotecnia.

    Los servicios que se contraten a través de esta licitación serán desarrollados conforme al programa establecido en este anexo técnico.

13. El licitante ganador deberá asignar un equipo de trabajo (descrito en inciso D punto 4 de este Capítulo) para atender las necesidades de la cuenta, dicho equipo deberá estar a disposición de la Entidad en un horario normal de 9 a 18 horas. Adicionalmente, el licitante ganador deberá asignar una guardia permanente para casos de emergencia. El licitante ganador deberá asignar 2 personas con capacidad de diseño creativo y con el equipo necesario para atender las necesidades de diseño en las instalaciones de Pronósticos para la Asistencia Pública, dicho personal deberá estar a disposición de la Entidad en un horario de 9 a 18 horas de lunes a viernes.

14. El licitante ganador deberá procurar no hacer cambios en el personal a cargo de la cuenta; en caso de hacerlos se deberá solicitar previamente autorización por escrito de la Entidad, tomando en cuenta que la persona que sustituya tenga, por lo menos, el mismo nivel y experiencia de su antecesor.

15. La Entidad podrá solicitar en cualquier momento a el licitante ganador el cambio del personal a cargo de la cuenta en caso de que ésta considere que no cumple con los requerimientos necesarios para la atención de la cuenta. Tal solicitud deberá realizarse por escrito, manifestando las razones que se tengan para el cambio.

16. Cualquier modificación en los objetivos específicos de los trabajos, las fechas de realización de los mismos y cualquier otro cambio en los proyectos aquí descritos deberán ser aprobados de común acuerdo entre la Entidad y el proveedor. En todo caso, deberá quedar constancia de todos los acuerdos mediante reportes de conferencia que deberá realizar el licitante ganador.

17. El licitante ganador deberá realizar presentaciones ejecutivas de los resultados de las investigaciones y de las campañas en las instalaciones que para tal efecto indique la Entidad.

18. Previo a la producción de cualquier material, el licitante ganador deberá contar con la aprobación del presupuesto por parte de la Entidad.

19. El licitante ganador deberá realizar los cambios requeridos hasta que el material quede a entera satisfacción de la Entidad previo a la producción de los mismos; una vez producidos, si la Entidad solicita cambios adicionales, éstos implicarán un costo adicional, mismo que deberá ser autorizado por la Entidad previo a su realización.

20. La Entidad tendrá derecho a recibir información sobre el progreso de cada proyecto y a supervisar las fases que juzgue necesario.

21. Los productos que resulten de los trabajos realizados, tales como documentos, reportes, presentaciones o bases de datos serán propiedad exclusiva de la Entidad.

22. Los reportes, bienes y servicios serán entregados en las instalaciones de la Sub-Dirección General de Mercadotecnia ubicadas en Insurgentes Sur No. 1397, Piso 10, Col. Insurgentes Mixcoac, C.P. 03920, México D.F.

B. BRIEF PARA LA CAMPAÑA DE "MELATE REVANCHA".

Los licitantes deberán presentar una campaña de publicidad del producto MELATE REVANCHA, en el Capítulo 4 punto 3 de este anexo técnico, se encuentran los criterios para la realización de dicha campaña, para lo cual se adjunta el siguiente brief:

1. Descripción del juego de Melate

- Melate es un juego de números escogidos al azar que te ofrece la posibilidad de hacerte millonario.
- Para participar debes elegir una combinación de 6 números del 1 al 56; también tienes la oportunidad de comprar números adicionales 7, 8, 9 ó 10 para tener más oportunidades de ganar.
- Revancha es un sorteo de números que te ofrece una segunda oportunidad de ganar premios millonarios con los mismos números que elegiste para participar en el Melate, es decir tus corazonadas valen por dos.
- Si quieres participar en Revancha, sólo paga $5.00 adicionales y listo, tu combinación participará en ambos sorteos. La bolsa comienza en 6 millones de pesos y se va acumulando.
- Lo único que tienes que hacer es marcar en la boleta de Melate la casilla de "Revancha".
- Con Melate y Revancha puedes jugar números adicionales, el costo de tu participación será mayor, pero tu probabilidad de ganar será también mayor.
- Utiliza la siguiente tabla para calcular el costo de tu participación y la cantidad de combinaciones sencillas (de seis números) con que participas.
- Puedes participar de 3 formas:

Cantidad de números comprados	Cantidad de combinaciones sencillas	Costo de tu combinación de Melate	Costo con Revancha
6	1	$15.00	$20.00
7	7	$105.00	$140.00
8	28	$420.00	$560.00
9	84	$1,260.00	$1,680.00
10	210	$3,150.00	$4,200.00

a) Llena un volante de juego.

- El volante contiene 3 casilleros de la A a la C para que puedas jugar hasta 3 combinaciones de tus seis números favoritos de Melate con Revancha, donde una vez seleccionados los números de Melate solo tienes que marcar el casillero de Revancha para participar en este sorteo. Llenando los casilleros de izquierda a derecha, usando lápiz o pluma con tinta azul o negro.
- Llenar un volante de juego:

  B) Antes de llenar los casilleros, si prefieres jugar combinaciones múltiples marca el número 7,8,9 ó 10 correspondiente en la columna "Cantidad de números comprados" que se encuentra en la parte inferior izquierda del volante.

  C) En el casillero marca muy bien los cuadros de los números "QUE MAS TE LATAN" DEL 1 AL 56.

  D) Para participar con Revancha, marca el cuadro que dice REVANCHA

  E) En caso de error no borres, marca NULO en el casillero correspondiente y utiliza por favor el siguiente casillero.

  F) Paga por cada combinación sencilla $15.00 y recibirás un boleto de tu agente el cual deberás conservar ya que es tu comprobante oficial de participación.

b) Dicta tus combinaciones al agente para que éste las ingrese manualmente al sistema.

c) Solicita un Melático con Revancha, donde el sistema te elige al azar la combinación de seis números con que participarás, así dejas todo en manos de la suerte.

En cualquiera de las 3 formas de jugar la terminal emitirá el boleto correspondiente que es tu comprobante oficial en caso de que ganes y quieras cobrar un premio.
"Coperacha", es una modalidad de Melate donde te podrás juntar con tus amigos/familia/etc.… y comprar 30 combinaciones para participar en el único sorteo que los hará millonarios.
Además no tendrás el problema de cobrar tu premio si resultas ganador, porque tendrás tu propio boleto de participación.
Melate y Revancha le ofrecen al consumidor la oportunidad de hacer su "Coperacha" con todas las ventajas y medidas de seguridad que nos da la tecnología.
Las características de la "Coperacha" son:

- 30 combinaciones sencillas (6 números) de Melate con Revancha
- Su precio es de $600.00
- Se imprimirá en 5 boletos físicos (5 participaciones), cada uno con un precio del 20% del precio total; por lo tanto: el precio de una participación es de $120.00
- Cada una de las 5 participaciones tendrán impresos las 30 combinaciones
- Cada participante tendrá su boleto para cobrar su parte proporcional de premio, en caso de resultar ganadora alguna de sus combinaciones.
- Las 30 combinaciones de la "Coperacha Melate" participarán en el mismo sorteo.

d) El sorteo

Puedes asistir si lo deseas, a los sorteos de los miércoles y domingos que se realizan en nuestra Oficina Central ubicada en Insurgentes Sur No.1397, Col. Insurgentes Mixcoac. Aquí podrás ver que los sorteos se realizan con total transparencia. En el caso de Melate, se seleccionan en forma totalmente aleatoria 7 números. A los primeros 6 se les denomina números naturales y al último se le denomina número adicional. Para ser un ganador, tus números deberán contener un mínimo de 2 números naturales. Mientras más números coincidan, mayor será tu premio.

En el caso de Revancha, se seleccionan en forma totalmente aleatoria 6 números naturales.

2.-Situación del Mercado

En la actualidad, Melate es la marca más prestigiada e importante de Pronósticos para la Asistencia Pública.

Hoy por hoy es una de las 32 marcas más reconocida a nivel nacional; su slogan "¿Y tú, ya te viste?" ha trascendido y actualmente es usado como expresión popular.
Existe una gran oportunidad de capitalizar el sueño de hacerte millonario a través de desarrollar una cultura de juego de azar.

3. Competencia

Directa

- Lotto Millonario
- Súper Multiplicador

Indirecta

- Lotería
- Otros sorteos de Multijuegos
- Otros jugos en Línea
- Instantáneos
- Telejuegos
- Hipódromo de las Américas
- Promociones de productos de consumo / comerciales
- Bingos , Yaks, sorteos, tandas

4.- Objetivo de Comunicación y/o Publicidad

- Crear la expectativa de verte millonario
- Revitalizar la imagen de Melate
- Captar la atención de posibles compradores , incrementando así la base de la compra
- Crear la confianza en el producto
- Comunicar y dar a conocer que en Melate es muy fácil de participar

5.- Posicionamiento de la Marca (beneficio, promesa y razonamiento).

- Beneficio: Si compras Melate y salen 6 números iguales a los que escogiste y eres millonario
- Promesa: Sueña cuantas cosas puedes resolver, hacer y realizar si te sacas el Melate.
- Razonamiento: Con Melate tienes la posibilidad de jugar en diferentes modalidades de juego, desde sencillas hasta sofisticadas mostrando la confianza en su propia suerte.

6 .- Target (demográfico y psicográfico).

Demográfico

- Primario: Hombres y Mujeres de 36 a 45 años de edad de nivel socioeconómico C Típico
- Secundario: Hombres y mujeres de 18 a 56 años de edad de nivel socioeconómico AB,C y D

Psicográfico

- Todas aquellas personas (jóvenes y adultos) aficionadas al juego con esperanzas y sueños de hacerse millonarios a través de un juego de azar, siendo esta una manera muy sencilla y fácil de obtener mucho dinero.
- Para todo tipo de personas mayores de edad que sueñen y busquen hacerse millonario.

7.- ¿ Cuál es el efecto que quieren haga la publicidad/comunicación en el consumidor ?

- Que las personas que juegan Melate, incrementen su monto de juego y/o frecuencia.
- Que las personas que no conozcan Melate aprendan a jugarlo así como que lo jueguen.

8.- ¿Cuál es el beneficio principal que debemos ofrecer?

Sueña cuantas cosas puedes resolver, hacer y realizar si te sacas el Melate.

9.- Razones para creer

- Sorteo que se maneja con gran trasparencia ya que intervienen: un Inspector de SEGOB, distintos funcionarios de Pronósticos, Personalidades Mexicanas reconocidas (Embajadores) y se realiza siempre en presencia del público en general.
- Las esferas con los números se pesan antes de todos los sorteos para verificar que no exista una diferencia en peso mayor de .015 g y todas tengan la misma oportunidad de ser seleccionadas, y tómbolas verificadas de que no pueden ser manipuladas

10.- Otras consideraciones sin ser obligatorias

- El Slogan de Melate Revancha es "Y tú, ya te viste"
- Incluir logo y slogan Institucional "Pronósticos, Juégatela con México"

C. REQUERIMIENTOS ESPECÍFICOS DEL SERVICIO.

Los servicios requeridos se dividen en rubros para su mejor comprensión, en cada Rubro se encuentra el detalle de cada servicio así como la información necesaria para que los licitantes puedan presentar sus proposiciones económicas.

RUBRO 1: DIAGNOSTICO Y DESARROLLO DE ESTRATEGIA DE MARCA:

La Entidad busca:

- Desarrollar la estrategia global de Pronósticos para la Asistencia Pública y de ahí segmentar, posicionar y promover las oportunidades para los productos actuales, nuevos, así como para las marcas de la Entidad.
- Identificar el mercado objetivo y su oportunidad para cada producto y maraca.
- Análisis de la competencia directa e indirecta.
- Identificación de nichos de oportunidad para reubicación de productos actuales y/o nuevos, en el mercado.
- Desarrollo estratégico de la marca institucional (Pronósticos para la Asistencia Pública) y de cada marca de la Entidad.
- Análisis de puntos de venta para evaluación y propuesta de oportunidades en relación a estrategia, productos y materiales punto de venta.

En este rubro se considera el análisis y estrategia de comunicación para la realización de spots de Radios, TV, Cine, Periódicos, Espectaculares, material punto de venta, eventos, videos, capsulas de sorteos, etc.

El licitante ganador deberá presentar un reporte detallado del diagnostico y desarrollo de estrategia de marca que realizo en el mes.

El desarrollo de una estrategia integral de comunicación para Pronósticos para la Asistencia Pública y sus diferentes marcas y productos deberá contener lo siguiente:

- Definición de fundamentos conceptuales de la comunicación de la Entidad.
- Definición de los objetivos estratégicos de las comunicaciones.
- Definición de áreas y tareas de intervención comunicativa.
- Identificación de áreas de oportunidad para las marcas.
- Definición de atributos, personalidad y arquitectura de las marcas.
- Definición de valores positivos sobre los que se deben construir las comunicaciones para mejorar la percepción actual.
- Definición de aspectos de comunicación claves que deberán resaltarse para la diferenciación entre las marcas.
- Plataforma de posicionamientos, tanto global para Pronósticos para la Asistencia Pública como para cada producto.
- Brief para creativos.
- Desarrollo de estrategia creativa.

Este rubro deberá cotizarse mediante una iguala mensual para cada ejercicio fiscal, 2009, 2010, 2011 y 2012.

El servicio de diagnostico y desarrollo de estrategias de marcas deberá facturarse mensualmente.

Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar la siguiente tabla. Se considera como costo unitario lo equivalente a una mensualidad, la cual se multiplicará por el periodo del servicio (meses requeridos) para obtener el subtotal.

DESCRIPCIÓN		COSTO UNITARIO	PERIODO DEL SERVICIO (MESES)	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
1	**Diagnostico y Desarrollo de Estrategia de Marca**		**38**			

RUBRO 2: DISEÑO Y DESARROLLO CREATIVO DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

La Entidad busca obtener el desarrollo de campañas creativas y de comunicación basadas en el análisis, desarrollo y oportunidad estratégica, así como la posible oportunidad de desarrollar campañas integrales de comunicación.
El área creativa deberá tomar en cuenta las oportunidades estratégicas y creativas, tanto nacionales como internacionales.
El área creativa deberá presentar para cada propuesta de campaña creativa su racional creativo correspondiente, ya sea globalmente para Pronósticos para la Asistencia Pública como para cada marca.
Cada propuesta creativa deberá presentarse con 3 opciones distintas.

Los objetivos, temáticas específicas de las campañas y sus características se definirán con base en los resultados de las investigaciones de mercado y el posicionamiento, lo que a su vez podrá variar dependiendo de las necesidades particulares de la Entidad.

El diseño y desarrollo creativo para la realización de campañas debe basarse en la realización de los siguientes materiales y servicios, los cuales están indicados en las siguientes tablas.

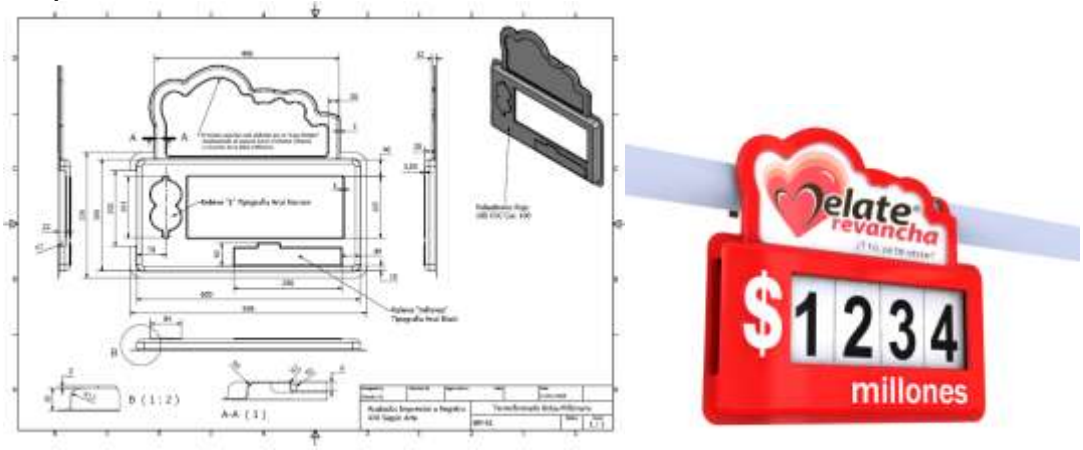
1. Diseño Industrial para fabricación de Material Punto de Venta.

Se entenderá por diseño industrial aquel que requiera planos técnicos para su fabricación. Se debe tomar en cuenta que los diseños deben ser detallados y contener especificaciones de fabricación.

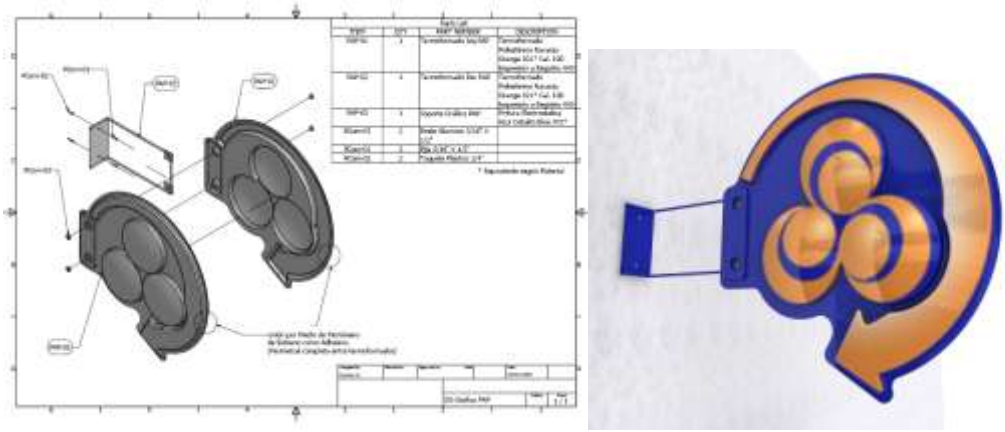
Ejemplo

Características del diseño industrial de Material Punto de Venta para Fabricación

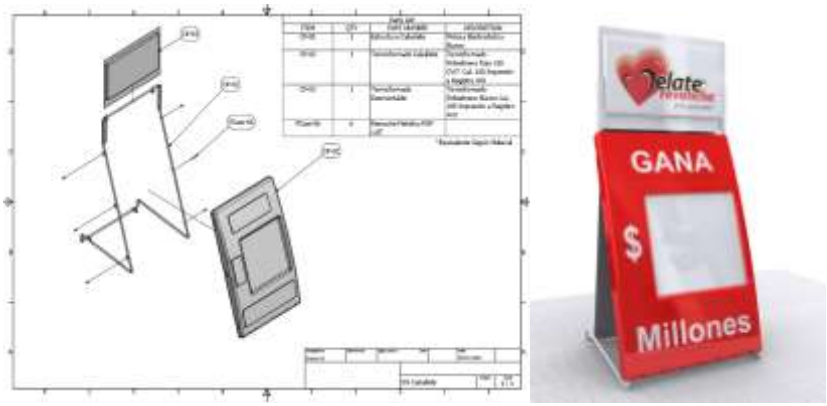
a) Bolsa Millonaria Melate Plano Técnico



b) Logo PAP Grande Plano Técnico



c) Caballete Plano Técnico



Las imágenes que se muestran de los planos técnicos son sólo ejemplos de los diseños que requiere la Entidad.

Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar las siguientes tablas.
Se considerará como costo unitario al precio que presente el licitante por diseño individual de cada Material Punto de Venta a diseñar (POP).

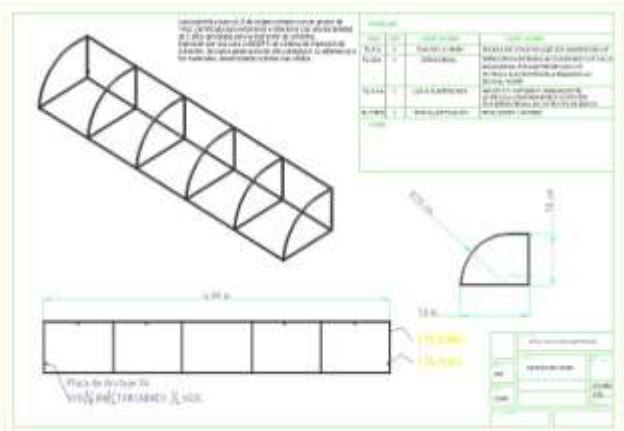
Los licitantes deberán presentar su Proposición económica, tanto para el diseño creativo denominado "Boceto", como para el desarrollo creativo (diseño final) denominado "Archivo Final de Planos Industriales".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño Industrial de Material Punto de Venta (POP)	Boceto		45	112		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño Industrial de Material POP	Archivo Final de Planos Industriales		15	37		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

2. Diseño Industrial para fabricación de Toldos

a) Características de Toldos Plano Técnico



La imagen que se muestra de los planos técnicos es sólo una referencia de los diseños que requiere la Entidad.
Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar las siguientes tablas.
Se considerará como costo unitario al precio que presente el licitante por diseño individual de cada Toldo.
Los licitantes deberán presentar su Proposición económica, tanto para el diseño creativo denominado "Boceto", como para el desarrollo creativo (diseño final) denominado "Archivo Final de Planos Industriales".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño Industrial de Toldos	**Boceto**		**3**	**7**		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño Industrial de Toldos	**Archivo Final de Planos Industriales**		**1**	**2**		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

3. Diseño de Material Punto de Venta en estireno sin termoformado, lámina, coroplast, vinil autoadherible, platico y frozen.

Nota: Estos diseños pueden incluir algún doblez.

Ejemplos.

Estireno Sin Termoformado

Frozzen	calcomania frozzen
Coroplast	colgante caja
Lámina	stopper
Vinil Auto adherible	vinil autoadherible

Las imágenes que se muestran es sólo un ejemplo de los diseños que requiere la Enidad.
Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar las siguientes tablas.
Se considerará como costo unitario al precio que presente el licitante por diseño individual de cada Material.
Los licitantes deberán presentar su Proposición económica, tanto para el diseño creativo denominado "Boceto", como para el desarrollo creativo (diseño final) denominado "Original".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño de Material POP	Boceto		54	135		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño de Material POP	Original		18	45		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

4. Diseño de Materiales Impresos.

Se consideran todos los posibles diseños de Materiales en papel, cartón, lonas y autoadheribles.

Las imágenes que se muestran es sólo un ejemplo de los diseños que requiere la Entidad.
Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar las siguientes tablas.
Se considerará como costo unitario al precio que presente el licitante por diseño individual de cada Material.
Los licitantes deberán presentar su Proposición económica, tanto para el diseño creativo denominado "Boceto", como para el desarrollo creativo (diseño final) denominado "Original".

Ejemplos Calendarios de Progol y de Protouch, se adjuntan muestras a la licitación

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Póster Embajadores 50 x 50 a 1.20 x 1.20	Boceto		366	915		
Póster POP 50 x 50 a 1.20 x 1.20	Boceto		18	45		
Mini Póster menor de 50 x 50	Boceto		732	1830		
Postales	Boceto		366	915		
Volantes	Boceto		9	22		
Diptico	Boceto		9	22		
Tríptico	Boceto		9	22		
Flyer	Boceto		18	45		
Etiquetas	Boceto		18	45		
Tarjetas	Boceto		14	33		
Fólder Promociónales	Boceto		9	22		
Carpetas Promociónales	Boceto		9	22		
Cajas para CD	Boceto		14	33		
Lonas	Boceto		18	45		
Pendones	Boceto		18	45		
Electroestáticos Embajadores	Boceto		183	457		
Electroestáticos POP	Boceto		18	45		
Calendario tipo poster	Boceto		5	11		
Calendario Progol	Boceto		9	22		
Calendario Protouch	Boceto		9	22		
Diseño de calendario deportivo por pagina	Boceto		156	390		
Diseño en hoja tamaño carta.	Boceto		45	112		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Póster Embajadores 50 x 50 a 1.20 x 1.20	Original		183	457		
Póster POP 50 x 50 a 1.20 x 1.20	Original		6	15		
Mini Póster menor de 50 x 50	Original		366	915		
Postales	Original		183	457		
Volantes	Original		3	7		
Diptico	Original		3	7		
Tríptico	Original		3	7		
Flyer	Original		6	15		
Etiquetas	Original		6	15		
Tarjetas	Original		11	5		
Fólder Promociónales	Original		3	7		
Carpetas Promociónales	Original		3	7		
Cajas para CD	Original		4	11		
Lonas	Original		6	15		
Pendones	Original		6	15		
Electroestáticos Embajadores	Original		92	228		
Adaptación de Electroestáticos Embajadores	Original		183	457		
Electroestáticos POP	Original		6	15		
Calendarios	Original		2	3		
Calendario Progol	Original		3	7		
Calendario Protouch	Original		3	7		
Diseño de calendario deportivo por pagina	Original		78	195		
Diseño en hoja tamaño carta.	Original		15	37		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

5. Diseño de Prensa y Revistas.

Se considera en este punto todos los diseños que se requieren para publicarse en Periódicos y Revista. Deberá entenderse que los diseños pueden ser tanto a color como en escala de grises

Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar las siguientes tablas. Se considerará como costo unitario al precio que presente el licitante individual por diseño.
Los licitantes deberán presentar su Proposición económica en estas tablas, tanto para bocetos, como para el diseño final denominado "Original".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Prensa						
Cintillos	Boceto		45	112		
Cuarto de plana	Boceto		14	33		
Roba planas	Boceto		14	33		
Planas	Boceto		275	686		
Media Plana	Boceto		14	33		
Revista						
Revista una pagina	Boceto		45	112		
Revista 1/2 pagina	Boceto		5	11		
Revista 1/4 de pagina	Boceto		5	11		
Revista cintillo	Boceto		5	11		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Prensa						
Cintillos	Original		15	37		
Adaptación cintillo	Original		150	375		
Cuarto de plana	Original		5	11		
Adaptación cuarto de plana	Original		45	112		
Roba planas	Original		5	11		
Adaptación roba plana	Original		45	112		
Planas	Original		92	228		
Adaptación plana	Original		915	2287		
Media Plana	Original		5	11		
Adaptación media plana	Original		45	112		
Revista						

Revista una pagina	**Original**		**15**	**37**		
Adaptación revista una pagina	**Original**		**2**	**3**		
Revista 1/2 pagina	**Original**		**2**	**3**		
Adaptación revista 1/2 pagina	**Original**		**2**	**3**		
Revista 1/4 de pagina	**Original**		**2**	**3**		
Adaptación revista 1/4 de pagina	**Original**		**2**	**3**		
Revista cintillo	**Original**		**2**	**3**		
Adaptación revista cintillo	**Original**		**2**	**3**		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

6. Diseño para Baner, Cintillo, Fondos, Links y Supers para Web.

El diseño que se solicite a él licitante ganador deberá entregarse a la Entidad en los formatos electrónicos que se le indique.

Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar las siguientes tablas. Se considerará como costo unitario al precio que presente el licitante individual por diseño.
Los licitantes deberán presentar su Proposición económica en estas tablas, tanto para bocetos, como para el diseño final denominado "Original".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Banner	**Boceto**		**45**	**112**		
Cintillo	**Boceto**		**45**	**112**		
Fondos	**Boceto**		**45**	**112**		
Links	**Boceto**		**45**	**112**		
Supers	**Boceto**		**45**	**112**		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Banner	**Original**		**15**	**37**		
Cintillo	**Original**		**15**	**37**		
Fondos	**Original**		**15**	**37**		
Links	**Original**		**15**	**37**		
Supers	**Original**		**15**	**37**		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

7. Diseño de Raspaditos.

Se considera diseño de Raspaditos al gráfico y mecánica de los juegos que produce Pronósticos para la Asistencia Pública que tiene como fin el rasparse para encontrar un premio

Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar las siguientes tablas. Se considerará como costo unitario al precio que presente el licitante individual por diseño.
Los licitantes deberán presentar su Proposición en estas tablas, tanto para bocetos, como para el diseño final denominado "Original".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Raspaditos						
3" x 4"	Boceto		48	120		
4" x 4.5"	Boceto		48	120		
4" x 6"	Boceto		48	120		
6" x 6"	Boceto		48	120		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Raspaditos						
3" x 4"	Original		12	30		
4" x 4.5"	Original		12	30		
4" x 6"	Original		12	30		
6" x 6"	Original		12	30		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

Este servicio de diseño iniciara a partir del 1 de febrero de 2010.

Se adjunta Ejemplo de Raspaditos

8. Diseño de Ropa Promocional.

Se refiere al diseño de diferentes prendas de vestir o accesorios que se usan para eventos promocionales o para la difusión de los productos y marcas de la Entidad.

Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar las siguientes tablas. Se considerará como costo unitario al precio que presente el licitante individual por diseño.
Los licitantes deberán presentar su Proposición económica en estas tablas, tanto para bocetos, como para el diseño final denominado "Original".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Chamarras	Boceto		9	22		
Pantalón	Boceto		9	22		
Camisa Polo	Boceto		9	22		
Camisa de Vestir	Boceto		5	11		
Playera	Boceto		18	45		
Overol	Boceto		9	22		
Batas	Boceto		9	22		
Gorra	Boceto		18	45		
Zapatos	Boceto		5	11		
Shorts	Boceto		9	22		
Calcetas	Boceto		9	22		
Guantes	Boceto		5	11		
Paraguas	Boceto		36	90		
Bolsas	Boceto		9	22		
Pulseras	Boceto		36	90		
Mascaras	Boceto		5	11		
Bandas para cabeza	Boceto		36	90		
Toallas	Boceto		5	11		
Suéter	Boceto		5	11		
Mandiles	Boceto		5	11		
Chalecos	Boceto		5	11		
Trajes de Baño	Boceto		5	11		
Vestidos	Boceto		5	11		
Blusas para Dama	Boceto		9	22		
Cascos	Boceto		5	11		
Bufandas	Boceto		5	11		
Medallas	Boceto		14	33		
Sombreros	Boceto		5	11		
Espinilleras	Boceto		5	11		
Coderas	Boceto		5	11		
Rodilleras	Boceto		5	11		
Paliacate/Pañuelos	Boceto		9	22		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Chamarras	Original		3	7		
Pantalón	Original		3	7		
Camisa	Original		2	4		
Camisa Polo	Original		3	7		
Camisa de Vestir	Original		2	4		
Playera	Original		6	15		
Overol	Original		3	7		
Batas	Original		3	7		
Gorra	Original		6	15		
Zapatos	Original		2	4		
Shorts	Original		3	7		
Calcetas	Original		3	7		
Guantes	Original		2	4		
Paraguas	Original		12	30		
Bolsas	Original		3	7		
Pulseras	Original		12	30		
Mascaras	Original		2	4		
Bandas para cabeza	Original		12	30		
Toallas	Original		2	4		
Suéter	Original		2	4		
Mandiles	Original		2	4		
Chalecos	Original		2	4		
Trajes de Baño	Original		2	4		
Vestidos	Original		2	4		
Blusas para Dama	Original		3	7		
Cascos	Original		2	4		
Bufandas	Original		2	4		
Medallas	Original		5	11		
Sombreros	Original		2	4		
Espinilleras	Original		2	4		
Coderas	Original		2	4		
Rodilleras	Original		2	4		
Paliacate/Pañuelos	Original		3	7		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

9. Diseño de Artículos Promociónales.

Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar las siguientes tablas. Se considerará como costo unitario al precio que presente el licitante individual por diseño.
Los licitantes deberán presentar su Proposición económica en estas tablas, tanto para bocetos, como para el diseño final denominado "Original".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Pins	Boceto		9	22		
Plumas	Boceto		5	11		
Llaveros	Boceto		5	11		
Encendedores	Boceto		5	11		
Calculadoras	Boceto		5	11		
Porta Vasos	Boceto		5	11		
Imanes	Boceto		5	11		
Vasos/ tazas/ termos	Boceto		5	11		
Gomas	Boceto		5	11		
Cenicero	Boceto		5	11		
Globos	Boceto		5	11		
Botones	Boceto		14	33		
Relojes	Boceto		5	11		
Mouse Pad	Boceto		5	11		
Monedas	Boceto		5	11		
Juegos tipo llavero	Boceto		5	11		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Pins	Original		3	7		
Plumas	Original		2	4		
Llaveros	Original		2	4		
Encendedores	Original		2	4		
Calculadoras	Original		2	4		
Porta Vasos	Original		2	4		
Imanes	Original		2	4		
Vasos/ tazas/ termos	Original		2	4		
Gomas	Original		2	4		
Cenicero	Original		2	4		
Globos	Original		2	4		
Botones	Original		5	11		
Relojes	Original		2	4		
Mouse Pad	Original		2	4		
Monedas	Original		2	4		
Juegos tipo llavero	Original		2	4		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

10. Diseño de Espectaculares.

Esté diseño incluye todo tipo de impresos en dimensiones mayores de 1.20 m x 1.20 m.
Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar las siguientes tablas. Se considerará como costo unitario al precio que presente el licitante individual por diseño.
Los licitantes deberán presentar su Proposición económica en estas tablas, tanto para bocetos, como para el diseño final denominado "Original".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Lonas Edificio	Boceto		36	90		
Espectaculares	Boceto		9	22		
Parabus/Refugiaton	Boceto		9	22		
Pósters Grandes	Boceto		9	22		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Lonas Edificio	Original		12	30		
Espectaculares	Original		3	7		
Espectaculares adaptación	Original		3	7		
Parabus/Refugiaton	Original		3	7		
Pósters Grandes	Original		3	7		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

11. Diseño de Presentaciones.

Se considera este punto a las presentaciones que requiere el personal de la Entidad con el fin de mostrar algún tema de comunicación a cualquier tipo de público.

Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar las siguientes tablas. Se considerará como costo unitario al precio que presente el licitante individual por diseño.
Los licitantes deberán presentar su Proposición económica en estas tablas, tanto para bocetos, como para el diseño final denominado "Original".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño de Plantillas	Boceto		18	45		
Diseño de Diapositivas	Boceto		360	900		
Diseño de Diapositiva en Flash	Boceto		240	600		
Diseño de Diapositiva en Power Point	Boceto		360	900		
Diseño de Diapositiva en Adobe	Boceto		120	300		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño de Plantillas	Original		6	15		
Diseño de Diapositivas	Original		180	450		
Diseño de Diapositiva en Flash	Original		120	300		
Diseño de Diapositiva en Power Point	Original		180	450		
Diseño de Diapositiva en Adobe	Original		60	150		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

12. Diseño de Audiovisuales.

Diseño que la Entidad requiere para la producción de Spots de Cine, TV, Radio, Producción de Videos, Programas de TV y Películas.

Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar las siguientes tablas. Se considerará como costo unitario al precio que presente el licitante individual por diseño.
Los licitantes deberán presentar su Proposición económica en esta tabla para el diseño final denominado "Original".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Story Line	Original		18	45		
Cuadro del Story Board, Blanco y Negro	Original		150	375		
Cuadro de Story Board, Color	Original		150	375		
Animatic	Original		6	15		
Line de semblanzas	Original		183	457		
Line de Video	Original		9	22		
Line de Radio	Original		732	1830		
Guión de programa de TV	Original		2	4		
Guión de Película	Original		1	2		
Música nueva	Maqueta		24	60		
Música de Stock	Opciones		32	80		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

13. Diseño de Rotulación de Vehículos.

Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar las siguientes tablas. Se considerará como costo unitario al precio que presente el licitante individual por diseño.
Los licitantes deberán presentar su Proposición económica en estas tablas, tanto para bocetos, como para el diseño final denominado "Original".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño de Automóvil	Boceto		36	90		
Diseño de Camioneta para pasajeros	Boceto		9	22		
Diseño de Camioneta de Carga	Boceto		9	22		
Diseño de Camión para Pasajeros	Boceto		5	11		
Diseño de Camión para carga	Boceto		5	11		
Diseño de Trailer	Boceto		5	11		
Diseño de Motocicletas	Boceto		5	11		
Diseño de Lanchas	Boceto		5	11		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño de Automóvil	Original		12	30		
Diseño de Camioneta para pasajeros	Original		3	7		
Diseño de Camioneta de Carga	Original		3	7		
Diseño de Camión para Pasajeros	Original		2	4		
Diseño de Camión para carga	Original		2	4		
Diseño de Trailer	Original		2	4		
Diseño de Motocicletas	Original		2	4		
Diseño de Lanchas	Original		2	4		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

14. Diseño de Publicidad Interna de las Instalaciones de Pronósticos para la Asistencia Pública.

Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar las siguientes tablas. Se considerará como costo unitario al precio que presente el licitante individual por diseño.
Los licitantes deberán presentar su Proposición económica en estas tablas, tanto para bocetos, como para el diseño final denominado "Original".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Módulos para Embajadores	Boceto		150	375		
Letreros de Cargos	Boceto		270	675		
Pizarrones	Boceto		1	2		
Buzones	Boceto		1	2		
Cuadros	Boceto		60	150		
Puertas	Boceto		36	90		
Gafetes	Boceto		36	90		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Módulos para Embajadores	Original		50	125		
Letreros de Cargos	Original		90	225		
Pizarrones	Original		1	2		
Buzones	Original		1	2		
Cuadros	Original		20	50		
Puertas	Original		12	30		
Gafetes	Original		12	30		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

Ejemplos.-

Módulos para Embajadores	
Gafetes	
Letreros de Cargos	
Buzones	

15. Diseño de Rotulación de Fachadas de Agencias de Pronósticos para la Asistencia Pública.

Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar las siguientes tablas. Se considerará como costo unitario al precio que presente el licitante individual por diseño.

Los licitantes deberán presentar su Proposición económica en estas tablas, tanto para bocetos, como para el diseño final denominado "Original".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño de Rotulación de Fachadas	Boceto		3	7		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño de Rotulación de Fachadas	Original		1	2		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

16. Diseño de Logotipos

Los licitantes deberán presentar su Proposición económica en estas tablas, tanto para bocetos, como para el diseño final denominado "Original".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño de Logotipo.	Boceto		24	60		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño de Logotipo	Original		6	15		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

17. Diseño de Personaje y Emblemas.

Los licitantes deberán presentar su Proposición económica en estas tablas, tanto para bocetos, como para el diseño final denominado "Original".

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño de personajes, emblemas y otros.	Boceto		8	18		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Diseño de personajes, emblemas y otros.	Original		2	4		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

Para realizar la Evaluación Global del **Rubro 2 "Diseño y Desarrollo Creativo de Campañas de Comunicación, Promoción, Mercadotecnia y Publicidad"** objeto de esta licitación, deberá llenar las siguientes tablas que conformarán el resumen global de este rubro.

En estas tablas únicamente ingresará los montos TOTALES ó GLOBALES de cada punto perteneciente al Rubro 2, tanto para el caso de Bocetos (Diseño Creativo) como Originales (Desarrollo Creativo)a excepción del punto 12 "Diseño de Audiovisuales", punto en el que únicamente se solicita el monto del Diseño en Original.

En punto 1 y 2 de este Rubro, en vez de usar el término "Original" usamos "Archivo Final de Planos Industriales", lo cual es equivalente.

a) Tabla Total Global Rubro 2 Diseño Boceto (Diseño Creativo)

RUBRO 2: DISEÑO Y DESARROLLO CREATIVO DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.					
PUNTOS DEL RUBRO 2.		SUBTOTAL SIN IVA		SUBTOTAL CON IVA	
		VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO
1	Diseño Industrial para fabricación de Material Punto de Venta.				
2	Diseño Industrial para fabricación de Toldos				
3	Diseño de Material Punto de Venta en: estireno sin termoformado, lámina, coroplast, vinil autoadherible, platico y frozen.				
4	Diseño de Materiales Impresos.				
5	Diseño de Prensa y Revistas.				
6	Diseño para Baner, Cintillo, Fondos, Links y Supers para Web.				
7	Diseño de Raspaditos.				
8	Diseño de Ropa Promocional.				
9	Diseño de Artículos Promociónales.				
10	Diseño de Espectaculares.				
11	Diseño de Presentaciones.				
13	Diseño de Rotulación de Vehículos.				
14	Diseño de Publicidad Interna de las Instalaciones de Pronósticos para la Asistencia Pública				
15	Diseño de Rotulación de Fachadas de Agencias de Pronósticos para la Asistencia Pública.				
16	Diseño de Logotipos				
17	Diseño de Personaje y Emblemas.				
	TOTAL GLOBAL RUBRO 2 DISEÑO BOCETO (Diseño Creativo)				

b) **Tabla Total Global Rubro 2 Diseño Original (Desarrollo Creativo)**

RUBRO 2: DISEÑO Y DESARROLLO CREATIVO DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN, MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.					
PUNTOS DEL RUBRO 2.		SUBTOTAL SIN IVA		SUBTOTAL CON IVA	
		VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO
1	Diseño Industrial para fabricación de Material Punto de Venta.				
2	Diseño Industrial para fabricación de Toldos				
3	Diseño de Material Punto de Venta en: estireno sin termoformado, lámina, coroplast, vinil autoadherible, platico y frozen.				
4	Diseño de Materiales Impresos.				
5	Diseño de Prensa y Revistas.				
6	Diseño para Baner, Cintillo, Fondos, Links y Supers para Web.				
7	Diseño de Raspaditos.				
8	Diseño de Ropa Promocional.				
9	Diseño de Artículos Promociónales.				
10	Diseño de Espectaculares.				
11	Diseño de Presentaciones.				
12	Diseño de Audiovisuales.				
13	Diseño de Rotulación de Vehículos.				
14	Diseño de Publicidad Interna de las Instalaciones de Pronósticos para la Asistencia Pública				
15	Diseño de Rotulación de Fachadas de Agencias de Pronósticos para la Asistencia Pública.				
16	Diseño de Logotipos				
17	Diseño de Personaje y Emblemas.				
	TOTAL GLOBAL RUBRO 2 DISEÑO ORIGINAL (Desarrollo Creativo)				

RUBRO 3: DISEÑO Y DESARROLLO DE EVENTOS DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

La institución requiere el desarrollo de eventos de forma constante, principalmente para su campaña ¡Juégatela con México!, además realiza eventos promocionales que involucran al público en general así como ruedas de Prensa donde se convoca a los Medios de Comunicación Masiva que difunden notas sobre nuestros productos, marcas y actividades que son de gran interés para nuestro consumidor.

Por lo anterior se requiere que los licitantes presenten dentro de sus proposiciones los costos de cada elemento que se ocupan dentro de estos eventos.

Los servicios y productos que se requieren se podrán solicitar en forma individual dependiendo el evento, es decir, no se contratan como paquete.

A continuación se dan ejemplos de cada uno de los elementos que se requieren para su mejor comprensión y puedan presentarse los costos unitarios que se solicitan:

11. Montaje de Artículo de Embajador:

Para cada embajador se requiere desarrollar una pieza que se exhibirá en los módulos del salón de Embajadores, ésta pieza es firmada por nuestro Embajador.

Ejemplos:

12. Maestro de Ceremonias:

Se requiere de una persona que tenga experiencia de por lo menos un año en la conducción de eventos, la Entidad definirá en su momento, dependiendo el evento si es hombre o mujer, el licitante ganador se obliga a presentar cada vez que así lo requiera la Entidad un casting de por lo menos cuatro personas.

13. Sesión Fotográfica para Eventos:

Se requiere de un fotógrafo profesional que cubra los eventos mencionados anteriormente.
El fotógrafo deberá de contar con el equipo necesario y profesional para tomar fotografías en alta resolución y que sirvan para publicare en periódicos, revistas, posters, espectaculares, etc.
Las fotografías deberá entregarlas en CD´S (se requieren 5 CD´S) en alta resolución.
El número de fotografías dependerá del evento, sin tener un límite preestablecido.
El fotógrafo deberá estar atento durante el evento para obtener las mejores fotografías.
La Entidad podrá solicitar el cambio del fotógrafo si así lo requiere.
El tiempo que tendrá que cubrir el fotógrafo depende de la duración del evento.

14. Grabación de Eventos en video (detrás de cámaras):

La Entidad para cada evento necesita la grabación en video en formato profesional, post producción, masterización de los eventos mencionados anteriormente, para lo cual:
Se requiere de un Camarógrafo profesional que cubra los eventos mencionados anteriormente.
El Camarógrafo deberá de contar con el equipo necesario y profesional para tomar videos de alta calidad y profesional que sirvan para transmitirse en reproductor de DVD e Internet.
Los videos deberán ser entregadas en DVD´S multiregión (se requieren 5 DVD´S) en alta calidad.
El Camarógrafo deberá estar atento durante el evento para obtener las mejores tomas.
La Entidad podrá solicitar el cambio del Camarógrafo si así lo requiere.
El tiempo que tendrá que cubrir el Camarógrafo depende de la duración del evento.

15. Edición del evento con fotos, semblanza y copias:

Se deberá realizar la edición de Material Fotográfico, Video e Impreso que se generen en los eventos, para lo cual se deberá digitalizar, integrar y editar dicho material y entregarlo a la Entidad en tres copas en formato DVD.

El DVD deberá contener una autoría con la que se podrá seleccionar los materiales y visualizarlos a través de un reproductor de DVD.

16. Pendones para edificio con imagen de embajadores:

El licitante ganador deberá realizar la producción de pendones con la imagen de los embajadores y deberá de montarlos en el porta baner con los que cuenta la Institución.

Ejemplo

17. Edecanes:

Para el desarrollo de los eventos se requiere que el licitante ganador, proporcione a la Entidad el servicio de edecanes de diferentes niveles AAA, AA y A.

La entidad solicitará dependiendo el evento el nivel de edecán.

El licitante ganador deberá de presentar un casting de por lo menos diez edecanes por cada nivel, y con este casting la Entidad seleccionará las edecanes que requerirá según el evento.

El licitante ganador deberá realizar dicho casting en Noviembre de cada año con nuevas edecanes.

La Entidad podrá cambiar de edecán cuando así lo considere necesario.

18. Sonido:

En la tabla siguiente se muestran los elementos de sonido que se requieren durante los eventos.

Estos elementos pueden contratarse de manera individual y no por paquete, por lo tanto debe presentarse cada elemento con precios unitarios.

Los equipos de sonido deberán reproducir un sonido de alta calidad.

Los equipos deberán ser manejados con personal capacitado y tener experiencia de por lo menos un año.

La Entidad podrá cambiar el personal que maneja el equipo de sonido si así lo considera necesario.

El licitante ganador deberá presentar al nuevo personal para aprobación de la Entidad.

19. Iluminación y Pantallas:

En algunos eventos se requiere usar el Sky Ligth, (cañón de luz con el que se ilumina el cielo) y pantallas tipo plasma o LCD de 40" con pedestal, para que el público pueda observar los eventos a través de ellas.

20. Servicio de Alimentos:

En algunos eventos que desarrolla la Entidad se requiere el servicio de alimentos por lo cual, es necesario que los licitantes presenten el costo de los Menús que a continuación detallamos.

En este punto se deben presentar precios para Menús de comida, desayuno y bocadillos.

Se presentan 3 Menús para comida, 5 para desayuno y 4 para bocadillos, los cuales se detallan en las tablas siguientes y donde los licitantes deberán indicar los precios unitarios de cada Menú.

Se consideran precios unitarios al Menú por persona.

Cada Menú de comida además del alimento deberá de incluir: vajilla, cristalería, cubiertos, sillas, mesas, mantelería, equipo de trabajo, platones, charolas, salseras, ceniceros, estufas con gas, personal de cocina, un mesero por cada 20 personas contratadas, centros de mesa, funda completa y listón, refresco y hielo.

Cada Menú de desayuno además del alimento indicado deberá de incluir: Fruta de la estación ó coktail de frutas, Jugo de naranja o similar, Café americano solo o con crema, ó chocolate, o atole. Bizcochos surtidos miniatura o normal, así como Vajilla, cubierto, copas, vasos, mesas, manteles, sillas, equipo de servicio. Persona de cocina. Estufa con gas.

Cada Menú de bocadillos además del alimento deberá de incluir: Vasos, copas, platos, servilletas de papel, mesa de buffet, charolas, platones, ceniceros mesas con mantel de bar, Tina para el hielo, café americano, agua, refrescos, un mesero por cada 20 persona contratadas, personal de cocina, estufas con gas.

Los precios de los Menús son indicativos, y solo se tomarán en cuenta para evaluación de precio, el Menú 5 para Desayuno, el Menú 3 para Comida y el Menú 4 para Bocadillos de acuerdo a las siguientes tablas.
Es importante presentar el precio unitario de cada Menú, aunque solo sean indicativos.

Menú Desayunos:

Menú 1 Desayuno	
Compuesto Por:	Precio Unitario (Por Persona)
Fruta de la estación ó cokctail de frutas.	
Jugo de naranja o similar.	
Café americano solo o con crema, ó chocolate, o atole.	
Bizcochos surtidos miniatura o normal.	
Tamales surtidos mole, verde , dulce. Frijoles refritos queso y totopos	

Menú 2 Desayuno	
Compuesto Por:	Precio Unitario (Por Persona)
Fruta de la estación ó cokctail de frutas.	
Jugo de naranja o similar.	
Café americano solo o con crema, ó chocolate, o atole.	
Bizcochos surtidos miniatura o normal.	
Omelet de queso, de espárragos, española, mexicana. Frijoles negros con epazote y chicharrón.	

Menú 3 Desayuno	
Compuesto Por:	Precio Unitario (Por Persona)
Fruta de la estación ó cokctail de frutas.	
Jugo de naranja o similar.	
Café americano solo o con crema, ó chocolate , o atole.	
Bizcochos surtidos miniatura o normal.	
Crepas de flor calabaza, huitlacoche, poblano con pollo Puré de papa o de espinaca	

Menú 4 Desayuno	
Compuesto Por:	Precio Unitario (Por Persona)
Fruta de la estación ó cokctail de frutas.	
Jugo de naranja o similar.	
Café americano solo o con crema, ó chocolate, o atole.	
Bizcochos surtidos miniatura o normal.	
Chicharrón en salsa verde, mole poblano, mole verde Frijoles con crema y queso.	

Menú 5 Desayuno	
Compuesto Por:	Precio Unitario (Por Persona)
Fruta de la estación ó cokctail de frutas.	
Jugo de naranja o similar.	
Café americano solo o con crema, ó chocolate , o atole.	
Bizcochos surtidos miniatura o normal.	
Carne asada tampiqueña, ó barbacoa, ó carnitas Guacamole, Enchilada, Frijoles.	

Menú Comida o Cena:

Menú 1 Comida o Cena	
Compuesto Por:	Precio Unitario (Por Persona)
ENTREMES Y COKTAIL	
ENTREMÉS Jamón, mortadela, pastel de pollo, con cama de col. Cornete de jamón tipo Holandés con ensalada Rusa. Queso amarillo, sardina, jamón, con verduras a la mayonesa.	
COKTAIL De frutas con licor de naranja. Gajos de toronja con licor de marrasquino. Perlas de melón al oporto	
SOPA CREMA, CONSOME Ó PASTA	
SOPA CREMA Chicharo, ó col de Bruselas, ó tomate, ó espárrago. **CONSOME** Champignon ó flor de calabaza ó ajo ó cebolla. **PASTA** Ravioles, ó fettuccini, ó tallarines, ó tortollini.	
PLATO FUERTE, GUARNICIÓN Y POSTRES	
PLATO FUERTE Pechugas de pollo al jerez ó al vino blanco. Pechugas de pollo rellenas de flor de calabaza ó pathe. Muslo y pierna en salsa al orange. **GUARNICIÓN** Puré de espinaca, ó puré de papa, ó verduras a la mantequilla. **POSTRES** Helado crema ó arroz con	

Menú 2 Comida o Cena	
Compuesto Por:	Precio Unitario (Por Persona)
ENTREMES Y COKTAIL	
ENTREMÉS Huevo relleno de atún ó chicharrón. Galatina de pollo con aspic y aceituna negra. Salami, mortadela, atún con verduras.	
COKTAIL Medio melón al jerez. Aguacate con espárrago y salsa rusa. Fruta suprema al licor.	
SOPA CREMA, CONSOME Ó PASTA	
SOPA CREMA Alcachofa, ó queso, ó mariscos. **CONSOMÉ** Straciatella, ó tres filetes, ó pescado.. **PASTA** Canelones rossinni, ó fettuccini carbonera, totorllini.	
PLATO FUERTE, GUARNICIÓN Y POSTRES	
PLATO FUERTE Lomo al horno en salsa de ciruela, ó orange. Escalopas de ternera en vino de marzala. Filete de pescado en salsa parisien. **GUARNICIÓN** Puré de papa ó espinaca, ó brócoli cocido, espinaca. **POSTRES** Pastel de fresas, ó durazno con crema chantilly	

Menú 3 Comida o Cena	
Compuesto Por:	Precio Unitario (Por Persona)
ENTREMÉS Y COKTAIL	
ENTREMÉS Jamón Serrano con perlas de Melón al Oporto. Alcachofas Gratinadas con salsa vinagreta. Cornetes de jamón Holandés con espárragos y Salsa Rusa	
COKTAIL Fruta suprema con licor de cerezas. Ostiones ó camarones con aguacate y salsa New Burg. Aspic de pescado con trufa aceitunas.	
SOPA CREMA, CONSOME Ó PASTA	
SOPA CREMA Mariscos, camarones, quesos **CONSOMÉ** Flor de calabaza con nopales, champignon. **PASTA** Lasaña en salsa Italiana. Ñoquis en queso.	
PLATO FUERTE, GUARNICIÓN Y POSTRES	
PLATO FUERTE Pavo rebanado con champignon ó zetas. Filete de pescado relleno de camarones en salsa reina. Filete de res corte migñon en salsa al Cogñac. **GUARNICIÓN** Verduras a la mantequilla. Ensalada verde	

Menú Bocadillos:

Menú 1 Bocadillos	
Compuesto Por:	**Precio Unitario (Por Persona)**
Canapés surtidos finos	
Salchichitas Viena	
Albondiguitas argentinas	
Sandwichitos surtidos	
Tocinos con cereza y nuez	
Piñas con queso jamon cebollita	
Aceitunas rellenas	
Tostaditas mexicanas	

Menú 2 Bocadillos	
Compuesto Por:	**Precio Unitario (Por Persona)**
Taquitos de pollo	
Quesadillas de queso	
Quesadillas de papa	
Quesadillas de flor calabaza	
Sopecitos de pollo	
Sopecitos de chorizo	
Tostaditas de pata	
Tostaditas de pollo	
Chalupitas de salsa y crema	

Menú 3 Bocadillos	
Compuesto Por:	**Precio Unitario (Por Persona)**
Mousse de pathe con pepinillo	
Timbal de espinaca y champiñón	
en salsa newburg	
Escalopa de ternera al jerez	
Ensalada de espinaca	
Pastel	
Café americano	
Pan de sal	

Menú 4 Bocadillos	
Compuesto Por:	**Precio Unitario (Por Persona)**
Crepas de flor de calabaza	
Huachinango entero	
Relleno de camarón en salsa vino blanco	
Pavo entero con relleno ensalada verde con queso	
Rosca chantilly y fresa	
Pan de sal	

Para que el licitante presente la Proposición económica deberá usar la siguiente tabla.
En la tabla siguiente se muestran los elementos de sonido que se requieren durante los eventos.
Estos elementos pueden contratarse de manera individual y no por paquete, por lo tanto deben presentarse los precios unitarios.

DESCRIPCION DE MATERIALES Y SERVICIOS	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
EVENTO					
Montaje de artículos del embajador		**183**	**457**		
Maestro de Ceremonias		**92**	**228**		
Sesión fotográfica para eventos		**92**	**228**		
Grabación de Eventos en video		**92**	**228**		
Edición del evento con fotos, semblanza y copias		**92**	**228**		
Pendones para edificio con imagen de embajadores		**275**	**686**		
Edecanes A		**275**	**686**		
Edecanes AA		**30**	**75**		
Edecanes AAA		**30**	**75**		

SONIDO					
Consola de 32 canales		**92**	**228**		
Amplificador		**92**	**228**		
Micrófonos		**458**	**1143**		
Bocinas auto amplificadas		**183**	**457**		
Bocinas amplificadas		**183**	**457**		
Tripies para bocina		**366**	**915**		
Pedestal para Micrófono		**183**	**457**		
Pedestales de mesa para micrófono		**275**	**686**		
Radios intercomunicadores		**732**	**1830**		
Diademas para radios intercomunicadores		**732**	**1830**		
Instalación y cableado 30 mts		**92**	**228**		
Operador de sonido (una persona)		**92**	**228**		
MENÚ					
Menú 5 Desayuno (precio por persona)		**180**	**450**		
Menú 3 Comida o Cena (precio por persona)		**90**	**225**		
Menú 4 Bocadillos (precio por persona)		**1830**	**4575**		
ILUMINACION PANTALLAS					
Sky Litgh		**30**	**75**		
Pantallas de Plasma o LCD de 40"		**184**	**456**		
			SUBTOTAL		
			IVA		
			TOTAL		

En el costo unitario se debe poner el precio que se indique en las tablas de menús, para desayunos el precio del menú 5, para comida o cena el precio del menú 3 y para bocadillos el precio del menú 4.

RUBRO 4: DISEÑO, INSTRUMENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

La Entidad pretende obtener el conocimiento global y específico de la categoría y mercado para el posicionamiento oportuno de sus productos, así como la detección de nichos de oportunidad para nuevos lanzamientos.

En el caso de los estudios de investigación, éstos deberán conducirse de acuerdo con la propuesta aprobada, sin embargo, si en el transcurso del proyecto surge la necesidad de efectuar modificaciones, éstos deberán ser igualmente aprobados de común acuerdo entre la Entidad y el licitante ganador. En todo caso, cualquier modificación en objetivos específicos de los estudios, las fechas de realización de los mismos y cualquier otro cambio en los proyectos aquí descritos, deberá quedar asentada en los reportes de conferencia que deberá realizar el licitante ganador. La emisión de los reportes deberá ser de manera inmediata no excediendo de 48 horas a partir de la realización de la reunión o acuerdo telefónico.

Previo a la realización de los estudios cualitativos y cuantitativos, la Entidad deberá aprobar los cuestionarios y las guías de tópicos que se utilizarán en cada caso.

En el caso de los estudios de mercado, el proveedor adjudicado deberá entregar los resultados de cada estudio en reportes por escrito y archivo electrónico. Asimismo, el proveedor deberá informar a la Entidad sobre los avances de cada estudio mediante la entrega de flash informativos en caso de que aplique.

El licitante ganador será la encargada de coordinar la implementación de estudios de mercado a través de agencias especializadas.

Proyecto de investigación de mercados:

El licitante ganador presentará cada vez que Pronósticos para la Asistencia Pública requiera una Investigación de Mercado, una relación de al menos tres agencias de investigación para poder apoyarse a la que ofrezca las mejores condiciones para la entidad y que por lo menos deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Contar con al menos tres años de experiencia llevando a cabo de estudios de mercado cualitativos y cuantitativos, demostrable a través de un curriculum de las agencias de investigación en el momento de que se requiera el servicio.
- De igual forma, el grupo encargado de los trabajos deberá contar con al menos tres años de experiencia en el área de su especialidad, demostrable a través de un curriculum de las agencias de investigación en el momento de que se requiera el servicio
- Contar con cámaras de gessel y plantilla de encuestadores.

La selección de la(s) casa(s) de investigación la realizará Pronósticos para la Asistencia Pública de acuerdo a la información que entregue el licitante ganador.

El licitante ganador deberá entregar para cada estudio:

- Metodología de trabajo.
- Procedimiento de investigación que se seguirá.
- Descripción conceptual y numérica de la muestra.
- Métodos para verificación y validación de información.
- Descripción de los instrumentos de investigación empleados para registrar los datos y respuestas de los informantes.
- Reporte ejecutivo tipo de análisis de resultados.
- Calendario desglosado del tiempo estimado por estudio. Coordinación de eventos especiales

Se requerirá la presencia y supervisión conjunta del licitante ganador y de la Entidad en todos y cada uno de los estudios cuantitativos y cualitativos.

b) Estudio cualitativo.

Objetivo General	Exploratorio de imagen, satisfacción y seguimiento publicitario; útil para la realización de los cuestionarios de la fase cuantitativa y para la generación de información sobre aspectos emocionales para las campañas de publicidad.
Objetivos específicos	■ Determinar las asociaciones relacionadas con Pronósticos para la Asistencia Pública. ■ Identificar las asociaciones con los productos de la Entidad. ■ Determinar la opinión sobre los productos. ■ Connotaciones positivas y negativas sobre los productos. ■ Reacciones emocionales relacionadas con Pronósticos para la Asistencia Pública y sus productos. ■ Identificar frenos y motivaciones para la compra de los productos de la Entidad.

	■ Identificar beneficios asociados a la compra de los productos. ■ Determinar el perfil psico-demográfico del consumidor de cada producto de Pronósticos para la Asistencia Pública. ■ Identificar necesidades y expectativas relacionadas con los productos y que esperaría de cada uno de ellos. ■ Identificar los atributos más importantes en la satisfacción del consumidor de cada producto. ■ Conoce el nivel de satisfacción obtenido por el consumidor de cada producto. ■ Determinar y detectar nichos de mercado para nuevos productos en la categoría. ■ Evaluación de posibles conceptos de nuevos productos y su aceptación y oportunidades identificando el segmento de mercado.
Tipo de estudio	Anual.
Muestreo 1	Costo sesión de grupo de entre 8 y 10 participantes unitario en D.F.
Muestreo 2	Costo sesión de grupo unitario de entre 8 y 10 participantes en otras plazas.

Los licitantes deberán presentar su Proposición económica en estas tablas

Estudio Cualitativo	POR CAMPAÑA Y NUEVO PROYECTO	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Muestreo 1	Costo por sesión de grupo de entre 8 y 10 participantes unitario en D.F.		**6**	**15**		
Muestreo 2	Costo por sesión de grupo de entre 8 y 10 participantes unitario en otras plazas		**18**	**45**		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

c) Estudio cuantitativo.

Objetivo General	Determinar los hábitos, la segmentación, medios y perfil del consumidor, para la detección de propuestas, oportunidades, creación de segmentación para los productos actuales y nuevos productos, así como oportunidades de negocio para PAP.
Objetivos específicos	■ Identificar los perfiles psicográficos de los consumidores y no consumidores de Pronósticos para la Asistencia Pública. ■ Determinar los estilos de vida de los consumidores y no consumidores de Pronósticos para la Asistencia Pública. ■ Identificar los segmentos de los consumidores y determinar las variables que los definen y que generan su tipología. ■ Identificar que tipo de relación tienen las personas con Pronósticos para la Asistencia Pública. ■ Conocer que piensan las personas sobre las ventajas y desventajas de este tipo de juegos. ■ Usos y hábitos de los usuarios y no usuarios de juegos de azar. ■ Cuáles juegos de azar, sorteos y concursos conoce y cuáles juega. ■ Que harían con los premios que ganen. ■ Conocer que piensan las personas que se hace con el dinero de las aportaciones para la asistencia pública. ■ Identificar el uso que tienen las personas (de acuerdo a su perfil) de los diversos medios de comunicación. ■ Detectar la frecuencia de uso de cada medio. ■ Conocer el tipo de estaciones de radio, tipo de películas, canales de televisión, periódicos, revistas que acostumbran ver o consultar las personas (de acuerdo a su segmento y perfil). ■ Creación y análisis de posicionamiento proyectivo de acuerdo a oportunidades para cada producto.
Tipo de estudio	Anual.
Muestreo 1	1,300 entrevistas a usuarios y no usuarios de los productos de Pronósticos para la Asistencia Pública y consumidores y no consumidores de la categoría de juegos sorteos y concursos, en las principales plazas de la República Mexicana. México, D.F. (500), Monterrey, N.L. (300), Guadalajara, Jal. (250), Hermosillo, Sonora. (250). Hombres y mujeres entre 18 y 55 años. Nivel socioeconómico B/C/D
Tiempo aproximado de duración de encuesta	60 minutos.
Tiempo estimado de realización	8 semanas.

Los licitantes deberán presentar su Proposición económica en estas tablas

Estudio Cuantitativo	POR CAMPAÑA Y NUEVO PROYECTO	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Muestreo 1	1,300 entrevistas a usuarios y no usuarios de Pronósticos para la Asistencia Pública y consumidores y no consumidores de la categoría juegos sorteos y concursos, en las principales plazas de la Republica Mexicana, D.F. (500), Monterrey, N.L. (300), Guadalajara, Jal (250), Hermosillo, Sonora (250)		**8**	**19**		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

RUBRO 5: PRODUCCIÓN DE AUDIOVISUALES, COPIADO, RADIO Y FOTOGRAFÍA.

1.- Para la producción de Comerciales de TV y/o Cine se procederá de la siguiente manera:

La Entidad requiere la producción de audiovisuales como son Comerciales de TV y Cine, además la producción de Comerciales para Radio y fotografías para Material Impreso.

Para la producción de Comerciales de TV y Cine la Entidad pretende obtener un desarrollo y proceso de producción adecuado desde la selección de casas productoras calificadas y la estricta supervisión de cada una de las etapas de los procesos, hasta la culminación de los proyectos a entera satisfacción de la Entidad.

La Entidad podrá contar en cada uno de los proyectos, con un asesor de producción que trabajará conjuntamente con el licitante ganador y la casa productora, con el fin de eficientar los recursos económicos y de calidad, así como del proceso mismo de las producciones de Comerciales de Televisión y Cine de cada proyecto.

Objetivos del Proceso

Debido a la complejidad que implica la producción de comerciales, la necesidad de un proceso es inminente para la obtención de resultados eficientes. El proceso que aquí se presenta tiene dos objetivos principales:
Manejo eficaz posible de todos los pasos requeridos para producir un comercial.
Producir el comercial de forma efectiva para que logre todo su potencial de venta.

En síntesis, la idea detrás del uso de este proceso es asegurar que el comercial será capaz de comunicar claramente los beneficios estratégicos de la marca o producto así como hacerlo de una manera muy convincente para el consumidor.

Consideraciones en lo referente al desarrollo y proceso de Producción de Televisión y/o Cine:

Para llevar a cabo el proceso de producción, la Entidad tiene la opción de contratar los servicios de una firma o un experto en el área de producción de comerciales para que le de apoyo y supervise el desarrollo del proceso.

Con respecto a las ediciones o adaptaciones adicionales de Comerciales de Televisión y/o Cine ya producidos; en cada caso se determinará la necesidad de tener tres propuestas o desarrollarlas directamente con la casa productora que realizó la versión original.

Es importante establecer que a pesar de que la Casa Productora adquiere una serie de responsabilidades y se compromete a llevar a cabo la producción del comercial de acuerdo a este proceso, el licitante ganador sigue siendo el último responsable de los resultados ante la Entidad. Es el licitante ganador quien se apoye de la Casa Productora y por lo tanto responsable de su desempeño.

En el caso de Comerciales de Televisión y/o Cine, los precios unitarios que presenten los licitantes serán para un comercial tipo en versión de 2 minutos.

Se adjunta DVD a la presente licitación para lo que se denomina **COMERCIAL TIPO EN VERSIÓN DE 2 MINUTOS** para Televisión y/o Cine.

El comercial tipo que se adjunta en esta convocatoria de licitación se realizó bajo las siguientes características de pre producción, producción y post producción para tomar en cuenta para la Proposición económica:

- Pre Producción y Producción con 7 días de filmación en México, Mazatlán y Tehuacán para el Proyecto denominado Cine minuto Bandas.
- PRE PRODUCCIÓN/INVESTIGACIÓN/SCOUTING: Scouting de locaciones en Tijuana, ensenada (Con Helicóptero), Scouting de locación en Mazatlán (con Helicóptero), Scoting de locaciones (Animación),
- CONSTRUCCIÓN/ESCENOGRAFÍA: Construir el interior de 3 autobuses, interior de 2 tiendas, interior hospital, escuela, farmacia y calle. Construcción escenografía y ambientación.
- FORO: renta de bodega para construcción y filmación en el D.F. 1ER día renta de foro Estudios Churubusco,, 10 días para construcción y filmación.
- PROVPS/VESTUARIO/AUTOS/FX: Renta de 3 camionetas para traslado de embajadores 1ER. Día, de rentad e camión de equipo cinematográfico. Transporte 4 camionetas, traslado de embajadores 2DO día, vestuario para extras y secundarios, artículos para ambientar tiendas, farmacia, escuela, hospital, calle, interior de autobús.
- PERSONAL TÉCNICO: 130 personas contratadas para esta filmación.
- PRODUCCIÓN Y GASTOS DE LOCACIÓN: Alimentación para 130 personas (desayuno, Comida, snacks y cenas), 6 camiones equipo de alimentación, campers, escenografía, viáticos México- Mazatlán-México, boletos de avión para 63 personas, renta de helicóptero para filmar en Mazatlán y en Tehuacán Puebla.
- EQUIPO DE FILMACIÓN: renta de camión de equipo cinematográfico, renta de planta generadora, renta de cámara red one, renta de grúa TECKNO-CRAME y HOT HEAD (para todo el proyecto) renta de TYLER MOUNT 8para helicóptero), renta de cámara REV ONE con óptica de cine.
- MATERIAL LABORATORIO TFR: Transfer de Material HD,.
- TALENTO: 50 extras para escuela, hospital, farmacia, tiendas, calle y secundarios.
- Edición, post Producción y Compuesto con Animación 3-D
- Realización en Montreal Canadá, en 3 versiones para Televisión y 1 para cine.
- Dos minutos para TV
- 1 minuto para Cine
- 30 segundos para TV
- 20 segundos para TV
- Edición y Audio.
- 40 horas de la de edición.
- Realización de música original.
- Transfer a Digital
- Post Producción
- Toda la Post Producción se realiza en Montreal Canadá. Edición digital, corrección de color, compuestos con animación 3D Realización
- 5 viajes a Montreal, Transporte Aéreo, Viáticos y Hotel.
- MARK-UP

El precio que oferte el licitante para la producción de Comerciales de TV y Cine deberá considerar las características anteriores y tomar en cuenta el comercial tipo en versión de 2 minutos que se adjunta.

El Proceso de Producción que se seguirá en toda la Producción de Comerciales de Televisión y/o Cine será el siguiente:

Desarrollo Creativo
Planeación de la Producción
Selección
Pre-Producción
Producción
Post-Producción

2.- **Para la producción de Películas ó Programas de Televisión se considerará lo siguiente:**

La Entidad podrá contar en cada uno de los proyectos, con un asesor de producción que trabajará conjuntamente con el licitante ganador y la casa productora, con el fin de eficientar los recursos económicos y de calidad, así como del proceso mismo de las producciones de Películas y Programas de Televisión.

El mismo proceso que se usará para la producción de Comerciales de Televisión y/o Cine se utilizará para la producción de Películas y Programas de Televisión.

En el caso de Película y Programas de Televisión, los precios unitarios que presenten los licitantes serán para un Película tipo.

Se adjunta DVD a la presente licitación para lo que se denomina **PELÍCULA TIPO.**

3.- Para la Producción de Radio se considerará lo siguiente:

Los licitantes deberán presentar el costo de producción de un Spot de Radio de 20 segundos como precio unitario.

4.- Para las Sesiones Fotográficas de Estudio se considerará lo siguiente:

En el caso de la toma Fotográfica, los precios unitarios que presenten los licitantes serán para una fotografía tipo.

Se adjunta un CD con sesión **FOTOGRAFÍCA TIPO** a la presente licitación para que pueda presentarse el costo como precio unitario.

El costo unitario que presentará el licitante por sesión fotográfica deberá considerar que es de 8 horas.

5.- El pago de regalías:

Para Comerciales de Televisión, Cine, Radio, Fotografías, Películas y Programas de Televisión, en caso de utilización de talento artístico, el costo de producción deberá cubrir las regalías de los primeros seis meses a partir de la fecha de primera emisión.

En caso de que se utilizarán las producciones anteriores después de los seis meses, la Entidad deberá cubrir nuevamente a él licitante ganador las regalías para el talento artístico que se utilice, para tal efecto esta última deberá desglosar en el pago de la producción original el costo generado por regalías.

El licitante ganador deberá entregar a la Entidad un documento en el que libere a Pronósticos para la Asistencia Pública de cualquier reclamación u obligación de cubrir el pago de regalías al talento artístico una vez que la Entidad haya cubierto dicho pago a el licitante ganador.

El licitante ganador deberá entregar dicho documento en el que la productora libere de responsabilidad a la entidad una vez que esta realice el servicio solicitado.

6.- Copiado:

Los licitantes deberán presentar el precio para el copiado de Audiovisuales y Radio, en el costo unitario es por pieza copiada. Los formatos son: VHS, Audio Casette, D3, Betacam Digital, Betacam SP, DVD, CD, Copia compuesta 35mm, DAT y CD en MPEG.

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Producción de comercial de Televisión y/o Cine	**Comercial Tipo**		**6**	**15**		
Producción de comercial de Radio.	**Comercial Tipo**		**183**	**457**		
Producción de Película	**Película Tipo**		**1**	**2**		
Sesión fotográfica en estudio	**Fotografía Tipo**		**5**	**11**		
Producción Música nueva	**Creación**		**24**	**60**		

Contratación Música Stock	**Contratación**		**32**	**80**		
Copiado						
VHS			**60**	**150**		
Audio casete			**60**	**150**		
D3			**30**	**75**		
Betacam Digital			**60**	**150**		
Betacam SP			**60**	**150**		
Dat			**60**	**150**		
DVD			**225**	**562**		
CD			**225**	**562**		
CD en MPEG			**225**	**562**		
Copia compuesta 35 mm			**3375**	**8437**		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

RUBRO 6: PRODUCCIÓN DE CAMPAÑA BTL

El licitante ganador presentará cada vez que la entidad requiera una Campaña BTL, una relación de al menos tres agencias de promoción que puedan implementar campañas de este tipo, para que el licitante ganador se apoye de la que ofrezca las mejores condiciones para la entidad. Las agencias de promoción deberán presentar sus propuestas en base a la estrategia desarrollada por el licitante ganador, la cual detallara los servicios requeridos para llevar a cabo la implementación de la campaña en cuestión.

El licitante ganador recomendará a la Entidad el proveedor ideal para la producción de campañas BTL que se soliciten, pero la Entidad decidirá con que proveedor (con base en las propuestas) se apoyará el licitante ganador para la elaboración de los mismos.

Se determina campaña BTL toda aquella actividad publicitaria y promocional, dirigida a estar en contacto con el consumidor de manera directa o indirecta.

La Entidad requiere el desarrollo de campañas tipo BTL para la Promoción y Difusión de sus Marcas y Productos, a continuación se enlista el tipo de servicios que se requieren.

26. Desarrollo de Estrategias promocionales Nacionales para cualquier producto o servicio
27. Desarrollo de campañas promocionales dirigidas a segmentos específicos.
28. Desarrollo de conceptos creativos promocionales de cualquier categoría.
29. Implementación de campañas promocionales nacionales
30. Implementación de actividad en cualquier formato comercial para cualquier categoría de producto o servicio.
31. Desarrollo e Implementación de Patrocinios
32. Desarrollo e Implementación de cualquier lanzamiento de marca en cualquier categoría.
33. Desarrollo de muestreo, mistery shopper, degustaciones, locales, regionales y nacionales.
34. Desarrollo de actividades urbanas promocionales para cualquier municipio, delegación o estado.
35. Tramite de permisos para eventos masivos en vía pública de cualquier delegación, municipio o estado.
36. Producción, desarrollo e implementación de equipos de instalación, base de datos, ubicaciones de comercios de cualquier categoría.
37. Creación y Administración de bases de datos de cualquier producto, marca o servicio a nivel nacional e internacional
38. Desarrollo de sitios de internet, y cualquier medio electrónico destinado a lograr una comunicación con algún grupo objetivo
39. Desarrollo de display, stands, y cualquier herramienta publicitaria que requiera construcción
40. Desarrollo de diseño en todas sus categorías
41. Desarrollo e implementación de eventos masivos sin importar el numero de audiencia ni el tema a referir
42. Desarrollo, Producción e implementación de Materiales Impresos

43. Contratación de Edecanes, Gios, demostradoras, promotores, desarrolladores, asesores y personal para cualquier segmento y/o actividad
44. Producción de servicios fotográficos para producto, comida, empaque, humano y todos aquellos que sean necesarios para lograr completar una campaña
45. Retoques electrónicos de las tomas fotográficas antes mencionadas
46. Desarrollo y Fabricación de uniformes
47. Creatividad, Desarrollo y producción de jingles musicales para cualquier categoría en cualquier idioma.
48. Renta de equipo profesional de audio, ambientación, video, animación, pirotecnia.
49. Desarrollo y Fabricación de prototipos impresos, display, stand o algún objeto que necesite ser reproducido a escala o a tamaño natural.
50. Reclutamiento, Contratación y Administración de personal externo.

Para las campañas de BTL, los licitantes deberán presentar su Proposición económica en el costo unitario.

Para poder presentar esta Proposición se detallan los productos y servicios que requiere la campaña BTL

DESCRIPCION DE MATERIALES Y SERVICIOS	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Personal					
Ayudantes		60	150	$ -	$ -
Camarógrafo		24	60	$ -	$ -
Capturitas		12	30	$ -	$ -
Choferes		12	30	$ -	$ -
Coordinador Audio y Video		12	30	$ -	$ -
Coordinadores		60	150	$ -	$ -
G'os A		60	150	$ -	$ -
G'os AA		60	150	$ -	$ -
G'os AAA		60	150	$ -	$ -
Ingenieros de Audio		12	30	$ -	$ -
Operador cammate		12	30	$ -	$ -
Personal Servicios Técnicos		24	60	$ -	$ -
Personal de Staff Audio y Video		12	30	$ -	$ -
Personal de Limpieza		24	60	$ -	$ -
Personal de Montaje		120	300	$ -	$ -
Personal de Seguridad		60	150	$ -	$ -
Personal de Staff		96	240	$ -	$ -
Personal para Call Center		12	30	$ -	$ -
Supervisores		60	150	$ -	$ -
Volateros		24	60	$ -	$ -
Audio					
Audio Lineal		12	30	$ -	$ -
Ecualizador		12	30	$ -	$ -
Eliminador de Ruido		12	30	$ -	$ -
Equipo de audio Portátil		12	30	$ -	$ -
Micrófonos de Mano		12	30	$ -	$ -
Micrófonos Inalámbricos de Mano		12	30	$ -	$ -

Rack de Amplificación		12	30	$ -	$ -
Rack de Periféricos		12	30	$ -	$ -
Reproductor de CD		12	30	$ -	$ -
Set de Cableado por Metro		12	30	$ -	$ -
Subwoofer		12	30	$ -	$ -
Proyección					
Bases a Techo		12	30	$ -	$ -
Distribuidor de Video		12	30	$ -	$ -
Escalador Switcher		12	30	$ -	$ -
Lentes Angulares		12	30	$ -	$ -
Monitor 17"		12	30	$ -	$ -
Monitor 7"		12	30	$ -	$ -
Monitor Plasma 42"		12	30	$ -	$ -
Monitor Sony 9"		12	30	$ -	$ -
Pantalla Fast Fold		12	30	$ -	$ -
Rack Monitores		12	30	$ -	$ -
Reproductor DVD		12	30	$ -	$ -
Misceláneos					
Adaptaciones de Artes Promocionales		12	30	$ -	$ -
Articulo Promocional 1		24000	60000	$ -	$ -
Articulo Promocional 2		24000	60000	$ -	$ -
Cable VGA 50 mts		12	30	$ -	$ -
Carpas 3x3		12	30	$ -	$ -
Centro de Carga 300 AMPS		12	30	$ -	$ -
Diseño de Uniformes		12	30	$ -	$ -
Diseño Propuestas Graficas		12	30	$ -	$ -
Diseño y Producción de Paginas Promocionales		12	30	$ -	$ -
Escenario o Estrado Metro Cuadrado		36	90	$ -	$ -
Lona Metro Cuadrado		12000	30000	$ -	$ -
Plantas de Luz		12	30	$ -	$ -
Renta de Ambulancia de Primero Auxilios		12	30	$ -	$ -
Renta de Posición en Call Center por Mes		12	30	$ -	$ -
Renta de Transportes para Traslado de Materiales		12	30	$ -	$ -
Renta de Transportes para Traslado de Personal		12	30	$ -	$ -
Renta de Vehículos de Traslado por día		12	30	$ -	$ -
Sanitarios Portátiles		12	30	$ -	$ -
Sanitarios VIP		12	30	$ -	$ -
Snake 50 mts		12	30	$ -	$ -
Uniformes Coordinadores		60	150	$ -	$ -
Uniformes Edecanes		60	150	$ -	$ -

Uniformes G'os		60	150	$ -	$ -
Uniformes Personal Staff		60	150	$ -	$ -
Uniformes Seguridad		60	150	$ -	$ -
Iluminación					
Atimics 3000		12	30	$ -	$ -
Barras ACL		12	30	$ -	$ -
Barras Led		12	30	$ -	$ -
Ciclos 1000		12	30	$ -	$ -
Consola Semi Pro		12	30	$ -	$ -
Dimmers RC		12	30	$ -	$ -
Fressneles 2000		12	30	$ -	$ -
Led Savi		12	30	$ -	$ -
Leekos en Varios Grados		12	30	$ -	$ -
Maquina de Humo Semi Pro		12	30	$ -	$ -
Minibrutos 9 Lamp		12	30	$ -	$ -
Par etc 575		12	30	$ -	$ -
Par Led de i Wat		12	30	$ -	$ -
Robie Wash 575		12	30	$ -	$ -
Seguidor 1200		12	30	$ -	$ -
Showco Spot 575		12	30	$ -	$ -
			SUBTOTAL	$ -	$ -
			IVA	$ -	$ -
			TOTAL	$ -	$ -

RUBRO 7: PRODUCCIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES Y PUBLICITARIOS.

La entidad requiere la producción de Materiales Promocionales y publicitarios como es la impresión y/o fabricación de Materiales Punto de Venta, Materiales Impresos, Ropa Promocional, Artículos Promocionales, Rotulación de vehículos, Publicidad Interna de las Instalaciones de Pronósticos para la Asistencia Pública y Personaje.

El licitante ganador deberá de presentar cuando menos tres propuestas de proveedores que demuestren experiencia en cada una de las especialidades descritas anteriormente, demostrable a través de un curriculum de las agencias de investigación en el momento de que se requiera el servicio.

El licitante ganador deberá entregar a la Entidad cuadros comparativos tanto de los precios como los servicios de las propuestas.

El licitante ganador recomendará a la Entidad el proveedor ideal para la producción, impresión y/ó fabricación de los Materiales que se soliciten, pero la Entidad decidirá que proveedor (con base en las propuestas y el cuadro comparativo) se apoyara el licitante ganador para la elaboración de los mismos. El licitante ganador deberá apoyarse en los proveedores que ofrezcan las mejores condiciones para la Entidad.

Los precios para la producción, impresión y/ó fabricación se determinará en el momento en el que se solicite el servicio ya que este depende de las características, tiempos y volúmenes.

Para la Producción de Materiales Promocionales y Publicitarios, se considerara como material tipo aquellos que ya seas producido.

Los licitantes deberán presentar su Proposición económica en el costo unitario, tomando en cuenta el material tipo que se solicite.

Se adjunta DVD a la presente licitación para lo que se denomina **PRODUCCIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES Y PUBLICITARIOS TIPO.**

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	VOLUMEN MÍNIMO	VOLUMEN MÁXIMO	SUBTOTAL MÍNIMO	SUBTOTAL MÁXIMO
Colgante de Caja Tipo	Impreso en material coroplast a 4 x 4 tintas más suaje con rieles para sujetar bolsa Melate en medida de 40 x 55 cm con perforaciones para su colocación.		**6,000**	**15,000**		
Electroestático Tipo	Impreso en electroestático blanco a o x 5 tintas más suaje en medidas de 70 x 70 cm.		**12,000**	**30,000**		
Lona Tipo	Impresa a 720 DPIS en tintas U.V. sobre lona plastificada LG de 13 OZ con medida de 2x2mtrs.		**6,000**	**15,000**		
Colgantes Pasillo Tipo	Impreso en cartulina sulfatada de 12 puntos doble cara a 4 x 4 tintas con suaje y perforación para su colocación en medida de 45x 35 cm		**60,000**	**150,000**		
Stopper Tipo	Impreso en lámina calibre 28 a 4 x 4 tintas en medida de 60 x 45 cm más pestaña de 5 cm con media caña y perforaciones para su instalación.		**6,000**	**15,000**		
Copete de Caja Tipo	Impreso a 4 x 0 en estireno calibre 80 con suaje y doblez en forma de L en medida de 34 x 16 x 10 cm con cinta doble acción para su colocación.		**6,000**	**15,000**		
Póster Grande Tipo	Impreso en plotter en papel semi gloss brillante de 200 gramos en medida de 40 x 60 cms.		**183**	**457**		
Póster POP Tipo	Impreso en cartulina couché brillante de 200 gramos a 4 x 0 tintas en medida de 40 x 60 cms.		**60,000**	**150,000**		
Mini póster Tipo	Impreso a 4 x 0 tintas en papel couche de 200 gramos en medida de 25 x 35 cms.		**10,000**	**22,000**		
Postales Tipo	Impreso en couche adhesivo brillante 4 x 0 tintas, en medida de 18.5 x 12.5		**10,000**	**22,000**		
Díptico Tipo	Impreso en medida extendida de 18 x 21 cm y final de 9x21 cm impresión a 4x4 tintas sobre papel couche brillante de 135 gr con doblez al centro.		**6,000,000**	**15,000,000**		
Pendones Tipo	Impresa en lona platificada de 13 onzas a 4 x 0, doblada y vulcanizada con contra peso y dos ojillos de 45cm x 1.30mts.		**60,000**	**150,000**		
Calendario Progol Tipo	Interiores impresos a 4x4 en papel couche brillante de 100gr, forros impresos a 4x4 en papel couche brillante de 200 grs., tamaño final de 7.5 x 10.8 cm con una grapa a caballo y enfajillado de 20 piezas.		**2,140,000**	**5,100,000**		
Calendario Protouch Tipo	Interiores impresos a 4x4 en papel couche brillante de 100gr, forros impresos a 4x4 en papel couche brillante de 200 grs., tamaño final de 7.5 x 10.8 cm con una grapa a caballo y enfajillado de 10 piezas.		**420,000**	**1,050,000**		
				SUBTOTAL		
				IVA		
				TOTAL		

D. Requisitos Técnicos.

El licitante deberá presentar en su Proposición técnica, los siguientes documentos:

1. Currículum del licitante que demuestre experiencia para cumplir con los servicios objetos de esta licitación, que incluya:
    a. Por lo menos 1 campaña masiva generada en México e implementada a nivel nacional, en el sector privado (demostrable mediante fotos y/o video)
    b. Por lo menos 2 campañas integrales a nivel nacional, (demostrable mediante fotos),
    c. Contar con el desarrollo de un personaje promocional masivo, para una marca de consumo que soporte los valores de la misma,
    d. Demostrar responsabilidad social por medio del desarrollo de al menos una campaña altruista (demostrable con fotografías y/o videos)
    e. Haber realizado campañas y diseños similares a los solicitados en la presente licitación.
    f. Reel de los principales trabajos realizados.

2. Manifestar en papel membretado de la empresa, bajo protesta de decir verdad, en el que señale que toda la información a la que tenga acceso, en caso de resultar adjudicado, se tratará con la más estricta confidencialidad y de no ser así, serán aplicables las sanciones que procedan.

3. Escrito bajo protesta de decir verdad, en el que el licitante se manifieste que en los 2 años anteriores y hasta la fecha, no están trabajando en forma directa, con algún cliente que realice juegos, sorteos, concursos, apuestas deportivas, excepto promociones no lucrativas del sector privado , y/o empresas que representen conflicto de intereses con esta entidad.

4. Escrito en el que se manifieste que en caso de ser adjudicados, para la atención de la entidad debe de contar con:
    A. Un director de cuenta con mínimo 3 años de experiencia en el puesto.
    B. Un supervisor de cuenta con mínimo 3 años de experiencia en el puesto y que sea asignado como exclusivo para atender a PAP.
    C. Dos ejecutivos de cuenta con mínimo 2 años de experiencia en el puesto y que sean asignados como exclusivos para atender a PAP.
    D. Un director creativo con mínimo 3 años de experiencia en el puesto.
    E. Un director creativo asociado con mínimo 1 año de experiencia en el puesto y que sea asignado como exclusivo para atender a PAP.
    F. Un director de arte con mínimo 2 años de experiencia en el puesto y que sea asignado como exclusivo para atender a PAP.
    G. Un copie creativo con mínimo 2 años de experiencia en el puesto y que sean asignados como exclusivos para atender a PAP.
    H. Un productor de fotografía con mínimo 2 años de experiencia.
    I. Un asistente de fotografía con mínimo 6 meses de experiencia.
    J. Un director de producción con mínimo 10 años de experiencia (deberá presentar reel) en el puesto.
    K. Un productor senior con por lo menos 4 años de experiencia en el puesto.
    L. Un productor junior con por lo menos 2 años de experiencia en el puesto.
    M. Un administrador de producción con por lo menos 5 años de experiencia en el puesto.
    N. Un director de impresos con por lo menos 5 años de experiencia en el puesto.
    O. Un asistente de impresos con por lo menos 2 años de experiencia en el puesto.
    P. Un asistente de tráfico con por lo menos 5 años de experiencia en el puesto.
    Q. Un director de planeación estratégica con un mínimo de 5 años de experiencia en el puesto.
    R. Un planner estratégico con por lo menos 2 años de experiencia.

Incluir currículum vitae de cada integrante.

5. Escrito en papel membretado, bajo protesta de decir verdad, en el que se manifieste que la empresa participante cuenta con la infraestructura mínima (instalaciones, software y hardware adecuados) para la realización y supervisión de los proyectos materia de esta licitación.

6. Las Licitantes deberán contar por lo menos con tres proveedores que tengan la experiencia de cuando menos 2 años en el desarrollo y producción de eventos especiales, investigación de mercados, producción de audiovisuales, impresos y campañas de BTL, lo cual comprobarán mediante escrito en papel membretado, bajo protesta de decir verdad y que incluirán en su Proposición técnica**.**

7. Manifestación en papel membretado de la empresa, en el que señale que en el año 2008, cuenta con ingresos de un mínimo de **5** millones y un máximo de **50** millones de pesos, y en el año 2009 al cierre del 30 de Septiembre, cuente con ingresos mínimos de 4 millones y máximo de 40 millones.

8. Para demostrar lo anterior deberá presentar estados financieros correspondientes a 2008 y al cierre del 30 de Septiembre de 2009, elaborados y firmados por el contador de la empresa, debiendo anexar fotocopia de la cedula profesional de este.

9. Los puntos anteriores son obligatorios y el no presentar alguno de estos será causa de desechamiento de las proposiciones ya que son parte de la evaluación técnica.

10. Obligaciones por parte de los licitantes y del prestador de los servicios.
    Los licitantes, se obligarán por escrito (presentándolo en su sobre de Proposición técnica), a no divulgar la información a que tenga acceso ni el resultado de los servicios motivo de la presente licitación, ya que toda información previa y los resultados que se generen de dichos servicios, única y exclusivamente propiedad de "Pronósticos" y tiene carácter de confidencial.

    Por lo anterior, los participantes quedan obligados, por el solo acto de haber concursado, a no utilizar por sí o por interpósita persona la información, datos y resultados derivados de su participación en la prestación del servicio objeto de esta licitación, para su divulgación en conferencias, informes, reportes o cualquier otro medio ya sea escrito, oral, electrónico o de cualquier otro tipo y tampoco podrá utilizarlos en beneficio propio como base de un nuevo diseño sin la previa y expresa autorización de la Entidad.

CAPÍTULO 3
CONSIDERACIONES PARA LA ELABORACIÓN DE LA PROPOSICIÓN ECONÓMICA

A. Consideraciones Generales.

Los licitantes deberán elaborar su Proposición económica con apego en los siguientes puntos:

1. La Proposición económica deberá ser presentada en papel membretado de cada licitante.
2. La Proposición económica deberá elaborarse sin tachaduras ni enmendaduras y presentarse en sobre cerrado.
3. En la Proposición económica, los licitantes deberán presentar una sola Proposición, no se considerarán opciones. Se deberá cotizar por rubro desglosando los precios unitarios de cada uno de los productos y servicios que integran los diferentes rubros, IVA y costo total.
4. La Proposición deberá considerar el costo ofrecido para el primer año para el rubro 1 señalado en el punto C del capítulo 2, en el caso de los rubros restantes, solo se presentará el costo unitario para 2009. Los costos unitarios para 2010, 2011 y 2012, podrán ser modificados únicamente a solicitud por escrito del Licitante ganador y se definirán de acuerdo al incremento del Índice Nacional de Precios al Consumidor del 2009, 2010 y 2011 publicados por el Banco de México, según corresponda a los ejercicios 2010, 2011 y 2012 los cuales aplicarán a partir del siguiente día natural de la fecha de formalización del convenio modificatorio.
5. La Proposición económica deberá ser firmada en todas sus hojas por el representante legal del licitante, identificando la firma con su nombre en la última hoja, requisito fundamental que acredita la identidad del representante legal y la manifestación de la voluntad.

CAPÍTULO 4
CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DE LAS PROPOSICIONES TÉCNICAS Y ECONÓMICAS

A. CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DE LAS PRUESTAS TÉCNICAS.

Para que una Oferta Técnica sea aceptada, deberá cumplir en su totalidad con las especificaciones y características solicitadas en este anexo técnico y en esta convocatoria; por tal motivo se verificará el cumplimiento de cada uno de los requisitos solicitados, los cuales deberán corresponder a la Proposición técnica ofertada, así como la experiencia requerida con base en el análisis de la documentación solicitada anteriormente.

Se elaborará cuadro comparativo de las proposiciones y se verificará que cumplan con los requisitos establecidos y correspondan con la Proposición técnica presentada con el criterio de cumple o no cumple establecido en el articulo 41-A primer párrafo del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Servicio Público Federal.

De acuerdo al artículo 36 del la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Servicio Público Federal. 3er párrafo y usando los mecanismos establecidos en los artículos 41-A y 41-B se establecen los siguientes criterios para evaluar las Proposiciones técnicas de los licitantes:

1. Para evaluar el rubro de experiencia y especialidad del licitante indicado en el articulo 41-A del reglamento citado, se tomara en cuenta como subrubro el número de campañas BTL que presente el licitante, las Campañas de BTL, deberán incluir la evidencia con fotografías y análisis profundo de la actividad. El objetivo es evaluar la capacidad de los licitantes en el desarrollo de dichas campañas. Esta evidencia fotográfica y análisis deberá ser entregada en carpetas, presentando una relación de las mismas.

El licitante que entregue mas proyectos tendrá de calificación en este rubro 10 puntos, el siguiente licitante que entregue mas proyectos, pero menos que el primero, tendrá un puntaje proporcional menor al que entrego más, para determinar esto se usara una regla de 3 simple, y así sucesivamente se determinara un puntaje para cada licitante.

Los licitantes deberán entregar una relación de proyectos

Para calificar este rubro se usara la siguiente tabla:

Nivel de e económica	Número de Proyectos	Puntaje obtenido por Licitante
MPemb		
Mpi1		
Mpi2		
Mpi3		
Mpi4		
Mpi5		
Mpi6		
Mpi7		
Mpi8		
Mpi9		

Ejemplo de cómo se llenará esta tabla

Nivel de Proposición económica	Número de Proyectos	Puntaje obtenido por Licitante
MPemb	4	3.33
Mpi1	7	5.83
Mpi2	3	2.5
Mpi3	6	5
Mpi4	7	5.83
Mpi5	12	10
Mpi6	3	2.5
Mpi7	5	4.17
Mpi8	8	6.67
Mpi9	2	1.67

2. Para evaluar el rubro de capacidad del licitante indicado en el mismo articulo 41-A del reglamento citado se tomara en cuenta como subrubro los años de experiencia del personal solicitado en el Capítulo 2, inciso C punto 4 de este anexo técnico.
   Para poder evaluar este subrubro el licitante deberá entregar los curriculums de cada integrante, y deberá indicar en el siguiente formato la experiencia de cada persona que proponga:

Nombre del Puesto	Nombre del personal	Años de Experiencia
Director de cuenta		
Supervisor de cuenta		
Ejecutivo de cuenta 1		
Ejecutivo de cuenta 2		
Director creativo		
Director creativo asociado		
Director de arte		
Copie creativo		
Productor de fotografía		
Asistente de fotografía		
Director de Producción		
Productor senior		
Productor junior		
Administrador de producción		
Director de impresos		
Asistente de impresos		
Asistente de tráfico		
Director de planeación estratégica		
Planner estratégico		
Total de Experiencia		

El total de años de experiencia del personal solicitado se sumara y el licitante que sume mayores años de experiencia obtendrá 10 puntos, el licitante que le sigue en años de experiencia se le calificara proporcionalmente al que tiene 10 puntos, usando una regla de 3 simple.

Para calificar este rubro se usara la siguiente tabla:

Nivel de Proposición económica	Experiencia de personal años acumulados	Puntaje obtenido por Licitante
MPemb		
Mpi1		
Mpi2		
Mpi3		
Mpi4		
Mpi5		
Mpi6		

Mpi7		
Mpi8		
Mpi9		

Ejemplo de cómo se llenará esta tabla

Nivel de Proposición económica	Experiencia de personal años acumulados	Puntaje obtenido por Licitante
MPemb	43	2.6875
Mpi1	27	1.6875
Mpi2	134	8.375
Mpi3	130	8.125
Mpi4	75	4.6875
Mpi5	87	5.4375
Mpi6	49	3.0625
Mpi7	112	7
Mpi8	152	9.5
Mpi9	160	10

3. Para evaluar el rubro de integración de la Proposición técnica indicada en el artículo 41-A del reglamento citado se utilizara el método definido en el artículo 41-B del mismo reglamento bajo el siguiente criterio:

   Se evaluarán Campañas de Publicidad presentadas por los licitantes como parte de su Proposición técnica sobre el producto "Melate Revancha".
   Cada licitante deberá entregar una campaña publicitaria que incluya como mínimo lo siguiente:
   - Storyboard de dos propuestas de spot, uno para televisión de 2 minutos y otro para cine de 1 minuto sobre el producto.
   - Planteamiento general, racional y supuesto de posicionamiento de la estrategia de campaña sobre el producto, esto servirá de base para el desarrollo de dos propuestas o plataformas creativas.
   - Entrega de una versión en ANIMATIC del Storyboard de 2 minutos en formato DVD (2 copias).
   - Producción de dos spots de radio de 20" sobre el producto.
   - Bocetos para aplicación en impresos, prensa, revista, espectacular y material punto de venta para las agencias de Pronósticos como póster, lona, stoper metálico, volante o folleto, colgante, etc. sobre el producto, siendo forzosos el poster y una página completa de prensa lo demás es optativo.

   Para presentar la campaña publicitaria, los licitantes deberán tomar en cuenta los siguientes puntos:
   - La campaña deberá ser firmada por Pronósticos para la Asistencia Pública el día de la apertura de proposiciones.
   - El objeto de la campaña de publicidad es evaluar la capacidad y calidad creativa del los licitantes la cual será un factor determínate para definir al ganador de la licitación, se tomara en cuenta la capacidad creativa, de síntesis, de abstracción, de adaptación, de originalidad e impacto de los licitantes.
   - Para la correcta y objetiva evaluación de las campañas de publicidad, se someterán a una evaluación tipo "pre-test" a través de focus grup para determinar los valores correctos de cada una de ellas.
   - El material especifico a evaluar es el ANIMATIC de 2 minutos, uno de los dos spot de radio, un poster y una página completa de periódico.
   - La campaña publicitaria del licitante ganador se ajustará a las necesidades de comunicación de Pronósticos para la Asistencia Pública para ser usada por esta última si así lo decidiera.
   - El costo de este material para el desarrollo creativo correrá a cargo de los licitantes participantes.

- En la evaluación de las campañas, estarán presentes personal de la entidad y podrá estar, si así lo estima conveniente, sólo un representante de cada licitante.
- La fecha de la evaluación será del 26 y 27 de octubre 2009.
- Los horarios se darán a conocer el día de la apertura de proposiciones

Para la realización de la propuesta, se puede consultar el brief, ubicado en el punto B, del Capítulo 2 de este anexo técnico.

La campaña publicitaria deberá incluir la justificación que demuestre la conveniencia de la estrategia. Asimismo se revisará que existe congruencia entre el planteamiento general, el posicionamiento y la estrategia creativa propuesta.
El proyecto creativo será evaluado a partir del desarrollo de sesiones de grupo con consumidores del grupo objetivo en las que estará presente personal de la Entidad y se invitará al Órgano Interno de Control el cual no esta obligado a asistir a dicha evaluación, sin embargo el área usuaria observará que se cumpla con todos los requisitos estipulados en el anexo técnico de esta convocatoria para la evaluación denominada PRE TEST.
La evaluación de la campaña publicitaria será realizada por una agencia especializada en la materia, externa a PAP y su selección se realizará en los términos que establece la Ley.
La Entidad no será responsable de ningún costo en que incurran los licitantes participantes como consecuencia del trabajo desarrollado para la preparación de las proposiciones, ni por ningún gasto derivado de la presentación de las mismas.

La Entidad podrá verificar que toda información provista sea verdadera.
La información que se entrega a los licitantes y que no sea pública se tratará con la más estricta confidencialidad por estos.
Se elaborará un cuadro comparativo con los puntajes de las proposiciones creativas y económicas, tomando como base los criterios de evaluación expuestos ANTERIORMENTE.

B. EVALUACIÓN DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DENOMINADA PRE TEST.

- La campaña debe contener un concepto central que se exprese eficientemente en un lenguaje (oral y visual) simple y coloquial y debe responder sin duda, al objetivo general de la estrategia.
- La campaña será evaluada bajo los siguientes criterios a los cuales les ha sido asignado un valor que nos permitirá tener un puntaje total como valoración de la campaña. Denominado como PRE TEST.
- Se evaluaran específicamente el ANIMATIC de 2 minutos, uno de los dos Spot de radio, el poster y la pagina completa de prensa.
- Los participantes a las sesiones de grupo serán del perfil del consumidor de Melate Revancha y a cada uno de estos se les hará preguntas especificas de acuerdo a los conceptos a evaluar y ellos calificaran las campañas.
- Los conceptos a evaluar son los siguientes:

1.- Es una campaña que deberá tener Alto impacto/respuesta. (valor 10 puntos).
2.- Es simple y clara. (Valor 10 puntos).
Comunica al consumidor de manera fácil lo que queremos decir.
3.- Es CREÍBLE. (Valor 10 puntos).
El consumidor sabe que lo que se comunica es cierto.
4.- Es original y sorprendente. (Valor 10 puntos)
Es memorable para el consumidor.
5.- Es relevante para nuestra audiencia. (Valor 10 puntos)
Los elementos que maneja son significativos para los consumidores.
6.- Es empática y positiva. (Valor 10 puntos)
Las personas se sienten identificadas con la marca.
7.- Provoca alguna acción o reacción. (Valor 10 puntos)
Puede ofrecer un efecto positivo sobre las ventas del producto, la gente se siente atraída hacia él.
8.- El concepto general se aplica adecuadamente en cada medio. (Valor 10 puntos)

El valor máximo que puede tener una campaña de publicidad (Integración de Propuesta Técnica) es de 80 puntos.

Para evaluar las campañas de los licitantes se usara la siguiente tabla:

Nivel de Proposición económica	Integración de Proposición Técnica (Resultados de Evaluación de la Campaña PRE TEST)

	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Total
MPemb									
Mpi1									
Mpi2									
Mpi3									
Mpi4									
Mpi5									
Mpi6									
Mpi7									
Mpi8									
Mpi9									

Ejemplo de cómo se llenará esta tabla:

Nivel de Proposición económica	Integración de Proposición Técnica (Resultados de Evaluación de la Campaña PRE TEST)								
	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Total
MPemb	7	8	3	5	9	7	6	8	53
Mpi1	7	4	3	4	5	8	6	9	46
Mpi2	8	7	4	9	8	8	7	8	59
Mpi3	9	9	10	9	10	9	9	9	74
Mpi4	6	4	9	5	10	8	8	7	57
Mpi5	10	8	7	9	9	6	8	7	64
Mpi6	8	8	8	7	9	9	10	10	69
Mpi7	7	7	8	8	8	8	8	9	63
Mpi8	9	9	9	7	7	8	8	8	65
Mpi9	8	8	7	9	8	9	7	7	63

Una vez determinado los puntos obtenidos de los rubros experiencia y especialidad del licitante, capacidad del licitante e integración de la Proposición técnica se sumaran para obtener el total de puntos obtenidos.

La puntuación máxima que podrá obtener un licitante por la suma de los 3 rubros será de 100 puntos.

Con el objeto de tener una ponderación preestablecida que nos permita elegir al licitante que ofrezca la mejor relación precio/calidad se establecerá el siguiente criterio:

C. CRITERIOS QUE SE APLICARAN PARA EVALUAR LAS PROPOSICIONES TÉCNICAS Y ECONÓMICAS.

1. Con el objeto de tener una ponderación preestablecida que nos permita elegir el Licitante que ofrezca la mejor relación precio/calidad se usaran los criterios establecidos en el articulo 41-B del multicitado reglamento de la Ley de adquisiciones, arrendamiento y servicios del sector público que indica lo siguiente:

- La Proposición técnica a evaluar tendrán un valor del 50% de ponderación.
- La Proposición económica tendrá un valor del 50% de la ponderación.

- Haber superado la evaluación de la Proposición técnica con una calificación superior o igual a los 60 puntos y cumplir con todas las especificaciones técnicas solicitadas en la presente convocatoria.

2. La mecánica de evaluación para ponderar las calificaciones de los licitantes será como sigue:

Las calificaciones anteriores se sumarán para obtener el resultado de la evaluación técnica (**Pti**) y se multiplicarán por el 50% (**T**) para obtener la calificación ponderada (**IT**), con el fin de conocer la capacidad del licitante y la integración de la Proposición técnica, quedando como sigue:

Pti= Total de puntos obtenidos en los rubros técnicos por la i-ésima propuesta técnica
i-ésima= 1
T = 50% (ponderador de la propuesta técnica)
IT = Índice técnico = Pti x T

La mecánica de la evaluación de la **Proposición Económica** para ponderar las calificaciones de los licitantes será:

PE = Monto máximo con IVA del importe total por el periodo del 1 de noviembre de 2009 al 31 de diciembre del 2012 por licitante.
Pei = Puntaje económico de la i-ésima parte de la propuesta económica, = MPemb X 100 / Mpin
n= número de la Proposición económica que sigue a la más baja y así sucesivamente
Mpi= Monto de la propuesta de la i-ésima propuesta económica
i-ésima= 1
Mpemb= Monto de la propuesta económica más baja
IE = 50 % (ponderador de la propuesta económica).

Finalmente se sumarán los puntajes finales de la Proposición económica y la Proposición técnica bajo la siguiente formula: **Pte** = IT+ IE Total = Resultado Final

El licitante que obtenga el mayor puntaje en el resultado final será el GANADOR.

Nota: Para las Proposiciones económicas se tomara en cuenta el monto máximo con IVA del importe total por el periodo del 1 de noviembre de 2009 al 31 de diciembre del 2012.

Ejemplo:

Propuesta Económica					
Nivel de propuesta económica	**PE**	**Factor**	**Pei**	**E**	**IE**
MPemb	$456,321,987.00	100	100	50.00%	50
Mpi1	$474,574,866.48	100	96.15	50.00%	48.08
Mpi2	$493,557,861.14	100	92.46	50.00%	46.23
Mpi3	$508,364,596.97	100	89.76	50.00%	44.88
Mpi4	$518,531,888.91	100	88.00	50.00%	44.00
Mpi5	$528,902,526.69	100	86.28	50.00%	43.14
Mpi6	$539,480,577.22	100	84.59	50.00%	42.29
Mpi7	$550,270,188.77	100	82.93	50.00%	41.46
Mpi8	$561,275,592.54	100	81.30	50.00%	40.65
Mpi9	$589,339,372.17	100	77.43	50.00%	38.71

Donde:

PE = Monto máximo con IVA del importe total ofertado por el periodo del 1 de noviembre de 2009 al 31 de diciembre del 2012 por licitante.
Pei = Puntaje económico de la i-esima parte de la propuesta económica, = MPemb X 100 / Mpin
n= número de la propuesta económica que sigue a la más baja y así sucesivamente
Mpi= Monto de la propuesta de la i-esima propuesta económica
i-ésima= 1
Mpemb= Monto de la propuesta económica más baja
E = 50 % (ponderador de la propuesta económica).
IE = Resultado de la propuesta económica = Pei x E

Nivel de propuesta económica	Integración de Propuesta Técnica (Resultados de Evaluación de la Campaña PRE TEST)									Experiencia y Especialidad del Licitante	Capasidad del Licitante			
	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Total			Pti	T	IT
[redacted]														
MPemb	7	8	3	5	9	7	6	8	53	3.33	2.69	59.02	50%	29.51
Mpi1	7	4	3	4	5	8	6	9	46	5.83	1.69	53.52	50%	26.76
Mpi2	8	7	4	9	8	8	7	8	59	2.5	8.38	69.88	50%	34.94
Mpi3	9	9	10	9	10	9	9	9	74	5	8.13	87.13	50%	43.56
Mpi4	6	4	9	5	10	8	8	7	57	5.83	4.69	67.52	50%	33.76
Mpi5	10	8	7	9	9	6	8	7	64	10	5.44	79.44	50%	39.72
Mpi6	8	8	8	7	9	9	10	10	69	2.5	3.06	74.56	50%	37.28
Mpi7	7	7	8	8	8	8	8	9	63	4.17	7.00	74.17	50%	37.09
Mpi8	9	9	9	7	7	8	8	8	65	6.67	9.50	81.17	50%	40.59
Mpi9	8	8	7	9	8	9	7	7	63	1.67	10.00	74.67	50%	37.34

Donde:

Pti= Total de puntos obtenidos en los rubros técnicos por la i-esima propuesta técnica
i-ésima= 1
T = 50% (ponderador de la propuesta técnica)
IT = Índice técnico = Pti x T

Pte
Resultado Final Propuesta Técnica y Económica
79.51
74.84
81.17
88.44
77.76
82.86
79.57
78.55
81.24
76.05

Pte = IT+ IE Total = Resultado Final

3. Se verificará que el precio ofrecido por los materiales y servicios no resulte menor al costo que implicaría la realización de los mismos, por lo que si en alguna Proposición económica se presentara esta situación, la entidad podrá desecharla por considerarla precio no conveniente de acuerdo al Artículo 2 fracción XII de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

Nota: Los licitantes deberán solicitar a la gerencia de recursos materiales ubicada en Insurgentes Sur Nº 1397 piso 10, Col. Insurgentes Mixcoac, C.P. 03920, México D.F. piso 11 los siguientes anexos los cuales se requieren para la elaboración de sus Proposiciones tanto técnicas como económicas:

1. DVD con el comercial de cine/ TV tipo de 2 minutos.
2. DVD con película tipo.
3. CD con comercial de radio Tipo.
4. CD con especificaciones de materiales para producir.
5. CD con tablas para presentar las Proposiciones económicas en archivo Excel.
6. DVD de sesión fotográfica tipo.
7. Muestra de un Raspadito.
8. Muestra de un calendario de Progol.

Atentamente

_____

José Luis Jiménez Mangas
Director de Marcas Melate y Revancha