

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.

LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL ELECTRÓNICA No. LA-021W3J001-E71-2016, SEGUNDA CONVOCATORIA, RELATIVA A LA CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA QUE PROPORCIONE LOS SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN EN EL MERCADO NACIONAL PARA PROMOVER LA IMAGEN DE MÉXICO Y ESTIMULAR LA DEMANDA Y SERVICIOS TURÍSTICO DEL PAÍS.

LA-021W3J001-E71-2016
Calendario de eventos

PRECONVOCATORIA:

DÍA:	23	MES:	MARZO	AÑO:	2016	HORA:	11:00
LUGAR:	A TRAVÉS DE COMPRANET Y PAGINA WEB DEL CONSEJO						

CONVOCATORIA

DÍA:	16	MES:	JUNIO	AÑO:	2016	HORA:	11:30
-------------	----	-------------	-------	-------------	------	--------------	-------

VISITA(S) A LAS INSTALACIONES: NO APLICA

DÍA:		MES:		AÑO:		HORA:	
LUGAR:	EN VIADUCTO MIGUEL ALEMÁN 105, COLONIA ESCANDÓN, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11800, CIUDAD DE MÉXICO.						

JUNTA(S) DE ACLARACIÓN(ES)

DÍA:	5	MES:	JULIO	AÑO:	2016	HORA:	10:00
LUGAR:	A TRAVÉS DE COMPRANET, EN VIADUCTO MIGUEL ALEMÁN 105, COLONIA ESCANDÓN, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11800, CIUDAD DE MÉXICO.						

ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES:

DÍA:	12	MES:	JULIO	AÑO:	2016	HORA:	10:00
LUGAR:	A TRAVÉS DE COMPRANET EN VIADUCTO MIGUEL ALEMÁN 105, COLONIA ESCANDÓN, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11800, CIUDAD DE MÉXICO.						

ACTO DE NOTIFICACIÓN DE FALLO:

DÍA:		MES:		AÑO:		HORA:	
LUGAR:	EN EL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES, SE NOTIFICARÁ LA HORA A TRAVÉS DE COMPRANET.						

FECHA ESTIMADA DE FORMALIZACIÓN DE CONTRATO:

DÍA:	DENTRO DE LOS 15 DÍAS NATURALES POSTERIOR A LA NOTIFICACIÓN DEL FALLO						
LUGAR:	SALA DE JUNTAS DEL 7º PISO EN VIADUCTO MIGUEL ALEMÁN 105, COLONIA ESCANDÓN, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11800, CIUDAD DE MÉXICO.						

CONTENIDO

GLOSARIO

1. **DATOS GENERALES.**
 - 1.1 **PLAZO Y CONDICIONES PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS.**
 - 1.2 **IDIOMA DE LA PROPOSICIÓN.**
 - 1.3 **PRESUPUESTO AUTORIZADO.**
2. **OBJETO Y ALCANCE.**
 - 2.1 **AGRUPACIÓN POR PARTIDAS.**
 - 2.2 **NORMAS.**
 - 2.3 **PRUEBAS.**
 - 2.4 **TIPO DE CONTRATO.**
 - 2.5 **ABASTECIMIENTO SIMULTÁNEO.**
 - 2.6 **SUSCRIPCIÓN Y MODIFICACIÓN DEL CONTRATO.**
 - 2.6.1 **SUSCRIPCIÓN DEL CONTRATO.**
 - 2.6.2 **MODIFICACIONES AL CONTRATO.**
 - 2.6.3 **OTORGAMIENTO Y LIBERACIÓN DE GARANTÍAS.**
 - 2.6.3.1 **PARA EL CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.**
 - 2.6.3.2 **LIBERACIÓN DE LA GARANTÍA.**
3. **FORMA Y TÉRMINOS DE LOS ACTOS DEL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN.**
 - 3.1 **REDUCCIÓN DE PLAZOS.**
 - 3.2 **CALENDARIO DE EVENTOS.**
 - 3.3 **VIGENCIA DE LAS PROPOSICIONES.**
 - 3.4 **PROPOSICIONES CONJUNTAS.**
 - 3.5 **PROCEDIMIENTO DE LA LICITACIÓN.**
 - 3.5.1 **JUNTA DE ACLARACIONES.**
 - 3.5.2 **PROPOSICIÓN A TRAVÉS DE COMPRANET.**
 - 3.5.3 **PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES**
 - 3.5.4 **FALLO DE LA LICITACIÓN Y FIRMA DEL CONTRATO.**
4. **ENUMERACIÓN DE REQUISITOS.**
 - 4.1 **REQUISITOS DE CUMPLIMIENTO INDISPENSABLE PARA EVALUAR LA PROPOSICIÓN CUYO INCUMPLIMIENTO SERÁ MOTIVO DE DESECHAMIENTO.**
 - 4.1.1 **DE LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA.**
 - 4.1.2 **DE LOS REQUISITOS TÉCNICOS.**
 - 4.2 **REQUISITOS OPCIONALES Y DE OTORGAMIENTO DE PUNTOS Y PORCENTAJES, CUYO INCUMPLIMIENTO NO ES MOTIVO DE DESECHAMIENTO.**
 - 4.2.1 **DE LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA.**
 - 4.2.2 **DEL ANEXO TÉCNICO.**
5. **CRITERIOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN DE PROPOSICIONES Y ADJUDICACIÓN DE CONTRATO.**
 - 5.1 **EVALUACIÓN DE LAS PROPOSICIONES.**
 - 5.1.1 **EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA ECONÓMICA**
 - 5.1.2 **EVALUACIÓN DE LA PUNTUACIÓN.**
 - 5.2 **ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO.**
6. **DOCUMENTOS Y DATOS QUE DEBEN PRESENTAR LOS LICITANTES.**
 - 6.1 **LEGALES Y ADMINISTRATIVOS.**

- 6.1.1 RESUMEN DE PROPUESTAS FIRMADAS DIGITALMENTE Y ANEXADAS A SU PROPOSICIÓN.
- 6.1.2 ACREDITACIÓN DE PERSONALIDAD.
- 6.1.3 MANIFESTACIÓN DE NACIONALIDAD MEXICANA
- 6.1.4 ACREDITAMIENTO DEL CUMPLIMIENTO DE NORMAS.
- 6.1.5 SUPUESTOS ESTABLECIDOS EN LOS ARTÍCULOS 50 Y 60, ANTEPENÚLTIMO PÁRRAFO DE LA LEY.
- 6.1.6 DECLARACIÓN DE INTEGRIDAD.
- 6.1.7 PROPOSICIÓN CONJUNTA.
- 6.1.8 CONOCEN Y ACEPTAN TODOS LOS REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN.
- 6.1.9 PROPUESTA ECONÓMICA
- 6.2 DE LOS REQUISITOS OPCIONALES, CUYO INCUMPLIMIENTO NO ES MOTIVO DE DESECHAMIENTO.
 - 6.2.1 DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO.
 - 6.2.2 CARÁCTER DE ESTRATIFICACIÓN.

7. PROTOCOLO DE ACTUACIÓN

8. INCONFORMIDADES.

9. QUEJAS O DENUNCIAS.

10. FORMATOS.

GLOSARIO

EN LOS ASPECTOS LEGAL Y ADMINISTRATIVO.

CONVOCATORIA:	DOCUMENTO QUE SE PONE A DISPOSICIÓN DE LOS INTERESADOS Y EL CUAL CONTIENE LOS ASPECTOS, LAS ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO, OBJETO DE LA LICITACIÓN Y LOS REQUISITOS Y CONDICIONES DE PARTICIPACIÓN.
LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL ELECTRÓNICA:	EN LA CUAL EXCLUSIVAMENTE SE PERMITIRÁ LA PARTICIPACIÓN DE LOS LICITANTES A TRAVÉS DE COMPRANET, SE UTILIZARÁN MEDIOS DE IDENTIFICACIÓN ELECTRÓNICA
LICITANTE:	LA PERSONA QUE PARTICIPE EN CUALQUIER PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN PÚBLICA.
LICITANTE GANADOR:	LA PERSONA A QUIEN SE ADJUDIQUE EL CONTRATO.
CONSEJO: (CPTM)	EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C. V.
LEY:	LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO.
MEDIOS REMOTOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICA:	LOS DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS PARA EFECTUAR TRANSMISIÓN DE DATOS E INFORMACIÓN A TRAVÉS DE COMPUTADORAS, LÍNEAS TELEFÓNICAS, ENLACES DEDICADOS, MICROONDAS Y SIMILARES.
PROPOSICIÓN:	CONJUNTO DE DOCUMENTOS QUE CONFORMAN LA PROPUESTA TÉCNICA Y ECONÓMICA.
OIC:	EL ÓRGANO INTERNO DE CONTROL EN EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
REGLAMENTO:	EL REGLAMENTO DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO.
REPRESENTANTE:	EL APODERADO LEGAL DE CADA LICITANTE.
SFP:	LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA.
SHCP:	LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO.

EN LOS ASPECTOS TÉCNICOS

ACCIONES PROMOCIONALES (AP's)	SON ACCIONES DE DIFUSIÓN Y/O PUBLICITARIAS, PLANEADAS Y/O IMPREVISTAS, CON POTENCIAL PARA LA DIFUSIÓN DE LA IMAGEN DE MÉXICO Y LA MARCA PAÍS "MÉXICO", ASÍ COMO LOS DESTINOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS QUE EL CONSEJO PROMUEVE
--------------------------------------	---

ARTÍCULOS PROMOCIONALES	DISTINTOS MÉTODOS, OBJETOS Y/O ARTÍCULOS QUE UTILIZAN LAS EMPRESAS PARA PROMOVER BIENES Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LA MARCA MÉXICO, ESTADOS Y DESTINOS ENTRE OTROS, EN DONDE APAREZCA EL NOMBRE, LOGO Y MARCA Y CUALQUIER INFORMACIÓN RELACIONADA AL SECTOR. EJ. PLUMAS, LÁPICES, LLAVEROS, CALENDARIOS, ETC.
BANCOS DE INFORMACIÓN	BASE DE DATOS DE INFORMACIÓN E IMÁGENES ADMINISTRADA POR EL CONSEJO.
CENTRO DE PRENSA VIRTUAL	OFICINA DE ATENCIÓN A MEDIOS, ENLACE DE PRENSA POR PARTE DE LA AGENCIA PROVEEDORA DE SERVICIOS, CON CAPACIDAD DE ATENDER CON CALIDAD Y EFICIENCIA LAS SOLICITUDES DE INFORMACIÓN EN LOS IDIOMAS DE LOS PAÍSES QUE CORRESPONDAN.
ESTADO	ENTIDAD FEDERATIVA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	PLAN QUE INTEGRA LOS OBJETIVOS A COMUNICAR, EN SECUENCIA COHERENTE DE LAS ACCIONES A REALIZAR.
GUÍA DE USO DE MARCA	LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS PARA EL USO DE LA MARCA MÉXICO
GUÍAS DE MENSAJE	CONJUNTO DE MENSAJES CLAVE DE INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE EL SECTOR Y LAS ACCIONES DE SECTUR, DEL CONSEJO, FONATUR, ENTRE OTROS.
PLAN DE COMUNICACIÓN	DOCUMENTO ELABORADO POR LA AGENCIA DE RELACIONES PÚBLICAS CON EL FIN DE PROPONER Y LLEVAR A CABO ACCIONES DE DIFUSIÓN. CONTENDRÁ ENTRE OTROS ELEMENTOS: OBJETIVOS, ESTRATEGIA, ACCIONES A REALIZAR, PÚBLICO OBJETIVO Y COSTOS ESTIMADOS.
PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN E INTERACCIÓN DIGITAL	REDES SOCIALES, BLOGS. TODO AQUELLO RELACIONADO CON LOS PORTALES DE NAVEGACIÓN POR INTERNET.
PRESTADORES DE SERVICIO	CUALQUIER PERSONA FÍSICA O MORAL INCLUYENDO EL ESTADO Y SUS ENTIDADES DESCENTRALIZADAS O LAS AUTÓNOMAS, QUE PRESTEN SERVICIOS.
PROPUESTA DE ACTIVIDADES	CONJUNTO DE ACCIONES PLANIFICADAS LLEVADAS A CABO POR LOS INTEGRANTES, DIRECTIVOS Y/O PERSONAS INVOLUCRADAS EN

EL PROCESO, CON EL OBJETIVO DE ALCANZAR LAS METAS PLANTEADAS.

RETORNO DE INVERSIÓN (ROI)

EL RESULTADO DE DIVIDIR EL VALOR PUBLICITARIO DE LAS NOTAS GENERADAS POR LAS ACCIONES DEL LICITANTE GANADOR, ENTRE LA INVERSIÓN DEL PERIODO, ES DECIR EL PRESUPUESTO EJERCIDO, INCLUYENDO ENTRE OTROS LOS PROGRAMAS, HONORARIOS Y GASTOS

SITUACIONES CRÍTICAS

TIENE POR FIN PREVEER, DETECTAR, CONTRARRESTAR Y ATENDER OPORTUNAMENTE SITUACIONES QUE AFECTAN LA IMÁGEN DE MÉXICO, SUS DESTINOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS.

SOCIOS COMERCIALES

ENTIDADES FEDERATIVAS, MUNICIPIOS, OFICINAS DE CONVENCIONES Y VISITANTES, FIDEICOMISOS, CÁMARAS Y ASOCIACIONES, PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS, TALES COMO TRANSPORTISTAS AÉREOS, NÁUTICOS Y TERRESTRES, CADENAS HOTELERAS, ADMINISTRADORES DE PROPIEDADES EN TIEMPO COMPARTIDO, TOUROPERADORES, AGENTES DE VIAJES Y RESTAURANTES, ASÍ COMO EMPRESAS NO TURÍSTICAS (INSTITUCIONES BANCARIAS, TARJETAS DE CRÉDITO, EMPRESAS DE TELEFONÍA CELULAR Y CONVENCIONAL, COMPAÑÍAS PRODUCTORAS DE BIENES DE CONSUMO) QUE DIRECTA O INDIRECTAMENTE, SE BENEFICIEN DE LA DIFUSIÓN DE LA IMAGEN TURÍSTICA DE MÉXICO EN EL MERCADO OBJETIVO.

TOUR OPERADORES

GRANDES AGENCIAS DE VIAJES QUE SE CENTRAN EN LA CONFECCIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS ELABORADOS PARA UN GRAN NUMERO DE CLIENTES Y PUESTOS A LA VENTA CON ANTICIPACIÓN A LA DEMANDA REAL.

VARIABLES DE RIESGO

TODAS AQUELLAS ACCIONES, SITUACIONES Y/O ELEMENTOS DE LA NATURALEZA INTANGIBLES, QUE PUEDAN AFECTAR, DEMORAR O CAMBIAR LA ESTRATÉGIA DE DESARROLLO DEL SECTOR.

VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN

LA GESTIÓN Y REALIZACIÓN DE VISITAS EDITORIALES Y DE MIEMBROS DE LA INDUSTRIA A LOS DESTINOS TURÍSTICOS MEXICANOS, CON EL OBJETIVO DE OBTENER COBERTURA POSITIVA Y PROMOCIÓN DE SU OFERTA, A TRAVÉS DE LOS MEDIOS Y PUBLICACIONES CON LAS QUE COLABORAN.

SECTOR TURISMO

ES EL CONJUNTO DE UNIDADES DE PRODUCCIÓN EN DIFERENTES INDUSTRIAS QUE PRODUCEN BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO DEMANDADOS POR LOS VISITANTES. ESTAS INDUSTRIAS SE DENOMINAN LAS INDUSTRIAS TURÍSTICAS DEBIDO A QUE LA ADQUISICIÓN POR PARTE DE VISITANTES REPRESENTA UNA PORCIÓN TAN SIGNIFICATIVA DE SU OFERTA QUE, EN AUSENCIA DE ÉSTOS, DICHA PRODUCCIÓN SE VERÍA REDUCIDA DE MANERA SIGNIFICATIVA.

CONVOCATORIA

1. DATOS GENERALES

EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S. A. DE C. V., EN CUMPLIMIENTO A LO ESTABLECIDO POR EL ARTÍCULO 134 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, Y DE LAS DISPOSICIONES QUE ESTABLECEN LOS ARTÍCULOS 26, FRACCIÓN I, 26 Bis, FRACCIÓN II, 27, 28, FRACCIÓN I, 29, 30 Y 47 DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO Y DEMÁS RELATIVOS DE SU REGLAMENTO, ASÍ COMO DEL ACUERDO POR EL QUE SE ESTABLECEN LAS DISPOSICIONES QUE SE DEBERÁN OBSERVAR PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ELECTRÓNICO DE INFORMACIÓN PÚBLICA GUBERNAMENTAL DENOMINADO COMPRANET, POR CONDUCTO DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS, A TRAVÉS DE LA DIRECCIÓN DE RECURSOS MATERIALES, CON DOMICILIO EN AVENIDA VIADUCTO MIGUEL ALEMÁN NO. 105, COLONIA ESCANDÓN, CÓDIGO POSTAL 11800, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, CIUDAD DE MÉXICO, TELÉFONO 52784200, EXT. 1220 Y CORREO ELECTRÓNICO adquisiciones@visitmexico.com, adquisiciones@promotur.com.mx CELEBRARÁ LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL ELECTRÓNICA No. LA-021W3J001-E71-2016, SEGUNDA CONVOCATORIA, RELATIVA A LA CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA QUE PROPORCIONE LOS SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN EN EL MERCADO NACIONAL PARA PROMOVER LA IMAGEN DE MÉXICO Y ESTIMULAR LA DEMANDA Y SERVICIOS TURÍSTICO DEL PAÍS, BAJO LA SIGUIENTE:

1.1 PLAZO Y CONDICIONES PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS.

LA VIGENCIA DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS, SERÁ DE 24 MESES A PARTIR DEL DÍA SIGUIENTE A LA NOTIFICACIÓN DEL FALLO.

1.2 IDIOMA DE LA PROPOSICIÓN.

EL IDIOMA EN QUE DEBERÁ PRESENTARSE LA PROPOSICIÓN ES EL ESPAÑOL.

1.3 PRESUPUESTO AUTORIZADO.

EL CONSEJO CUENTA CON LA SUFICIENCIA PRESUPUESTAL, MEDIANTE REQUISICIÓN DE COMPRA NÚMERO DE FOLIO 141 DE FECHA 9 MARZO DE 2016.

2. OBJETO Y ALCANCE.

CONTRATAR UNA AGENCIA QUE PROPORCIONE LOS SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN EN EL MERCADO NACIONAL PARA PROMOVER LA IMAGEN DE MÉXICO Y ESTIMULAR LA DEMANDA Y SERVICIOS TURÍSTICO DEL PAÍS, LA DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LOS SERVICIOS SE MUESTRA EN EL ANEXO TÉCNICO.

2.1 AGRUPACIÓN POR PARTIDAS.

NO APLICA POR SER UN SERVICIO INTEGRAL

2.2 NORMAS.

NO APLICA

2.3 PRUEBAS.

PARA ESTA LICITACIÓN NO SE CONSIDERAN PRUEBAS.

2.4 TIPO DE CONTRATO.

EL CONTRATO QUE SE ADJUDIQUE COMO RESULTADO DE ESTA LICITACIÓN SERÁ ABIERTO EN LOS TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 47 DE LA LEY CON UN PRESUPUESTO A EJERCER:

UN MONTO MÍNIMO DE **\$128,000,000.00** (CIENTO VEINTIOCHO MILLONES DE PESOS 00/100 M.N.) Y UN MÁXIMO DE **\$320,000,000.00** (TRESCIENTOS VEINTE MILLONES DE PESOS 00/100 M.N.), INCLUIDO EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO Y LOS HONORARIOS, QUE DEBERÁ APLICARSE PARA LA REALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS EN TRES PERÍODOS, DE CONFORMIDAD AL SIGUIENTE PRESUPUESTO:.

2016	
MONTO MÍNIMO	MONTO MÁXIMO
\$ 56,000,000.00	\$ 140,000,000.00

2017	
MONTO MÍNIMO	MONTO MÁXIMO
\$48,000,000.00	\$ 120,000,000.00

2018	
MONTO MÍNIMO	MONTO MÁXIMO
\$ 24,000,000.00	\$ 60,000,000.00

LA MONEDA EN QUE DEBERÁ COTIZARSE LA PROPUESTA SERÁ EN PESOS DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.

EL PORCENTAJE DE LOS HONORARIOS OFERTADOS SERÁN FIJOS DURANTE TODA LA VIGENCIA DEL CONTRATO Y DEBERÁ INCLUIR EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO.

2.5 ABASTECIMIENTO SIMULTÁNEO.

PARA ESTA LICITACIÓN NO SE CONSIDERA EL ABASTECIMIENTO SIMULTÁNEO.

2.6 SUSCRIPCIÓN Y MODIFICACIÓN DEL CONTRATO.

2.6.1 SUSCRIPCIÓN DEL CONTRATO

LOS MODELOS Y CONDICIONES DEL CONTRATO, SE MUESTRAN EN EL **FORMATO J**, ESPECIFICANDO:

- EL PLAZO PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS.

- LAS DEDUCCIONES Y PENAS CONVENCIONALES QUE SE APLICARÁN POR INCUMPLIMIENTO.
- LA FORMA DE PRESENTACIÓN Y SUPUESTOS DE EJECUCIÓN DE LAS GARANTÍAS.
- LA PREVISIÓN DE AJUSTE DE GARANTÍAS POR MODIFICACIONES AL CONTRATO.
- EL DESGLOSE DEL IMPORTE A EJERCER.

EL LICITANTE QUE RESULTE GANADOR O SU REPRESENTANTE LEGAL, DEBERÁ PRESENTARSE A ENTREGAR LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA ABAJO SEÑALADA, DENTRO DEL TÉRMINO DE CINCO DÍAS HÁBILES CONTADOS A PARTIR DE LA NOTIFICACIÓN DEL FALLO, CON EL PROPÓSITO DE QUE EL CONSEJO CUENTE CON TODOS LOS ELEMENTOS NECESARIOS PARA ESTAR EN CONDICIONES DE ELABORAR EL CONTRATO RESPECTIVO Y LLEVAR A CABO SU REVISIÓN Y SANCIÓN POR LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ASUNTOS JURÍDICOS Y POSTERIOR A ELLO, PROCEDER A LA FORMALIZACIÓN DENTRO DEL PLAZO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 46 DE LA LEY, QUEDANDO BAJO LA RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DEL LICITANTE GANADOR, LA ENTREGA DE ESTA DOCUMENTACIÓN EN EL PLAZO SEÑALADO, EL CUAL UNA VEZ VENCIDO SIN QUE “EL CONSEJO” CUENTE CON DICHA DOCUMENTACIÓN, NO LE SERÁ ATRIBUIBLE A ÉSTE LA FALTA DE FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO RESPECTIVO.

EL HORARIO Y UBICACIÓN DONDE SERÁ ENTREGADA TAL DOCUMENTACIÓN SERÁ DE 9:00 A 14:00 Y DE 16:00 A 18:00 HORAS, EN LA GERENCIA DE ADQUISICIONES Y LICITACIONES DEPENDIENTE DE LA DIRECCIÓN DE RECURSOS MATERIALES, SITA EN VIADUCTO MIGUEL ALEMÁN NÚMERO 105, 2º PISO, COL. ESCANDÓN, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C. P. 11800, EN LA CIUDAD DE MÉXICO, LA FALTA DE CUALQUIER DOCUMENTO O REQUISITO LEGAL DE LOS MISMOS, SERÁ MOTIVO PARA TENER COMO NO PRESENTADA EN SU TOTALIDAD LA DOCUMENTACIÓN REQUERIDA. PRESENTAR ORIGINAL Y FOTOCOPIA DE:

A).- PARA PERSONAS MORALES, ACTA CONSTITUTIVA DEBIDAMENTE INSCRITA EN EL REGISTRO PÚBLICO QUE CORRESPONDA Y DE SUS MODIFICACIONES EN SU CASO.

TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS DEBERÁN PRESENTAR ACTA DE NACIMIENTO CORRESPONDIENTE O, EN SU CASO, CARTA DE NATURALIZACIÓN RESPECTIVA EXPEDIDA POR LA AUTORIDAD COMPETENTE Y LA DOCUMENTACIÓN CON LA QUE DEMUESTRE TENER SU DOMICILIO LEGAL.

B).- PODER NOTARIAL DEBIDAMENTE EXPEDIDO POR NOTARIO PÚBLICO, EN EL CUAL SE FACULTE EXPRESAMENTE AL REPRESENTANTE PARA FIRMAR CONTRATOS. EN CASO DE PODERES GENERALES PARA ACTOS DE DOMINIO O DE ADMINISTRACIÓN, ÉSTOS DEBERÁN PRESENTAR LA INSCRIPCIÓN ANTE EL REGISTRO PÚBLICO QUE CORRESPONDA (PERSONA FÍSICA O MORAL).

C).- CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN FISCAL DEL LICITANTE GANADOR (PERSONA FÍSICA O MORAL)

D).- IDENTIFICACIÓN OFICIAL VIGENTE DEL LICITANTE GANADOR O DE SU REPRESENTANTE LEGAL (PERSONA FÍSICA O MORAL).

E).- DOCUMENTO ACTUALIZADO EXPEDIDO POR EL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA (SAT), EN EL QUE SE EMITA OPINIÓN POSITIVA SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES EN TÉRMINOS DE LA REGLA 2.1.31 DE LA RESOLUCIÓN DE LA MISCELÁNEA FISCAL PARA EL 2016, PUBLICADA EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 23 DE DICIEMBRE DE 2015.

F).- DOCUMENTO ACTUALIZADO EXPEDIDO POR EL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL, EN EL QUE SE EMITA OPINIÓN POSITIVA SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES EN MATERIA DE SEGURIDAD SOCIAL EN TÉRMINOS DEL ACUERDO

ACDO.SA1.HCT.101214/281.P.DIR Y SU ANEXO ÚNICO, PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 27 DE FEBRERO DE 2015.

LOS SERVICIOS MATERIA DE ESTA LICITACIÓN NO PODRÁN SER SUBCONTRATADOS.

LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES QUE SE DERIVEN DEL CONTRATO NO PODRÁN CEDERSE EN FORMA PARCIAL NI TOTAL A FAVOR DE CUALQUIER OTRA PERSONA, CON EXCEPCIÓN DE LOS DERECHOS DE COBRO A FAVOR DE UN INTERMEDIARIO FINANCIERO, MEDIANTE OPERACIONES DE FACTORAJE O DESCUENTO ELECTRÓNICO EN CADENAS PRODUCTIVAS, CONFORME A LO PREVISTO EN LAS DISPOSICIONES GENERALES A LAS QUE DEBERÁN SUJETARSE LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL PARA SU INCORPORACIÓN AL PROGRAMA DE CADENAS PRODUCTIVAS DE NACIONAL FINANCIERA S.N.C., INSTITUCIÓN DE BANCA DE DESARROLLO, PUBLICADAS EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN, EL 28 DE FEBRERO DE 2007, Y SUS REFORMAS Y ADICIONES EL 6 DE ABRIL DE 2009.

2.6.2 MODIFICACIONES AL CONTRATO.

EL CONSEJO PODRÁ, DENTRO DE SU PRESUPUESTO APROBADO Y DISPONIBLE, BAJO SU RESPONSABILIDAD Y POR RAZONES FUNDADAS Y EXPLÍCITAS, ACORDAR EL INCREMENTO EN LA CANTIDAD DE SERVICIOS SOLICITADOS MEDIANTE MODIFICACIONES AL CONTRATO, EN CUALQUIER TIEMPO DURANTE SU VIGENCIA, SIEMPRE QUE EL MONTO TOTAL DE LAS MODIFICACIONES NO REBASE, EN CONJUNTO, EL VEINTE POR CIENTO DEL MONTO O CANTIDAD DE LOS CONCEPTOS Y VOLÚMENES ESTABLECIDOS ORIGINALMENTE EN LOS MISMOS Y EL PRECIO DE LOS SERVICIOS SEA IGUAL AL PACTADO ORIGINALMENTE.

EL CONSEJO SE ABSTENDRÁ DE HACER MODIFICACIONES QUE SE REFIERAN A PRECIOS, ANTICIPOS, PAGOS PROGRESIVOS, ESPECIFICACIONES Y, EN GENERAL, CUALQUIER CAMBIO QUE IMPLIQUE OTORGAR CONDICIONES MÁS VENTAJOSAS A UN PROVEEDOR COMPARADAS CON LAS ESTABLECIDAS ORIGINALMENTE.

2.6.3. OTORGAMIENTO Y LIBERACIÓN DE GARANTÍAS.

2.6.3.1 PARA EL CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.

PARA GARANTIZAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES ESTABLECIDAS EN EL CONTRATO QUE SE ADJUDIQUE, EL LICITANTE GANADOR, DENTRO DE LOS DIEZ DÍAS NATURALES SIGUIENTES A LA FIRMA DE DICHO CONTRATO, DEBERÁ ENTREGAR AL CONSEJO UNA FIANZA POR EL 10% (DIEZ POR CIENTO), SIN INCLUIR EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO DEL PRESUPUESTO MÁXIMO ASIGNADO AL EJERCICIO FISCAL 2016.

DERIVADO DE QUE EL CONTRATO QUE RESULTE DE ESTE PROCEDIMIENTO, ABARCA MÁS DE UN EJERCICIO FISCAL, LA GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO PODRÁ SER POR EL 10% DEL MONTO TOTAL POR EROGAR EN EL EJERCICIO FISCAL DE QUE SE TRATE, Y DEBERÁ SER RENOVADA CADA EJERCICIO FISCAL POR EL MONTO QUE SE EJERCERÁ EN EL MISMO, LA CUAL DEBERÁ PRESENTARSE A MÁS TARDAR DENTRO DE LOS PRIMEROS DIEZ DÍAS NATURALES DEL EJERCICIO FISCAL QUE CORRESPONDA. DICHA FIANZA DEBERÁ SER EXPEDIDA POR UNA INSTITUCIÓN DE FIANZAS DE NACIONALIDAD MEXICANA, A FAVOR DEL CONSEJO, DEBIENDO CONTENER LAS ESPECIFICACIONES QUE SE SEÑALAN EN EL **FORMATO G**, DE LA PRESENTE CONVOCATORIA.

LA VIGENCIA DE LA FIANZA DEBERÁ COMPRENDER HASTA QUE EL OBJETO DEL CONTRATO SE CUMPLA EN FORMA PLENA A SATISFACCIÓN POR ESCRITO DEL CONSEJO. ES DECIR, HASTA QUE CONSIDERE SE HAYA CUMPLIDO TODAS Y CADA UNA DE LAS OBLIGACIONES CONTRACTUALES

CONTRAÍDAS. LA FIANZA ÚNICAMENTE SE PODRÁ CANCELAR MEDIANTE COMUNICACIÓN ESCRITA DEL CONSEJO.

2.6.3.2 LIBERACIÓN DE LA GARANTÍA.

ÚNICAMENTE SE PODRÁN LIBERAR LAS GARANTÍAS DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO, A TRAVÉS DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS, PREVIA SOLICITUD POR ESCRITO DE LA COORDINACIÓN EJECUTIVA DE RELACIONES PÚBLICAS, POR LA QUE CONFIRME EL CUMPLIMIENTO DE TODAS Y CADA UNA DE LAS OBLIGACIONES ESTABLECIDAS EN EL CONTRATO.

3. FORMA Y TÉRMINOS DE LOS ACTOS DEL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN.

3.1 REDUCCIÓN DE PLAZOS.

PARA ESTA LICITACIÓN NO SE CONSIDERÓ LA REDUCCIÓN DE PLAZOS.

3.2 CALENDARIO DE EVENTOS.

PROCESO	FECHA Y HORARIO	LUGAR
JUNTA DE ACLARACIONES	10:00 HORAS 5 DE JULIO DE 2016	COMPRANET
PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES	10:00 HORAS 12 DE JULIO DE 2016	
ACTO DE LECTURA DE FALLO	SE INFORMARÁ EN EL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES	

3.3 VIGENCIA DE LAS PROPOSICIONES.

UNA VEZ RECIBIDAS LAS PROPOSICIONES DE ACUERDO AL CALENDARIO ESTABLECIDO, ESTAS NO PODRÁN RETIRARSE O DEJARSE SIN EFECTO, POR LO QUE SE CONSIDERARÁN VIGENTES DENTRO DEL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN PÚBLICA HASTA SU CONCLUSIÓN.

3.4 PROPOSICIONES CONJUNTAS.

NO SE ACEPTAN PROPUESTAS CONJUNTAS PARA ESTE PROCEDIMIENTO.

3.5 PROCEDIMIENTO DE LA LICITACIÓN.

LA O LAS JUNTAS DE ACLARACIONES, EL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES Y EL ACTO DE FALLO, SÓLO SE REALIZARÁN A TRAVÉS DE COMPRANET 5.0 Y SIN LA PRESENCIA DE LOS LICITANTES EN DICHS ACTOS, POR LO ANTERIOR, SÓLO PODRÁN PARTICIPAR LOS LICITANTES QUE ACCEDAN A LA SIGUIENTE PÁGINA:

<https://compranet.funcionpublica.gob.mx> Y LLENEN EL PRE-REGISTRO, A FIN DE QUE LA FUNCIÓN PÚBLICA LES OTORQUE SU NOMBRE DE USUARIO Y CONTRASEÑA PARA ACCESAR AL SISTEMA.

LOS LICITANTES SOLO PODRÁN PRESENTAR UNA PROPOSICIÓN A TRAVÉS DE COMPRANET.

LAS CONDICIONES CONTENIDAS EN ESTA CONVOCATORIA Y EN LAS PROPOSICIONES, PRESENTADAS POR LOS LICITANTES NO PODRÁN SER NEGOCIADAS.

3.5.1 JUNTA DE ACLARACIONES.

LA JUNTA DE ACLARACIONES DARÁ INICIO EL **DÍA 5 DE JULIO DE 2016, A LAS 10:00 HORAS**, A TRAVÉS DE COMPRANET.

LAS PERSONAS QUE PRETENDAN SOLICITAR ACLARACIONES A LOS ASPECTOS CONTENIDOS EN LA CONVOCATORIA, DEBERÁN INTEGRAR A TRAVÉS DE COMPRANET, 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. **FORMATO I.**

LAS SOLICITUDES DE ACLARACIÓN, DEBERÁN ENVIARSE A TRAVÉS DE COMPRANET, A MÁS TARDAR VEINTICUATRO HORAS ANTES DE LA FECHA Y HORA EN QUE SE VAYA A REALIZAR LA JUNTA DE ACLARACIONES. SI EL CONSEJO NO RECIBE EL ESCRITO EN INTERÉS EN PARTICIPAR Y LAS SOLICITUDES DE ACLARACIÓN EN EL TIEMPO ESTABLECIDO, NO DARÁ RESPUESTA A LAS MISMAS DURANTE LA JUNTA DE ACLARACIONES.

EL CONSEJO, PROCEDERÁ A ENVIAR, A TRAVÉS DE COMPRANET, LAS CONTESTACIONES A LAS SOLICITUDES DE ACLARACIÓN RECIBIDAS, A PARTIR DE LA HORA Y FECHA SEÑALADAS EN LA CONVOCATORIA PARA LA CELEBRACIÓN DE LA JUNTA DE ACLARACIONES. CUANDO EN RAZÓN DEL NÚMERO DE SOLICITUDES DE ACLARACIÓN RECIBIDAS O ALGÚN OTRO FACTOR NO IMPUTABLE A LA CONVOCANTE Y QUE SEA ACREDITABLE, EL SERVIDOR PÚBLICO QUE PRESIDA LA JUNTA DE ACLARACIONES, INFORMARÁ A LOS LICITANTES SI ÉSTAS SERÁN ENVIADAS EN ESE MOMENTO O SI SE SUSPENDERÁ LA SESIÓN PARA REANUDARLA EN HORA O FECHA POSTERIOR A EFECTO DE QUE LAS RESPUESTAS SEAN REMITIDAS.

CON EL ENVÍO DE LAS RESPUESTAS A QUE SE REFIERE EL PÁRRAFO ANTERIOR LA CONVOCANTE INFORMARÁ A LOS LICITANTES, ATENDIENDO AL NÚMERO DE SOLICITUDES DE ACLARACIÓN CONTESTADAS, EL PLAZO QUE ÉSTOS TENDRÁN PARA FORMULAR LAS PREGUNTAS QUE CONSIDEREN NECESARIAS EN RELACIÓN CON LAS RESPUESTAS REMITIDAS. DICHO PLAZO NO PODRÁ SER INFERIOR A SEIS NI SUPERIOR A CUARENTA Y OCHO HORAS. UNA VEZ RECIBIDAS LAS PREGUNTAS, LA CONVOCANTE INFORMARÁ A LOS LICITANTES EL PLAZO MÁXIMO EN EL QUE ENVIARÁ LAS CONTESTACIONES CORRESPONDIENTES;

AL CONCLUIR CADA JUNTA DE ACLARACIONES PODRÁ SEÑALARSE LA FECHA Y HORA PARA LA CELEBRACIÓN DE ULTERIORES JUNTAS, CONSIDERANDO QUE ENTRE LA ÚLTIMA DE ÉSTAS Y EL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES DEBERÁ EXISTIR UN PLAZO DE AL MENOS SEIS DÍAS NATURALES. DE RESULTAR NECESARIO, LA FECHA SEÑALADA EN LA CONVOCATORIA PARA REALIZAR EL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES PODRÁ DIFERIRSE.

DE CADA JUNTA DE ACLARACIONES SE LEVANTARÁ ACTA EN LA QUE SE HARÁN CONSTAR LOS CUESTIONAMIENTOS FORMULADOS A TRAVÉS DE COMPRANET POR LOS INTERESADOS Y LAS RESPUESTAS DE EL CONSEJO. EN EL ACTA CORRESPONDIENTE A LA ÚLTIMA JUNTA DE ACLARACIONES SE INDICARÁ EXPRESAMENTE ESTA CIRCUNSTANCIA.

CUALQUIER MODIFICACIÓN A LA CONVOCATORIA DE LA LICITACIÓN, INCLUYENDO LAS QUE RESULTEN DE LA O LAS JUNTAS DE ACLARACIONES, FORMARÁ PARTE DE LA CONVOCATORIA Y DEBERÁ SER CONSIDERADA POR LOS LICITANTES EN LA ELABORACIÓN DE SU PROPOSICIÓN.

CON OBJETO DE AGILIZAR LA JUNTA DE ACLARACIONES, SE SOLICITA A LOS LICITANTES ENVIAR SUS PREGUNTAS EN FORMATO WORD.

3.5.2 PROPOSICIÓN A TRAVÉS DE COMPRANET.

LAS PROPOSICIONES DEBERÁN SER ENVIADAS A TRAVÉS DE MEDIOS REMOTOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICA, PARA LO CUAL LOS LICITANTES DEBERÁN UTILIZAR EXCLUSIVAMENTE EL PROGRAMA INFORMÁTICO QUE LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA LES PROPORCIONE. DICHO PROGRAMA GENERARÁ EL SOBRE CON LAS PROPOSICIONES MEDIANTE EL USO DE TECNOLOGÍAS QUE RESGUARDAN LA CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN, DE TAL FORMA QUE SEA INVOLABLE.

EN EL SUPUESTO DE QUE DURANTE EL ACTO, POR CAUSAS AJENAS A LA VOLUNTAD DE LA CONVOCANTE, NO SEA POSIBLE ABRIR LOS SOBRES, EL ACTO SE REANUDARÁ A PARTIR DE QUE SE RESTABLEZCAN LAS CONDICIONES QUE DIERON ORIGEN A LA INTERRUPCIÓN.

- EN EL CASO DEL SUPUESTO ANTERIOR, SE TENDRÁN POR NO PRESENTADAS LAS PROPOSICIONES Y LA DEMÁS DOCUMENTACIÓN REQUERIDA POR LA CONVOCANTE, CUANDO LOS SOBRES EN LOS QUE SE CONTENGA DICHA INFORMACIÓN, TENGAN VIRUS INFORMÁTICOS O NO PUEDAN ABRIRSE POR CUALQUIER CAUSA MOTIVADA POR PROBLEMAS TÉCNICOS IMPUTABLES A SUS PROGRAMAS O EQUIPO DE CÓMPUTO.
- NO OBSTANTE, LA CONVOCANTE INTENTARÁ ABRIR LOS ARCHIVOS HASTA TRES VECES EN PRESENCIA DEL REPRESENTANTE DEL ÓRGANO INTERNO DE CONTROL CON LOS PROGRAMAS WORD, EXCEL Y PDF, EN CASO DE QUE SE CONFIRME QUE EL ARCHIVO CONTIENE ALGÚN VIRUS INFORMÁTICO, O ESTÁ ALTERADO POR CAUSAS AJENAS A LA CONVOCANTE O A COMPRANET VERSIÓN 5.0, LA PROPOSICIÓN SE TENDRÁ POR NO RECIBIDA.

EL LICITANTE DEBERÁ EMPLEAR EN SUSTITUCIÓN DE LA FIRMA AUTÓGRAFA EL MEDIO DE IDENTIFICACIÓN ELECTRÓNICA QUE PARA TAL FIN DEBERÁ CERTIFICARSE PREVIAMENTE POR LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA, LOS CUALES PRODUCIRÁN LOS MISMOS EFECTOS QUE LAS LEYES OTORGAN A LOS DOCUMENTOS CORRESPONDIENTES Y, EN CONSECUENCIA, TENDRÁN EL MISMO VALOR PROBATORIO.

LOS LICITANTES DEBERÁN CONCLUIR EL ENVÍO DE LAS PROPOSICIONES Y DE LA DOCUMENTACIÓN DISTINTA A ÉSTAS Y CONTAR CON EL ACUSE DE RECIBO ELECTRÓNICO QUE EMITA LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA A TRAVÉS DE COMPRANET, A MÁS TARDAR, UNA HORA ANTES DEL EVENTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES.

CADA UNO DE LOS DOCUMENTOS QUE INTEGREN LA PROPOSICIÓN Y AQUÉLLOS DISTINTOS A ÉSTA DEBERÁN ESTAR FOLIADOS EN TODAS Y CADA UNA DE LAS HOJAS QUE LOS INTEGREN. AL EFECTO, SE DEBERÁN NUMERAR DE MANERA INDIVIDUAL LAS PROPUESTAS TÉCNICA Y ECONÓMICA, ASÍ COMO EL RESTO DE LOS DOCUMENTOS QUE ENTREGUE EL LICITANTE.

a) PROPUESTA TÉCNICA.

LOS LICITANTES DEBERÁN ENTREGAR LA PROPUESTA TÉCNICA SEÑALADA EN EL ANEXO TÉCNICO, ADEMÁS DE LO SEÑALADO EN LOS **NUMERALES 4.1 Y 4.2.**

b) PROPUESTA ECONÓMICA.

LOS LICITANTES DEBERÁN SEÑALAR EN SU PROPUESTA ECONÓMICA, QUE EL PORCENTAJE QUE OFERTA SERÁ FIJO DURANTE TODA LA VIGENCIA DEL CONTRATO, DE ACUERDO AL **FORMATO A** Y QUE INCLUYE EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO.

TAMBIÉN SE RECOMIENDA QUE LAS HOJAS QUE CONFORMAN SU PROPOSICIÓN (PROPUESTA TÉCNICA Y PROPUESTA ECONÓMICA) ESTÉN PLENAMENTE, ROTULADAS CON: EL NOMBRE Y NÚMERO DE LA LICITACIÓN, SIGUIENDO EL ORDEN SOLICITADO DE ACUERDO AL ÍNDICE DEL ANEXO TÉCNICO.

3.5.3 PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES.

LA PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES SE LLEVARÁ A CABO EL **DÍA 12 DE JULIO DE 2016, A LAS 10:00 HORAS**, A TRAVÉS DE COMPRANET.

LA PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES SE LLEVARÁ A CABO CONFORME A LO SIGUIENTE:

I. UNA VEZ VERIFICADO EN COMPRANET, LA EXISTENCIA DE PROPOSICIONES RECIBIDAS POR MEDIOS REMOTOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICA, SE PROCEDERÁ A SU APERTURA, IMPRIMIENDO TODOS LAS HOJAS QUE CONTENGA EL SOBRE ELECTRÓNICO, HACIÉNDOSE CONSTAR LA DOCUMENTACIÓN PRESENTADA, SIN QUE ELLO IMPLIQUE LA EVALUACIÓN DE SU CONTENIDO;

II. EL SERVIDOR PÚBLICO QUE EL CONSEJO DESIGNE, RUBRICARÁ TODOS LOS DOCUMENTOS QUE INTEGRAN LAS PROPOSICIONES.

III. SE LEVANTARÁ ACTA QUE SERVIRÁ DE CONSTANCIA DE LA CELEBRACIÓN DEL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE LAS PROPOSICIONES, EN LA QUE SE HARÁN CONSTAR EL IMPORTE DE CADA UNA DE ELLAS O EN SU CASO, SE ANEXARÁ AL ACTA COPIA DE LAS PROPUESTAS ECONÓMICAS; SE SEÑALARÁ LUGAR, FECHA Y HORA EN QUE SE DARÁ A CONOCER EL FALLO DE LA LICITACIÓN, FECHA QUE DEBERÁ QUEDAR COMPRENDIDA DENTRO DE LOS VEINTE DÍAS NATURALES SIGUIENTES A LA ESTABLECIDA PARA ESTE ACTO Y PODRÁ DIFERIRSE, SIEMPRE QUE EL NUEVO PLAZO FIJADO NO EXCEDA DE VEINTE DÍAS NATURALES CONTADOS A PARTIR DEL PLAZO ESTABLECIDO ORIGINALMENTE.

UNA VEZ RECIBIDAS LAS PROPOSICIONES EN LA FECHA, HORA, ÉSTAS NO PODRÁN SER RETIRADAS O DEJARSE SIN EFECTO, POR LO QUE DEBERÁN CONSIDERARSE VIGENTES DENTRO DEL PROCEDIMIENTO DE LA LICITACIÓN HASTA SU CONCLUSIÓN.

EN ESTE ACTO, NO SE LLEVARA A CABO LA EVALUACIÓN DE LAS PROPOSICIONES, POR LO QUE AÚN EN CASO DE QUE ALGÚN LICITANTE OMITIERE LA PRESENTACIÓN DE DOCUMENTOS EN SU PROPOSICIÓN, O LES FALTARE ALGÚN REQUISITO, ÉSTA NO SERÁ DESECHADA EN ESE MOMENTO; LOS FALTANTES U OMISIONES SE HARÁN CONSTAR EN EL FORMATO DE RECEPCIÓN DE LOS DOCUMENTOS (**FORMATO C**) QUE INTEGRAN LA PROPOSICIÓN QUE AL EFECTO SE RECABE PARA CADA LICITANTE.

CUANDO POR CAUSAS AJENAS A COMPRANET O AL CONSEJO, NO SEA POSIBLE INICIAR O CONTINUAR CON EL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES, EL MISMO SE PODRÁ SUSPENDER DE MANERA FUNDADA Y MOTIVADA, HASTA EN TANTO SE RESTABLEZCA LAS CONDICIONES PARA SU INICIO O REANUDACIÓN; A TAL EFECTO EL CONSEJO DIFUNDIRÁ EN COMPRANET LA FECHA Y HORA EN LA QUE INICIARÁ O REANUDARÁ EL ACTO.

3.5.4 FALLO DE LA LICITACIÓN Y FIRMA DEL CONTRATO.

EN EL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA SE INFORMARÁ LA FECHA CUANDO SE NOTIFICARÁ EL FALLO, EN DONDE SE, LEVANTARÁ EL ACTA RESPECTIVA, DICHA ACTA Y EL CONTENIDO DEL FALLO SE DIFUNDIRÁ A TRAVÉS DE COMPRANET EL MISMO DÍA EN QUE SE EMITA.

EN CASO DE QUE SE DECLARE DESIERTA LA LICITACIÓN, SE SEÑALARÁ EN EL FALLO LAS RAZONES QUE LO MOTIVARON.

CONTRA EL FALLO NO PROCEDERÁ RECURSO ALGUNO; SIN EMBARGO PROCEDERÁ LA INCONFORMIDAD EN TÉRMINOS DEL TÍTULO SEXTO, CAPÍTULO PRIMERO DE LA LEY.

CUANDO SE ADVIERTA EN EL FALLO LA EXISTENCIA DE UN ERROR ARITMÉTICO, MECANOGRÁFICO O DE CUALQUIER OTRA NATURALEZA, QUE NO AFECTE EL RESULTADO DE LA EVALUACIÓN REALIZADA POR EL CONSEJO, DENTRO DE LOS CINCO DÍAS HÁBILES SIGUIENTES A SU NOTIFICACIÓN Y SIEMPRE QUE NO SE HAYA FIRMADO EL CONTRATO, EL TITULAR DEL ÁREA RESPONSABLE DEL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN PROCEDERÁ A SU CORRECCIÓN, CON LA INTERVENCIÓN DE SU SUPERIOR JERÁRQUICO, ACLARANDO O RECTIFICANDO EL MISMO, MEDIANTE EL ACTA ADMINISTRATIVA CORRESPONDIENTE, EN LA QUE SE HARÁN CONSTAR LOS MOTIVOS QUE LO ORIGINARON Y LAS RAZONES QUE SUSTENTAN SU ENMIENDA, HECHO QUE SE NOTIFICARÁ A LOS LICITANTES QUE HUBIERAN PARTICIPADO EN EL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN, REMITIENDO COPIA DE LA MISMA AL ÓRGANO INTERNO DE CONTROL DENTRO DE LOS CINCO DÍAS HÁBILES POSTERIORES A LA FECHA DE SU FIRMA.

SI EL ERROR COMETIDO EN EL FALLO NO FUERA SUSCEPTIBLE DE CORRECCIÓN CONFORME A LO DISPUESTO EN EL PÁRRAFO ANTERIOR, EL SERVIDOR PÚBLICO RESPONSABLE DARÁ VISTA DE INMEDIATO AL ÓRGANO INTERNO DE CONTROL, A EFECTO DE QUE, PREVIA INTERVENCIÓN DE OFICIO, SE EMITAN LAS DIRECTRICES PARA SU REPOSICIÓN.

LA FIRMA DEL CONTRATO RESPECTIVO SE LLEVARÁ A CABO DENTRO DE LOS QUINCE DÍAS NATURALES SIGUIENTES A LA NOTIFICACIÓN DEL FALLO, SIN EMBARGO, LOS DERECHOS Y LAS OBLIGACIONES SERÁN EXIGIBLES A PARTIR DE LA NOTIFICACIÓN REFERIDA.

4. ENUMERACIÓN DE REQUISITOS.

4.1 REQUISITOS DE CUMPLIMIENTO INDISPENSABLE PARA EVALUAR LA PROPOSICIÓN CUYO INCUMPLIMIENTO SERÁ MOTIVO DE DESECHAMIENTO.

4.1.1 DE LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA.

- a) PROPUESTAS FIRMADAS DIGITALMENTE. **VER NOTA.**
- b) ACREDITACIÓN DE LA EXISTENCIA Y PERSONALIDAD JURÍDICA.
- c) MANIFESTACIÓN DE NACIONALIDAD MEXICANA.
- d) SUPUESTOS ESTABLECIDOS EN LOS ARTÍCULOS 50 Y 60, ANTEPENÚLTIMO PÁRRAFO DE LA LEY.
- e) DECLARACIÓN DE INTEGRIDAD.
- f) DECLARACIÓN POR ESCRITO EN LA QUE MANIFIESTEN QUE CONOCEN Y ACEPTAN TODOS LOS REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN. (**FORMATO M**)
- g) PROPUESTA ECONÓMICA. (**FORMATO A**)

NOTA: RESUMEN DE PROPUESTAS FIRMADAS DIGITALMENTE ATRAVÉS DE COMPRANET.

EN SUSTITUCIÓN DE LA FIRMA AUTÓGRAFA DE LOS DOCUMENTOS, LAS EMPRESAS DEBERÁN FIRMAR DIGITALMENTE EL RESUMEN DE LAS PROPOSICIONES TÉCNICAS Y ECONÓMICAS QUE PROPORCIONA EL SISTEMA COMPRANET, (DICHOS RESUMENES SE GENERAN **UNA VEZ QUE YA ENVÍAN SU PROPOSICIÓN**) CON EL CERTIFICADO DIGITAL QUE EMITE EL SAT O LA SFP. EL SISTEMA COMPRANET NO PERMITE VISUALIZAR OTRO TIPO DE DOCUMENTOS FIRMADOS ELECTRÓNICAMENTE ADICIONALES AL RESUMEN DE LAS PROPUESTAS QUE EL SISTEMA PROPORCIONA A LOS LICITANTES, POR LO QUE ESTOS DEBERÁN SER EL ÚNICO CONJUNTO DE DOCUMENTOS QUE EL LICITANTE FIRME Y ADJUNTE A LA PROPOSICIÓN. SI SE ANEXAN OTROS ARCHIVOS FIRMADOS (EXTENSIÓN .P7M) SIN HABER SIDO REQUERIDO DE ESA MANERA, NO SE PODRÁ ABRIR EL ARCHIVO Y SERÁ MOTIVO DE QUE EL CONSEJO DESECHE LA PROPOSICIÓN.

4.1.2 DEL ANEXO TÉCNICO.

SE SEÑALAN EN EL **PUNTO 5.1 DEL ANEXO TÉCNICO.**

EL INCUMPLIMIENTO DE ALGUNO DE LOS PUNTOS SEÑALADOS EN EL NUMERAL 4.1, Y PUNTO 5.1 DEL ANEXO TÉCNICO, AFECTARÁ LA SOLVENCIA DE LA PROPOSICIÓN Y MOTIVARÍA SU DESECHAMIENTO. ASÍ MISMO, ESTÁ SE DARÁ SI SE COMPRUEBA QUE ALGÚN LICITANTE HA ACORDADO CON OTRO U OTROS ELEVAR EL COSTO DE LOS SERVICIOS, O CUALQUIER OTRO ACUERDO QUE TENGA COMO FIN OBTENER UNA VENTAJA SOBRE LOS DEMÁS LICITANTES.

LAS PROPOSICIONES DESECHADAS DURANTE LA LICITACIÓN PÚBLICA, PODRÁN SER DEVUELTAS A LOS LICITANTES QUE LO SOLICITEN, UNA VEZ TRANSCURRIDOS SESENTA 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 DEBERÁN CONSERVARSE HASTA LA TOTAL CONCLUSIÓN DE LA INCONFORMIDAD E INSTANCIAS SUBSECUENTES; AGOTADO DICHOS TÉRMINOS, EL CONSEJO PODRÁ PROCEDER A SU DEVOLUCIÓN O DESTRUCCIÓN.

4.2 REQUISITOS OPCIONALES Y DE OTORGAMIENTO DE PUNTOS Y PORCENTAJES, CUYO INCUMPLIMIENTO NO ES MOTIVO DE DESECHAMIENTO.

4.2.1 DE LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA.

- a) DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO.
- b) CARÁCTER DE ESTRATIFICACIÓN.

4.2.2 DEL ANEXO TÉCNICO.

SE SEÑALAN EN EL **PUNTO 5.2 DEL ANEXO TÉCNICO.**

SE ANEXA EL **FORMATO C**, CON EL CUAL SE HARÁ CONSTAR LA RECEPCIÓN DE LOS DOCUMENTOS QUE EL LICITANTE ENTREGUE EN EL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES.

5. CRITERIOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN DE PROPOSICIONES Y ADJUDICACIÓN DE CONTRATO.

EL CONSEJO VERIFICARÁ QUE LOS LICITANTES CUMPLAN CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN ESTA CONVOCATORIA, SUS FORMATOS Y ANEXOS Y PROCEDERÁ A LA EVALUACIÓN DE SUS PROPOSICIONES A TRAVÉS **DEL CRITERIO DE EVALUACIÓN DE PUNTOS Y PORCENTAJES.**

5.1 EVALUACIÓN DE LAS PROPOSICIONES.

EL CONSEJO LLEVARÁ A CABO LA EVALUACIÓN INTEGRAL DE LAS PROPOSICIONES HACIENDO LA VALORACIÓN QUE CORRESPONDA A CADA REQUISITO SOLICITADO ASÍ COMO EN SU CASO, A LA OMISIÓN DE LOS MISMOS, Y EL RESULTADO DE DICHA REVISIÓN O ANÁLISIS SE DARÁ A CONOCER EN EL FALLO.

LOS PUNTOS O UNIDADES PORCENTUALES A OBTENER EN LA PROPUESTA TÉCNICA PARA SER CONSIDERADA SOLVENTE Y POR TANTO, NO SER DESECHADA, **SERÁ DE CUANDO MENOS 45 DE LOS 60 PUNTOS MÁXIMOS** QUE SE PUEDEN OBTENER EN SU EVALUACIÓN.

EL CONSEJO SE RESERVA EL DERECHO DE INVESTIGAR POR CUALQUIER MEDIO SOBRE LA AUTENTICIDAD DE LOS DOCUMENTOS PRESENTADOS POR LOS LICITANTES EN SUS PROPOSICIONES.

5.1.1 EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA ECONÓMICA.

PARA EFECTOS DE PROCEDER A LA EVALUACIÓN DE LA PROPOSICIÓN ECONÓMICA, SE CONSIDERARÁ EL PORCENTAJE DE HONORARIOS OFERTADO INCLUIDO EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, CONSIDERANDO EN LOS CÁLCULOS 2 DECIMALES.

EL TOTAL DE PUNTUACIÓN O UNIDADES PORCENTUALES DE LA PROPUESTA ECONÓMICA, DEBERÁ TENER UN VALOR NUMÉRICO MÁXIMO DE 40, POR LO QUE EL PORCENTAJE DE HONORARIOS QUE RESULTE SER EL MÁS BAJO DE LAS PROPOSICIONES ACEPTADAS TÉCNICAMENTE, DEBERÁ ASIGNÁRSELE ESA PUNTUACIÓN O UNIDADES PORCENTUALES COMO MÁXIMO.

PARA DETERMINAR LA PUNTUACIÓN O UNIDADES PORCENTUALES QUE CORRESPONDAN A LA PROPUESTA ECONÓMICA DE CADA PARTICIPANTE, EL CONSEJO APLICARÁ LA SIGUIENTE FÓRMULA:

$$PPE = MP_{emb} \times 40 / MP_i$$

Donde:

PPE = Puntuación o unidades porcentuales que corresponden a la Propuesta Económica;

MP_{emb} = Monto de la Propuesta económica más baja, y

MP_i = Monto de la i-ésima Propuesta económica

5.1.2 EVALUACIÓN DE LA PUNTUACIÓN.

PARA CALCULAR EL RESULTADO FINAL DE LA PUNTUACIÓN O UNIDADES PORCENTUALES QUE OBTUVO CADA PROPOSICIÓN, LA CONVOCANTE APLICARÁ LA SIGUIENTE FORMULA:

$$PT_j = TPT + PPE \quad \text{Para toda } j = 1, 2, n$$

Donde:

PT_j = Puntos o unidades porcentuales Totales de la proposición;

TPT = Total de Puntos o unidades porcentuales asignados a la propuesta Técnica, y

PPE = Puntuación o unidades porcentuales asignados a la Propuesta Económica.

El subíndice “j” representa a las demás proposiciones determinadas como solventes como resultado de la evaluación.

Nota: La propuesta económica (MP_i) se obtiene del Porcentaje ofertado en la propuesta económica. **(FORMATO A)** incluido el Impuesto al Valor Agregado.

5.2 ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO.

LA PROPOSICIÓN SOLVENTE, MÁS CONVENIENTE PARA EL CONSEJO, SERÁ AQUELLA QUE REÚNA LA MAYOR PUNTUACIÓN O UNIDADES PORCENTUALES, LO QUE DETERMINARÁ LA PROPOSICIÓN QUE SERÁ SUSCEPTIBLE DE SER ADJUDICADA.

6. DOCUMENTOS Y DATOS QUE DEBEN PRESENTAR LOS LICITANTES.

LA FALTA DE PRESENTACIÓN DE LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS EN LOS TÉRMINOS Y ALCANCES SOLICITADOS SERÁ MOTIVO DE DESECHAMIENTO DE LA PROPOSICIÓN, SALVO EL NUMERAL 6.2 EL CUAL ES OPTATIVO.

6.1 LEGALES Y ADMINISTRATIVOS.

6.1.1 RESUMEN DE PROPUESTAS FIRMADAS DIGITALMENTE Y ANEXADAS A SU PROPOSICIÓN.

LOS LICITANTES DEBERÁN FIRMAR DIGITALMENTE EL RESUMEN DE LA PROPUESTA TÉCNICA Y EL RESUMEN DE LA PROPUESTA ECONÓMICA QUE PROPORCIONA EL SISTEMA COMPRANET, CON EL CERTIFICADO DIGITAL QUE EMITE EL SAT. EL SISTEMA COMPRANET NO PERMITE VISUALIZAR OTRO TIPO DE DOCUMENTOS FIRMADOS ELECTRÓNICAMENTE ADICIONALES AL RESUMEN DE LAS PROPUESTAS QUE EL SISTEMA PROPORCIONA A LOS LICITANTES, POR LO QUE ESTOS DEBERÁN SER EL ÚNICO CONJUNTO DE DOCUMENTOS QUE EL LICITANTE FIRME Y ADJUNTE A LA PROPOSICIÓN. SI SE ANEXAN OTROS ARCHIVOS FIRMADOS (EXTENSIÓN .p7m) SIN HABER SIDO REQUERIDO DE ESA MANERA, NO SE PODRÁ ABRIR EL ARCHIVO Y SERÁ MOTIVO DE QUE EL CONSEJO DESECHE LA PROPOSICIÓN.

6.1.2 ACREDITACIÓN DE PERSONALIDAD.

CON OBJETO DE ACREDITAR SU PERSONALIDAD, LOS LICITANTES O SUS REPRESENTANTES DEBERÁN EXHIBIR UN ESCRITO EN EL QUE MANIFIESTE, **BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD**, QUE CUENTA CON FACULTADES SUFICIENTES PARA COMPROMETERSE POR SÍ O POR SU REPRESENTADA, **FORMATO D**, MISMO QUE CONTENDRÁ LO SIGUIENTE:

- a) DEL LICITANTE: REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES, NOMBRE Y DOMICILIO, ASÍ COMO, EN SU CASO, DE SU APODERADO O REPRESENTANTE, ADEMÁS SE SEÑALARÁ LA DESCRIPCIÓN DEL OBJETO SOCIAL DE LA EMPRESA, IDENTIFICANDO LOS DATOS DE LAS ESCRITURAS PÚBLICAS Y, DE HABERLAS, SUS REFORMAS Y MODIFICACIONES, CON LAS QUE SE ACREDITA LA EXISTENCIA LEGAL DE LAS PERSONAS MORALES ASÍ COMO EL NOMBRE DE LOS SOCIOS, Y
- b) DEL REPRESENTANTE LEGAL DEL LICITANTE: DATOS DE LAS ESCRITURAS EN LAS QUE LE FUERON OTORGADAS LAS FACULTADES PARA SUSCRIBIR LAS PROPUESTAS.

6.1.3 MANIFESTACIÓN DE NACIONALIDAD MEXICANA.

ESCRITO EN EL QUE EL LICITANTE MANIFIESTE BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE ES DE NACIONALIDAD MEXICANA. **FORMATO H**.

6.1.4 ACREDITAMIENTO DEL CUMPLIMIENTO DE NORMAS.

NO APLICA

6.1.5 SUPUESTOS ESTABLECIDOS EN LOS ARTÍCULOS 50 Y 60, ANTEPENÚLTIMO PÁRRAFO DE LA LEY.

ESCRITO EN EL CUAL EL LICITANTE MANIFIESTE, BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE NO SE UBICA EN LOS SUPUESTOS ESTABLECIDOS EN LOS ARTÍCULOS 50 Y 60 ANTEPENÚLTIMO PÁRRAFO DE LA LEY. **FORMATO E.**

6.1.6 DECLARACIÓN DE INTEGRIDAD.

ESCRITO EN EL QUE EL LICITANTE MANIFIESTE, BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE SE ABSTENDRÁ, POR SÍ O A TRAVÉS DE INTERPÓSITA PERSONA, DE ADOPTAR CONDUCTAS PARA QUE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DE LA CONVOCANTE, INDUZCAN O ALTEREN LAS EVALUACIONES DE LAS PROPOSICIONES, EL RESULTADO DEL PROCEDIMIENTO U OTROS ASPECTOS QUE LE PUEDAN OTORGAR CONDICIONES MÁS VENTAJOSAS CON RELACIÓN A LOS DEMÁS PARTICIPANTE. **FORMATO F.**

6.1.7 PROPOSICIÓN CONJUNTA.

NO APLICA

6.1.8 CONOCEN Y ACEPTAN TODOS LOS REQUISITOS.

DECLARACIÓN POR ESCRITO EN LA QUE MANIFIESTEN QUE CONOCEN Y ACEPTAN TODOS LOS REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN. (**FORMATO M**)

6.1.9 PROPUESTA ECONÓMICA.

PROPUESTA ECONÓMICA EN DONDE SE PRESENTE EL PORCENTAJE DE HONORARIOS INCLUIDO EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO Y SERÁ FIJO DURANTE LA VIGENCIA DEL CONTRATO.

6.2 DE LOS REQUISITOS OPCIONALES, CUYO INCUMPLIMIENTO NO ES MOTIVO DE DESECHAMIENTO.

6.2.1 DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO.

EN CASO DE CONTAR CON UNA DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO, ESCRITO DONDE LO MANIFIESTE.

6.2.2 CARÁCTER DE ESTRATIFICACIÓN.

EN SU CASO, COPIA DEL DOCUMENTO EXPEDIDO POR AUTORIDAD COMPETENTE QUE DETERMINE SU ESTRATIFICACIÓN COMO MICRO, PEQUEÑA O MEDIANA EMPRESA, O BIEN, UN ESCRITO EN EL CUAL MANIFIESTEN BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE CUENTAN CON ESE CARÁCTER, UTILIZANDO EL **FORMATO B.**

7. PROTOCOLO DE ACTUACIÓN EN MATERIA DE CONTRATACIONES PÚBLICAS Y OTORGAMIENTO Y PRÓRROGA DE LICENCIAS, PERMISOS, AUTORIZACIONES Y CONCESIONES.

EN CUMPLIMIENTO A LO DISPUESTO POR LOS ACUERDOS POR EL QUE SE EXPIDE EL PROTOCOLO DE ACTUACIÓN EN MATERIA DE CONTRATACIONES PÚBLICAS, OTORGAMIENTO Y PRÓRROGA DE LICENCIAS, PERMISOS, AUTORIZACIONES Y CONCESIONES, Y EL ACUERDO POR EL QUE SE MODIFICA EL DIVERSO QUE EXPIDE EL PROTOCOLO DE ACTUACIÓN EN MATERIA DE CONTRATACIONES PÚBLICAS, OTORGAMIENTO DE LICENCIAS, PERMISOS,

AUTORIZACIONES Y CONCESIONES, EMITIDOS POR LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA Y PUBLICADOS EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN, EL JUEVES 20 DE AGOSTO DE 2015, Y EL VIERNES 19 DE FEBRERO DE 2016, RESPECTIVAMENTE, LA CONVOCANTE INFORMA A LOS PARTICULARES, LO SIGUIENTE, NO OBSTANTE QUE EL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN SE REALIZA POR MEDIOS ELECTRÓNICOS Y POR LO TANTO, SIN LA PRESENCIA DE LOS LICITANTES:

- a) QUE LOS SERVIDORES PÚBLICOS EN EL CONTACTO CON PARTICULARES DEBEN OBSERVAR EL PROTOCOLO CONTENIDO EN LOS ACUERDOS ARRIBA CITADOS, MISMOS QUE PUEDEN SER CONSULTADO EN LA SECCIÓN DE LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA, QUE SE ENCUENTRA EN EL PORTAL DE LA VENTANILLA ÚNICA NACIONAL (GOB.MX), A TRAVÉS DE LA LIGA WWW.GOB.MX/SP.
- b) QUE LOS DATOS PERSONALES QUE SE RECABEN CON MOTIVO DEL CONTACTO CON PARTICULARES SERÁN PROTEGIDOS Y TRATADOS CONFORME A LAS DISPOSICIONES JURÍDICAS APLICABLES, Y
- c) EL PARTICULAR TIENE EL DERECHO DE PRESENTAR QUEJA O DENUNCIA, ANTE EL ÓRGANO INTERNO DE CONTROL EN EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. C.V., POR EL INCUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES QUE ADVIERTAN EN EL CONTACTO CON LOS SERVIDORES PÚBLICOS.

SE PROTEGERÁN LOS DATOS PERSONALES DE LOS PARTICULARES, SIENDO EL PROPÓSITO DE RECABARLOS (**FOMATO L**) EL QUE LA CONVOCANTE PUEDA VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA PRESENTE LICITACIÓN Y PARA EL CASO DEL LICITANTE QUE RESULTE ADJUDICADO LLEVAR A CABO LA FORMALIZACIÓN DE LA CONTRATACIÓN Y CONTAR CON EL SOPORTE LEGAL QUE DE LAS DECLARACIONES ASENTADAS EN EL CONTRATO ABIERTO, POR LO EXPUESTO SE SOLICITA A QUIENES PARTICIPAN EN ESTE PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN, SU CONSENTIMIENTO DE MANERA EXPRESA, POR ESCRITO O CUALQUIER MEDIO DE AUTENTICACIÓN, PARA EL CASO DE QUE TERCERAS PERSONAS ACCEDAN A DICHS DATOS.

SE ENTENDERÁ COMO “CONTACTO CON PARTICULARES” A LAS COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER MEDIO ENTRE PARTICULARES Y LOS SERVIDORES PÚBLICOS SUJETOS A DICHO PROTOCOLO.

EL CONTACTO CON PARTICULARES, DE SER EL CASO Y NECESARIO, SE LLEVARÁ A CABO A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE PROVEA EL CONSEJO, SALVO EN LOS CASOS SEÑALADOS EN EL NUMERAL 15 DEL CITADO PROTOCOLO.

EL CONTACTO CON PARTICULARES SE EFECTUARÁ PREFERENTEMENTE POR ESCRITO (EN MEDIOS FÍSICOS O ELECTRÓNICOS) CON LA FINALIDAD DE QUE EXISTA CONSTANCIA DEL ASUNTO, SIN PERJUICIO DE LO SEÑALADO POR LAS DISPOSICIONES JURÍDICAS APLICABLES.

8. INCONFORMIDADES.

LOS LICITANTES PODRÁN INTERPONER INCONFORMIDAD DE ACUERDO A LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 65 y 66 DE LA LEY, ANTE EL ÓRGANO INTERNO DE CONTROL EN EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V., CON DOMICILIO EN VIADUCTO MIGUEL ALEMÁN NO. 105 PLANTA BAJA, COL. ESCANDÓN, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11800, CIUDAD DE MÉXICO, Y/O LA SFP POR LOS ACTOS DE LOS PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN PÚBLICA, DIRECTAMENTE EN LAS OFICINAS DE LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA CON DOMICILIO

EN INSURGENTES SUR NO. 1735, COL. GUADALUPE INN, DELEGACIÓN ÁLVARO OBREGÓN, C.P. 01020, CIUDAD DE MÉXICO.

9. QUEJAS O DENUNCIAS.

EN TÉRMINOS DE LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL DE RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS, SE ESTABLECE LA OBLIGATORIEDAD DE ESTABLECER UNIDADES ESPECÍFICAS, A LAS QUE EL PÚBLICO TENGA FÁCIL ACCESO, PARA QUE CUALQUIER INTERESADO PUEDA PRESENTAR QUEJAS O DENUNCIAS POR INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS, MISMAS QUE DEBERÁN CONTENER ESENCIALMENTE NOMBRE Y DOMICILIO DEL QUEJOSO O DENUNCIANTE; Y LOS DATOS NECESARIOS QUE PERMITAN COMUNICARLE EL SEGUIMIENTO DE SU PROMOCIÓN ASÍ COMO, NOMBRE, CARGO QUE DESEMPEÑA, Y LUGAR DE ADSCRIPCIÓN DEL SERVIDOR PÚBLICO INVOLUCRADO Y/O CUALQUIER OTRO INFORME QUE PERMITA Y FACILITE SU IDENTIFICACIÓN, ASÍ COMO UNA NARRACIÓN DE LOS HECHOS, PRECISANDO TIEMPO, LUGAR, MODO O CIRCUNSTANCIAS DE COMO OCURRIERON LOS HECHOS. PARA ESTE FIN, LA UNIDAD ADMINISTRATIVA QUE ATENDERÁ LA QUEJA O DENUNCIA ES EL ÁREA DE QUEJAS DEL ÓRGANO INTERNO DE CONTROL, EN EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V., CON DOMICILIO EN VIADUCTO MIGUEL ALEMÁN NO. 105 PLANTA BAJA, COL. ESCANDÓN, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11800, CIUDAD DE MÉXICO Y TELÉFONO 52 78 42 00 EXTENSIONES 1910 Y 1911, O EN EL CORREO ELECTRÓNICO quejasydenuncias@promotur.com.mx

ASIMISMO, SE HACE DEL CONOCIMIENTO A LOS LICITANTES O PROVEEDORES QUE PODRÁN SER SANCIONADOS EN CASO DE ENCONTRARSE EN ALGUNOS DE LOS SUPUESTOS PREVISTOS EN LOS ARTÍCULOS 59 Y 60 DE LA LAASSP.

DE IGUAL, FORMA LOS LICITANTES O PROVEEDORES QUE SE UBIQUEN EN ALGUNO DE LOS SUPUESTOS PREVISTOS EN LOS ARTÍCULOS 8 Y 9 DE LA LEY FEDERAL ANTICORRUPCIÓN EN CONTRATACIONES PÚBLICAS, PUEDEN SER SANCIONADOS EN TÉRMINOS DE LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 27 DE DICHA LEY.

10. FORMATOS.

FORMATO	DESCRIPCIÓN
A	PROPUESTA ECONÓMICA.
B	ESTRATIFICACIÓN DE MIPYMES
C	VERIFICACIÓN DE RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS.
D	ACREDITAMIENTO DE LA EXISTENCIA Y PERSONALIDAD JURÍDICA
E	ESCRITO BAJO PROTESTA DE NO ENCONTRARSE IMPEDIDO PARA PARTICIPAR POR LA LEY.
F	DECLARACIÓN DE INTEGRIDAD.
G	TEXTO DE LA FIANZA PARA GARANTIZAR EL CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.
H	MANIFESTACIÓN DE NACIONALIDAD MEXICANA
I	ESCRITO QUE DEBERÁN PRESENTAR EN JUNTA DE ACLARACIONES
J	MODELO DE CONTRATO
K	CADENAS PRODUCTIVAS
L	ESCRITO EN TÉRMINOS DE LO ESTABLECIDO EN LOS ARTÍCULOS 113 Y 116 DE LA LEY GENERAL DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA.

M	MANIFIESTO DE CONOCER Y ACEPTAR TODOS LOS REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN.
----------	---

MARCO A. JAIMES RODRÍGUEZ
DIRECTOR DE RECURSOS MATERIALES

ANEXO TÉCNICO

Anexo Técnico para la contratación de los servicios de Relaciones Públicas y Comunicación en el mercado nacional para promover la imagen de México y estimular la demanda y servicios turísticos del país.

1. OBJETO Y ALCANCE DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

Contratación de una Agencia que preste los Servicios de Relaciones Públicas y Comunicación en el mercado nacional para promover la imagen de México y estimular la demanda y servicios turísticos del país, con vigencia de **24** meses contados a partir del día siguiente a la notificación del fallo, de acuerdo a lo siguiente:

A. LOS SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN CONTEMPLAN:

A.1. Desarrollo de la Estrategia de Relaciones Públicas y Comunicación

A.2. Elaboración y ejecución de un Plan de Trabajo que incluya los siguientes apartados de manera explícita:

- a) Información y difusión
- b) Relación con medios de comunicación y representantes de distintos sectores, incluyendo la industria
- c) Viajes de familiarización individuales y grupales para medios de comunicación y representantes de distintos sectores, incluyendo la industria
- d) Acciones promocionales y al consumidor
- e) Organización, participación y/o apoyo en eventos y ferias
- f) Diseño, producción y/o distribución de artículos promocionales
- g) Diseño, desarrollo y/o distribución de contenidos para producciones
- h) Atención a asuntos críticos o de crisis
- i) Manejo de redes sociales y/o reputación online

A.3. Elaboración y entrega de reportes e informes

2. ESPECIFICACIONES DE LOS SERVICIOS

A.1. Desarrollo de la Estrategia de Relaciones Públicas y Comunicación

“EL LICITANTE” deberá elaborar y proponer al Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), en un plazo no mayor a 20 días naturales **posteriores a la notificación del fallo**, una estrategia de Relaciones Públicas y Comunicación que vaya acorde con el Plan de Mercadotecnia.

Si el CPTM lo solicita se deberán definir los procesos de trabajo, funciones, responsabilidades y tiempos para la ejecución del plan de trabajo, y estará sujeta a autorización. Para su desarrollo, “EL LICITANTE” deberá considerar:

- El Plan de Mercadotecnia proporcionado por la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia del CPTM.
- En caso de que el CPTM lo solicite, los estudios disponibles en el mercado y estrategias generales así como aquella información y datos de que disponga por cuenta propia “EL LICITANTE”, con relación a las audiencias objetivo de las acciones de relaciones públicas, tendencias de viaje, herramientas y canales de comunicación innovadores, acciones realizadas por los destinos competencia, socios comerciales y aliados potenciales, entre otros.

A.2 Elaboración y Ejecución de un Plan de Trabajo

“EL LICITANTE” deberá proponer, por solicitud del CPTM, un Plan de Trabajo que incluya los siguientes servicios y actividades en un plazo no mayor a 30 días naturales **posteriores a la notificación del fallo**:

- a) Información y difusión
- b) Relación con medios de comunicación y representantes de distintos sectores, incluyendo la industria

- c) Viajes de familiarización individuales y grupales para medios de comunicación y representantes de distintos sectores, incluyendo la industria
- d) Acciones promocionales y al consumidor
- e) Organización, participación y apoyo en eventos y ferias
- f) Diseño, producción y distribución de artículos promocionales
- g) Diseño, desarrollo y distribución de contenidos para producciones
- h) Atención a asuntos críticos o de crisis
- i) Manejo de redes sociales y reputación online

El CPTM podrá realizar cambios en dicho Plan de Trabajo, con el fin de adecuarlo a las oportunidades o condiciones del mercado que se presenten.

Para la Ejecución del Plan de Trabajo, “EL LICITANTE” deberá desarrollar a solicitud del CPTM, actividades que se encuentren dentro de la siguiente relación:

a. Información y Difusión

“EL LICITANTE” deberá generar información, contenidos y materiales para compartir con los medios de comunicación y representantes de la industria. La información deberá contar con el visto bueno del CPTM.

a.1.- Generar, actualizar y mantener al día las bases de datos y contactos del mercado:

- Medios de comunicación, estableciendo fuentes y temas de especialización de los mismos
- Columnistas, periodistas y líderes de opinión
- Industria turística nacional
- Organismos cúpula de distintos sectores y/o con una relación cercana con la industria
- Cámaras y asociaciones, tour operadores y agencias de viaje, cadenas hoteleras, líneas aéreas, etc.

a.2.- Elaborar y distribuir una Síntesis Informativa del mercado nacional. EL CPTM podrá determinar el formato, medios a considerar, frecuencia y cantidades de envío y hacer cambios con el fin de adecuarlo a las oportunidades o condiciones del mercado que se presenten.

Se deberá enviar diariamente en español, y en formato electrónico o cualquier otro que el CPTM defina a aquellos contactos que el CPTM determine y otorgar acceso digital a la cobertura sobre las principales noticias del CPTM, los destinos turísticos del país, el sector turístico y todos aquellos sectores que tengan un impacto, o en su caso, representen un riesgo para la industria turística y la imagen del país.

Por lo anterior, no se considera subcontratación el que “EL LICITANTE” cuente con los servicios profesionales especializados de monitoreo de medios. El CPTM podrá solicitar en cualquier momento el cambio de dichos servicios.

a.3.- En caso de que exista una situación de crisis, el CPTM podrá solicitar a “EL LICITANTE” una estrategia de manejo de comunicación, incluyendo acciones puntuales de corto, mediano y largo plazo que permitan minimizar el efecto de la situación a enfrentar.

a.4.- Elaborar y distribuir documentos y/o materiales de difusión. A solicitud del CPTM, se deberán elaborar y/o distribuir todos aquellos comunicados de prensa, documentos, notas editoriales, discursos, presentaciones, contenidos y/o materiales de difusión sobre las actividades del CPTM y/o los destinos turísticos y/o los sectores relacionados con esta industria.

En este rubro se incluye, la generación de guías de mensajes clave, documentos de apoyo, y documentos de preguntas y respuestas, adaptados al mercado y a las distintas audiencias objetivo.

De igual forma, y sin que se trate de acciones exclusivas, se deberán elaborar posturas y documentos oficiales ante situaciones críticas y de crisis del sector turismo que el CPTM determine que necesitan de atención.

El CPTM podrá solicitar a “EL LICITANTE” la actualización de dichos documentos de manera constante, adecuaciones y cambios necesarios a los documentos y/o materiales de difusión las veces que así se requieran.

b. Relación con Medios de Comunicación y Representantes de Distintos Sectores, incluyendo la Industria

EL CPTM podrá solicitar:

b.1.- Contar con un centro de prensa (virtual) con capacidad para atender con calidad y eficiencia las solicitudes de información por parte de los medios de comunicación. Brindar asesoría y atender solicitudes de envío de información, imágenes o cualquier contenido sobre México, sus atractivos turísticos y la promoción de los mismos.

En cuanto al intercambio de información, este se realizará a través de la infraestructura tecnológica y de comunicaciones de “EL LICITANTE”. De ninguna manera se podrán utilizar los recursos tecnológicos con los que el CPTM cuenta.

“EL LICITANTE” deberá elaborar una base de datos de la actividad del centro de prensa, así como el status de las actividades de seguimiento. Esta base deberá contar con datos de la persona que contacta al centro de prensa (nombre, dirección, teléfono, correo electrónico, etc.), medios en los que colabora y la información solicitada.

Las políticas de atención a las solicitudes serán definidas en conjunto con el CPTM.

“EL LICITANTE” debe tomar en cuenta que en caso de enfrentar situaciones críticas, este deberá contar con el personal adicional necesario, y en su caso, designarlo para brindar atención de calidad a los representantes de los medios de comunicación que establezcan contacto con el centro de prensa.

b.2.- “EL LICITANTE” deberá establecer y mantener una relación cercana de comunicación con periodistas, columnistas, líderes de opinión y miembros de los distintos sectores, incluyendo la industria.

El CPTM podrá solicitar el desarrollo de una o más de las siguientes actividades:

- Mantener un contacto efectivo, proactivo y continuo con los representantes de los medios de comunicación, periodistas y/o líderes de opinión
- Realizar acciones que permitan mantenerles informados e incentivar una cobertura positiva sobre la oferta integral de México y las actividades del CPTM mediante:
 - Envío de información y materiales de prensa
 - Desarrollo de artículos editoriales
 - Convocatoria a eventos
 - Gestión de alianzas, entre otros
 - Gestión de entrevistas, reuniones y encuentros con medios, organización de conferencias de prensa y eventos.
 - Atención de las solicitudes de imágenes y material audiovisual por parte de los medios y/o líderes de opinión, realizando todas las gestiones correspondientes para el envío y/o entrega de los mismos.

- Diseño, desarrollo de contenido y producción de materiales de información y difusión para medios de comunicación y miembros de distintos sectores, incluyendo la industria.
- Otras que solicite el CPTM, que permitan establecer y mantener una relación cercana con las audiencias.

b.3.- Organizar y gestionar la impartición de seminarios de profesionalización para servidores públicos del sector, miembros de la industria, líderes de opinión y/o medios de comunicación a solicitud del CPTM.

El servicio incluye por lo menos una de las siguientes acciones:

- La organización, diseño de la metodología, selección de temas y propuesta de candidatos y posibles conferencistas para la impartición y realización de los seminarios.
- La negociación con proveedores, gestión y logística durante el desarrollo de la actividad.
- Evaluación de resultados y seguimiento a los acuerdos, iniciativas y resultados que se deriven.
- Otras que solicite el CPTM que permita organizar y gestionar la impartición de seminarios de profesionalización.

El CPTM podrá solicitar ese tipo de eventos cuando lo considere necesario para mejorar la relación con medios de comunicación y representantes de distintos sectores, incluyendo a la industria.

b.4.- Gestionar, coordinar y supervisar, a solicitud del CPTM, la realización de seminarios y/o programas de entrenamiento en línea y/o en vivo sobre la oferta integral de México y sus nuevos productos a agentes de viaje, tour operadores, centro de reservaciones e intermediarios de ventas, entre otros.

b.5.- Participar a solicitud del CPTM y en su representación en los eventos o seminarios virtuales en los que el CPTM participe a nivel nacional.

c. Viajes de Familiarización Individuales y Grupales para Medios de Comunicación y representantes de distintos sectores, incluyendo la industria

A solicitud del CPTM, "EL LICITANTE" deberá:

c.1.- Presentar una propuesta anual de viajes de familiarización, indicando claramente y en orden los destinos propuestos y los productos a posicionar. El CPTM definirá cuales llevar a cabo de acuerdo a la situación del mercado.

c.2.- Considerar que entre otras actividades, tendrá a su cargo, por lo menos una de las siguientes:

- La organización, coordinación y ejecución del viaje de familiarización.
- La negociación y gestión de apoyos y/o cortesías ante los prestadores de servicios, y dependencias de promoción turística del destino que se trate (esto se realizará en conjunto con el CPTM).
- La asistencia de uno de los integrantes del equipo de trabajo de "EL LICITANTE" al viaje cuando sea necesario a consideración del CPTM.
- Otras que solicite el CPTM para atender a los asistentes a los viajes de familiarización.
- Los gastos de los viajes de familiarización no consideran ningún gasto personal de los asistentes.

d. Acciones Promocionales y al Consumidor

d.1.- “EL LICITANTE” deberá incluir en el plan de trabajo una serie de acciones promocionales y al consumidor que permitan despertar el interés de éste, para viajar a los destinos turísticos de México.

d.2.- “EL LICITANTE” se encargará, a solicitud del CPTM, de por lo menos una de las siguientes: organización, gestión, coordinación y desarrollo de concursos y/o rifas cuando se requieran, a efecto de promover los destinos turísticos nacionales.

- Garantizar la presencia de la Marca País en eventos o foros.
- Negociar, planear y ejecutar las Acciones Promocionales solicitadas por el CPTM.
- Diseñar y presentar un programa de relaciones públicas y difusión paralelo a la acción promocional y la estrategia que permitirá maximizarla.
- Otros que permitan llevar a cabo de manera satisfactoria acciones promocionales y al consumidor.

Será responsabilidad del licitante el cumplir con todos los requisitos legales y administrativos para la ejecución de las acciones contempladas en este rubro en caso de que existiera alguno.

e. Organización, Participación y/o Apoyo en Eventos y Ferias

“EL LICITANTE” deberá realizar las acciones necesarias para la organización, participación y apoyo a eventos, ferias, congresos, convenciones, giras, visitas oficiales y/o caravanas, entre otros.

Algunas de las acciones que se pueden realizar, a solicitud del CPTM, son:

e.1.- Generar el concepto y/o coordinar y/o asegurar la presencia de la Marca País, acorde a los objetivos del CPTM, en sesiones de trabajo, ferias y eventos promocionales, que permitan captar el interés de los asistentes y consumidores potenciales en la oferta integral del país.

e.2.- Establecer relaciones de largo plazo y crear sinergias con aliados del CPTM en los eventos (cuando sea necesario), al tiempo de generar el mayor impacto mediático posible.

e.3.- Brindar apoyo y asistir al CPTM en los eventos promocionales, ferias, congresos, giras, visitas oficiales, eventos publicitarios, etc. que el CPTM organice o en los que participe con base en sus necesidades, incluyendo el traslado de medios, personal de la industria o de los distintos sectores para cubrir, asistir o participar en los referidos eventos.

f. Diseño, Producción y/o Distribución de Artículos Promocionales

A solicitud del CPTM, “EL LICITANTE” podrá:

Diseñar los Artículos Promocionales que se soliciten, supervisar su producción y, cuando así se requiera, la distribución de los mismos.

El CPTM podrá solicitar cambios y adecuaciones a los Artículos Promocionales, en caso de que estos no cumplan con los estándares de calidad establecidos, y/o en caso de que no respeten la guía de uso de marca e identidad corporativa.

g. Diseño, Desarrollo y/o Distribución de Contenidos para Producciones

Cuando el CPTM lo solicite, “EL LICITANTE” podrá diseñar, producir y distribuir contenidos para producciones de televisión, cine, radio y demás medios de comunicación que permitan dar a conocer la oferta integral de México o actividades de la industria turística.

h. Atención a Asuntos Críticos y/o de Crisis

En caso de que se presente un asunto crítico o situación de crisis, el CPTM podrá solicitar a “EL LICITANTE” alguno de los siguientes servicios:

h.1.- Atender oportunamente situaciones que afecten la imagen de México, del CPTM, así como los destinos turísticos de México.

h.2.- Identificar y reportar de manera oportuna las variables de riesgo para la imagen de México y sus destinos turísticos, así como para el CPTM.

h.3.- Elaborar un protocolo genérico de acciones de comunicación ante situaciones que el CPTM considere críticas.

Este documento deberá incluir el desarrollo de posturas oficiales, de mensajes clave y documentos de apoyo y/o cualquier otro que el CPTM solicite.

h.4.- En caso de presentarse una situación de crisis y que el CPTM considere merece de atención, se deberá adecuar el documento a la crisis en particular, de forma inmediata y deberá ejecutarlo tan pronto lo solicite el CPTM.

h.5.- Cuando el CPTM lo solicite, elaborar y enviar un monitoreo especial sobre las situaciones críticas.

h.6.- Emitir una recomendación de acciones que permitan tanto dar atención, como minimizar el impacto y contrarrestar la imagen negativa de México, sus destinos y productos turísticos, ante la opinión pública.

i. Manejo de redes sociales y reputación online

i.1.- Desarrollo de una estrategia de posicionamiento e incremento de seguidores de las redes sociales que vaya acorde con el Plan de Mercadotecnia. Dicha estrategia deberá definir los procesos de trabajo, acciones que permitan posicionar las actividades realizadas por la institución en el mercado nacional, captación de nuevos seguidores y manejo de los canales del CPTM en redes sociales en español. Así como las funciones, responsabilidades y tiempos para la ejecución del plan de trabajo, y estará sujeta a autorización y ajuste por parte de quien el CPTM determine.

i.2.- Generar de manera permanente los contenidos que permitan tener una comunicación sistemática coherente, y de acuerdo con los lineamientos del CPTM, con los diversos públicos objetivo.

Este rubro comprende la administración, desarrollo, operación, actualización y mantenimiento de los contenidos que se publicarán en las cuentas oficiales de las redes sociales de las campañas del CPTM para el mercado nacional.

El CPTM especificará la información, contenidos y materiales que se pueden entregar a los medios digitales de comunicación y representantes de la industria.

i.3.- Generar, responder y dar seguimiento a las solicitudes y comentarios de los seguidores de las redes sociales del CPTM.

i.4.- Atender con calidad y eficiencia las conversaciones de los seguidores de las redes sociales del CPTM, con el fin de responder y dar seguimiento a dichas solicitudes y comentarios.

i.5.- “EL LICITANTE” deberá proponer a solicitud del CPTM, una serie de acciones dirigidas a los seguidores de las redes sociales que permitan despertar el interés de éste, para viajar a los destinos turísticos de México.

Dichas acciones incluyen, entre otras, la organización, gestión, coordinación y desarrollo de concursos y/o rifas de viajes en México, dirigidos al consumidor, a efecto de promocionar los destinos turísticos nacionales y garantizar la presencia de la Marca País en los eventos o foros en los que se realicen.

Será responsabilidad del LICITANTE el cumplir con todos los requisitos legales y administrativos para la ejecución de las acciones contempladas en este rubro.

i.6.- Diseño, producción y distribución de los contenidos para redes sociales, que permitan dar a conocer, la oferta integral de México o algún sector del mismo, que se pretenda promocional a nivel nacional.

i.7.- La administración y operación de los canales y plataformas de comunicación digital de los medios sociales en el mercado nacional en idioma español (PARA MÉXICO).

i.8.- El monitoreo de percepción, sentimiento e identificación de líderes de conversación por cada red social sobre los principales destinos de México, a través de herramientas de escucha que ya existen en el mercado, como son: Radian 6, SocialMetrix o similares.

i.9.- Generación de publicaciones con el material adecuado y relevante, como fotos, ligas e información de actualidad, videos, preguntas, encuestas, organización de concursos y promociones, que involucren a la comunidad de los diferentes canales de las redes sociales del CPTM, a solicitud del CPTM.

i.10.- Generación del material de ilustración de publicaciones como son fotografías, videos y animaciones.

No se considerará subcontratación, el que “EL LICITANTE” cuente con los servicios profesionales especializados en manejo y gestión de redes sociales.

A.3. Elaboración y Entrega de Reportes e Informes

Se deberán entregar los siguientes reportes en idioma español y formato que el CPTM determine a continuación:

A.3.1. Informe ejecutivo mensual, impreso y digital de los servicios y acciones realizadas, indicando avances y resultados cuantitativos y cualitativos a solicitud del CPTM.

El informe deberá tener la siguiente estructura de apartados en orden:

a) Información y difusión:

- Número de contactos agregados, cancelados y actualizados durante el mes a la base de datos.
- Anexar testigo digital de la Síntesis Informativa diaria que se envía en formato electrónico e impreso a las personas que el CPTM indica.
- Anexar constancia que avala que la Síntesis Informativa impresa y electrónica es recibida diariamente, incluyendo los fines de semana, por las personas que el CPTM indicó.
- Cobertura de asuntos críticos o de crisis presentados en el periodo que haya solicitado el CPTM.

- Enlistar la información, contenidos y materiales compartidos a los medios de comunicación y representantes de la industria para su difusión en el periodo en caso de haberse realizado.
- b) Relación con los Medios de Comunicación y Representantes de Distintos Sectores, incluyendo la Industria.**
- Enlistar las solicitudes recibidas, atendidas y en proceso en el centro de prensa virtual en el periodo incluyendo nombre, datos de contacto, medios en los que colabora o empresas para las que labora y la información solicitada, incluyendo situaciones de crisis.
 - Relación de envíos de información y materiales de prensa que se hayan hecho durante el periodo.
 - Relación de convocatorias, eventos, entrevistas, reuniones, encuentros con medios y conferencias de prensa que se hayan realizado.
 - Enlistar los artículos editoriales que se hayan desarrollado en el periodo, a solicitud del CPTM.
 - Relación de seminarios de profesionalización, programas de entrenamiento en línea y/o en vivo en donde se organizó y gestionó la impartición para servidores públicos del sector, miembros de la industria, líderes de opinión y/o medios de comunicación y que haya solicitado el CPTM.
 - Enlistar los eventos o seminarios virtuales en los que hayan participado en nombre del CPTM.
 - Elaborar una base de datos de la actividad del centro de prensa, así como el status de las actividades de seguimiento. Esta base deberá contar con datos de la persona que contacta al centro de prensa (nombre, dirección, teléfono, correo electrónico, etc.), medios en los que colabora y la información solicitada.
- c) Viajes de familiarización individuales y grupales para medios de comunicación y representantes de distintos sectores, incluyendo la industria.**
- Enlistar número de fams con nombres de destinos, nombres y número de participantes, llevados a cabo a solicitud del CPTM.
 - Mencionar el ROI obtenido en cada fam de medios
- d) Acciones Promocionales y al Consumidor**
- Enlistar los eventos y acciones promocionales.
 - Enlistar los concursos y/o rifas para el consumidor realizados en el periodo, a solicitud del CPTM.
- e) Organización, participación y Apoyo en Eventos y Ferias.**
- Enlistar los eventos, ferias, congresos, convenciones, giras, visitas oficiales y/o caravanas en donde el CPTM tuvo participación asegurando la presencia de la Marca País.
- f) Diseño, Producción y Distribución de Artículos Promocionales.**
- Enlistar los artículos promocionales producidos a solicitud del CPTM.
- g) Diseño, Desarrollo y Distribución de Contenidos para Producciones.**
- Enlistar los contenidos diseñados, elaborados y/o distribuidos para producciones de televisión, cine, radio y demás medios de comunicación y adjuntar copia digital de los mismos.
- h) Atención a Asuntos Críticos y/o de Crisis.**

- Enlistar los asuntos críticos y/o de crisis atendidos oportunamente durante el periodo.
- Enlistar los medios de comunicación que establecieron contacto con el centro de prensa en situaciones críticas y/o de crisis.

i) Manejo de Redes Sociales y/o Reputación Online

- Reporte semanal de sentimiento y percepción de la Marca México y principales destinos turísticos, incluyendo plan de acción según resultados.
- Reporte de métricas, avances y publicaciones mensuales sobre el comportamiento de los canales, la comunicad y publicaciones por mercado.
- Reporte de seguimiento, que incluye, promoción, duración, participación, aprendizajes y cierre de las promociones y eventos según sea necesario a petición del CPTM.
- Reporte de crecimiento de la comunidad por red social.

A.3.2. Este reporte deberá incluir el ROI (Retorno de Inversión) expresado en los siguientes indicadores o cualquier otro que el CPTM solicite:

- Audiencia lograda en las acciones de Relaciones Públicas.
- Valor de la Cobertura Mediática generada por las acciones de Relaciones Públicas.
- Retorno de inversión de los Viajes de Familiarización (ROI).
- Cualquier otro que solicite el CPTM.

A.3.3.- “Clippings” digitalizados de las acciones que hubieren resultado en cobertura en medios tradicionales y digitales.

El “Clippings” se refiere a la recopilación de las notas generadas en México por las acciones realizadas por el CPTM y los servidores públicos, y/o las acciones promocionales realizadas por los destinos o representantes de distintos sectores, incluyendo la industria.

En caso de que el CPTM solicite un monitoreo especial para contingencias y situaciones de crisis, se deberán emitir reportes especiales de cobertura, conforme a las necesidades del CPTM y, en su caso, con las especificaciones que el CPTM defina.

A.3.4.- Informe físico-financiero impreso y digital acumulado que muestre la ejecución de presupuesto de cada mes, segmentado por acción. Dicho informe deberá contener

- Presupuesto ejercido
- Presupuesto facturado
- Presupuesto disponible
- Acciones realizadas y los montos de cada una
- Número de factura
- Fechas de entrega
- El reporte se deberá entregar mensualmente

A.3.5.- A solicitud del CPTM, para cada acción realizada, se deberá entregar un expediente con la siguiente información:

- Propuesta de actividades.
- Copia de la factura presentada por “EL LICITANTE”.
- Reporte de actividades realizadas, de acuerdo con las formas de comprobación establecidas por el CPTM incluyendo reporte de resultados de acuerdo a los indicadores solicitados por el CPTM.

El reporte deberá de contar con las siguientes características cuando apliquen:

- Entregarse al término de cada mes.

- Mostrar el Retorno de Inversión (ROI) obtenido con base en la metodología establecida por el CPTM cuando se refiera a acciones de impacto mediático y a solicitud del CPTM.
- Incluir copia de todas las notas y cobertura generada por “EL LICITANTE” y/o el CPTM cuando se refiera a acciones con impacto mediático.

A.3.6.- En el caso de los servicios y actividades en medios sociales, se deberán presentar los siguientes reportes a solicitud del CPTM:

- Reporte semanal de sentimiento y percepción de la Marca México y principales destinos turísticos, incluyendo plan de acción según resultados.
- Reporte de contingencia de crisis, elaborado según sea necesario o a petición del CPTM.
- Reporte de métricas, avances y publicaciones mensuales sobre el comportamiento de los canales, la comunidad y publicaciones por mercado.
- Reporte de seguimiento, que incluye, promoción, duración, participación, aprendizajes y cierre de las promociones y eventos según sea necesario a petición del CPTM.

El CPTM podrá solicitar la elaboración de cualquier otro reporte, modificar el número y/o formato de los mismos sin ningún costo adicional.

3. INFRAESTRUCTURA Y PERSONAL REQUERIDO

3.1.- Para cumplir con los servicios “EL LICITANTE” deberá contar con la capacidad para operar en el mercado nacional con toda la infraestructura técnica y humana especificada:

PERSONAL MÍNIMO	PERFIL	UBICACIÓN
1	Director de Cuenta	Oficina del Licitante Ganador en la Ciudad de México
1	Supervisor de Cuenta	
1	In-Plant (Situado a solicitud del CPTM en sus oficinas centrales)*	
3	Enlaces de Prensa	
1	Ejecutivo Administrativo	
1	Ejecutivo Operativo-Administrativo de APs	
1	Ejecutivo de Comunidad Online	

(*) A solicitud del CPTM.

3.2.- El personal requerido deberá trabajar exclusivamente para la cuenta del CPTM y no debe atender otras cuentas. La inobservancia de este punto se considerará como un incumplimiento del servicio por parte de “EL LICITANTE” adjudicado.

Las personas propuestas por “EL LICITANTE” para otorgar el servicio, deberán contar con la aprobación del CPTM.

El CPTM podrá solicitar el reemplazo de dicho personal sin justificación alguna, en el momento y las veces que así lo considere necesario.

Se deberá consultar oportunamente con el CPTM, el relevo de cualquiera de los ejecutivos que den servicio a la cuenta.

3.3.- El personal asignado por “EL LICITANTE” para la atención de la cuenta, deberá estar disponible conforme a las necesidades del CPTM.

3.4.- En cuanto a experiencia y funciones, el personal dedicado a la cuenta deberá cumplir lo siguiente:

Director de Cuenta: tener más de 3 años de experiencia en el mismo puesto y dentro de la empresa licitante, para lo que deberá presentar currículum vitae en el que deberá demostrar haber ocupado el nivel solicitado durante el tiempo mínimo requerido, así como acreditar con título profesional tener perfil en la licenciatura de comunicación y/o periodismo, dominar los idiomas español e inglés.

Supervisor de Cuenta: tener más de 4 años de experiencia en dicho cargo y dentro de la empresa licitante, con experiencia en relaciones públicas o comunicación, para lo que deberá presentar currículum vitae en el que deberá demostrar haber ocupado el nivel solicitado durante el tiempo mínimo requerido, así como acreditar con título profesional tener perfil profesional en la licenciatura de comunicación y/periodismo.

In-Plant: tener mínimo 1 año de experiencia en relaciones públicas o comunicación, así como acreditar con título profesional tener perfil profesional en la licenciatura de comunicación y/o periodismo, para lo que deberá presentar currículum vitae en el que deberá demostrar haber ocupado el nivel solicitado durante el tiempo mínimo requerido.

Enlace de Prensa: acreditar mínimo 1 año de experiencia en relaciones públicas o comunicación, así como acreditar con título profesional tener perfil profesional en la licenciatura de comunicación y/o periodismo, para lo que deberá presentar currículum vitae en el que deberá demostrar haber ocupado el nivel solicitado durante el tiempo mínimo requerido.

Ejecutivo Administrativo: acreditar mínimo 1 año de experiencia en el cargo y dentro de la empresa licitante, con experiencia en control administrativo y seguimiento de contratos, deberá acreditar con título profesional tener perfil profesional en la licenciatura en contaduría pública o administración. Para lo que deberá presentar currículum vitae en el que deberá demostrar haber ocupado el nivel solicitado durante el tiempo mínimo requerido.

Ejecutivo Operativo-Administrativo de APs: acreditar mínimo 1 año de experiencia en relaciones públicas y tener conocimiento de la operación de acciones promocionales y su manejo administrativo que acreditará con una carta de un cliente en la que especifique el tipo de acción realizada, alcances y resultados. Asimismo, deberá acreditar el perfil profesional en la licenciatura de comunicación y/o periodismo acompañando título profesional en esas licenciaturas. Para lo que deberá presentar currículum vitae en el que deberá demostrar haber ocupado el nivel solicitado durante el tiempo mínimo requerido.

Ejecutivo de Comunidad Online: acreditar mínimo 1 año de experiencia en relaciones públicas digitales y tener conocimiento en gestión y administración de redes sociales online, así como estar familiarizado con el uso de herramientas digitales de monitoreo de percepción, sentimiento e identificación de líderes de conversación con red social y web como: Radian 6, SocialMetrix, Sysomos. Acreditar con título profesional tener perfil profesional en la licenciatura de comunicación y/o periodismo. Para lo que deberá presentar currículum vitae en el que deberá demostrar haber ocupado el nivel solicitado durante el tiempo mínimo requerido.

3.5.- El personal requerido deberá prestar el servicio con los recursos tecnológicos de última generación idóneos y que se requieran para la óptima prestación de cada uno de los servicios

contenidos en este anexo, sin que esto genere costo alguno para el CPTM, entre los que se encontraran los siguientes:

3.5.1 Equipo informático propiedad de la empresa licitante, 10 equipos portátiles de última generación.

3.5.2 Licencias de software (paquetería office, adobe, aspel).

3.5.3 Internet dedicado simétrico por fibra óptica con ancho de banda de 24 mb.

4. SERVICIOS INCLUIDOS EN HONORARIOS (FEE)

Los servicios que quedan incluidos en el Honorario mensual que facture “EL LICITANTE” son:

- A.1
- A.2: a.1, a.3, a.4, b.1, b.2, b.3 (diseño, organización y coordinación), b.4, (diseño, organización y coordinación), b.5 (participación), c.1, c.2, d.1, d.2. (organización, negociación y coordinación), e.1, e.2, e.3 (diseño, organización y coordinación), h.1, h.2, h.3, h.4, h.6.
- A.3

Los servicios no detallados en los incisos del párrafo anterior, deberán ser facturados como gastos o pagos a terceros, por lo que no deberán ser considerados para el cálculo de su propuesta económica, siendo estos:

- A.2: a.2, b.3 (gastos incurridos), b.4 (gastos incurridos), b.5 (gastos incurridos), d.2 (gastos incurridos rifas y premios), e.3 (gastos incurridos), f, g, h.5, i.1 a i 10 (gastos incurridos).
- A.3.3 (compra de “Clippings”).

Los viáticos y gastos del personal de “EL LICITANTE” para la realización de las actividades del CPTM serán facturados por “EL LICITANTE” como pagos a terceros, debiendo ajustarse a las políticas que el CPTM tiene establecidas para su propio personal. Cualquier gasto fuera de estos lineamientos no será cubierto por el CPTM.

Los gastos administrativos referentes al manejo de la cuenta, tales como equipo de oficina, material, telefonía, horas extras, asistencia a juntas, visitas al cliente etc., estarán incluidos en los honorarios.

5. REQUISITOS TÉCNICOS

5.1. Requisitos de cumplimiento obligatorio (cumple – no cumple)

5.1.1. Deberá presentar copia simple del acta constitutiva con una antigüedad de al menos cinco años anteriores a la fecha de publicación de la presente convocatoria, donde se incluya, entre otros, en su objeto social la prestación de servicios de Relaciones Públicas y Comunicación.

5.1.2. “EL LICITANTE” deberá contar con oficinas en la Ciudad de México. Por lo que deberá presentar copia simple de los documentos con los que se acredite la propiedad de las oficinas, arrendamiento o derecho de uso a nombre del licitante, con una antigüedad de al menos un año a partir de la fecha de publicación de la presente convocatoria.

5.1.3. “EL LICITANTE” deberá contar con un capital contable de al menos **15%** del presupuesto máximo anual a ejercer en el contrato de acuerdo con la presente convocatoria. Esto se deberá acreditar con copia simple de la declaración de impuestos correspondiente al ejercicio fiscal 2015.

5.1.4. “EL LICITANTE” deberá acreditar la experiencia para manejar cuentas de servicios de relaciones públicas y comunicación, que se deberá acreditar con copia de uno o más

contratos ejecutados en el año calendario inmediato anterior y cuyo monto en conjunto haya sido igual al **100%** del presupuesto máximo de esta convocatoria.

5.1.5. “EL LICITANTE” deberá contar con el personal mínimo que deberá acreditar con currículum vitae firmado que incluya datos de contacto para que en su caso el CPTM pueda verificar la información y que muestren que cuentan con los requisitos del numeral 3 del presente anexo.

5.1.6. “EL LICITANTE” deberá presentar manifestación original, preferentemente en papel membretado, firmado por su representante legal, en el cual se compromete a que, en caso de resultar adjudicado, prestará el servicio con los recursos tecnológicos de última generación idóneos que se requieran para la óptima prestación de cada uno de los servicios contenidos en este anexo, acompañando copia de las facturas de los equipos y las licencias de software a nombre del licitante.

5.1.7. “EL LICITANTE” deberá demostrar que cuenta con experiencia en campañas de comunicación y relaciones públicas del sector público, mediante la entrega de **1** carta de liberación de fianza del cliente o clientes en hoja membretada.

Los documentos deberán contener los datos de contacto que permitan verificar la información incluida.

5.2. Requisitos de puntos y porcentajes

5.2.1. Capacidad del licitante (24 puntos)

5.2.1.1 Capacidad de los recursos humanos (13 puntos)

5.2.1.1.a. Conocimientos profesionales (7 puntos)

Contar dentro de la plantilla ofertada con el siguiente personal:

- **Director de Cuenta:** tener 3 o más años de experiencia como director de cuenta. (1.0 punto), menos de 3 y mayor o igual a 2 años de experiencia (0.5 puntos), menos de dos años de experiencia como director de cuenta: (0 puntos)
- **Supervisor de cuenta:** tener 4 o más años de experiencia como supervisor de cuenta. (1.0 punto), menos de cuatro años de experiencia como supervisor de cuenta: (0 puntos)
- **Director de cuenta:** tener experiencia en cuentas de la industria turística con empresa o instituciones públicas de carácter nacional durante el periodo del 2012 a la fecha, 3 o más años de experiencia (2.5 puntos), menos de 3 y mayor o igual a 1 años de experiencia (1.0 punto), menos de un año de experiencia como director de cuenta en cuentas de la industria turística: (0 puntos)
- **Supervisor de cuenta:** tener experiencia en cuentas de la industria turística con empresa o instituciones públicas de carácter nacional durante el periodo del 2012 a la fecha. tener 4 o más años de experiencia (2.5 puntos) menos de 4 y mayor o igual a 3 años de experiencia (2.0 puntos), menos de 3 y mayor o igual a 2 años de experiencia (1.5 puntos), menor de 2 y mayor o igual a 1 años de experiencia (1.0 puntos), menos de 1 año de experiencia (0.5 puntos).

Lo anterior deberá acreditarse con una constancia de servicios prestados de la agencia y con el curriculum vitae del personal propuesto.

5.2.1.1.b. Especialidad del personal (6 puntos)

- “EL LICITANTE” deberá comprobar su especialidad en conocimiento de gestión de la comunicación y reputación, mediante la generación de materiales editoriales que sean desarrollados por su equipo directivo desde 2012, materiales que se difundan en libros, revistas, artículos, informes, y/o medios digitales. Acreditándolo con portadas del material editorial, que contenga como mínimo: nombre del autor y cargo directivo.

“EL LICITANTE” que acredite 30 o más, recibirá 6 puntos.

“EL LICITANTE” que acredite de 20 a 29, recibirá 4 puntos.

“EL LICITANTE” que acredite de 10 a 19, recibirá 2 puntos.

“EL LICITANTE” que acredite de 0 a 9, recibirá 0 puntos.

5.2.1.2. Capacidad de los recursos económicos (9 puntos)

“EL LICITANTE” que acredite que obtuvo ingresos durante el ejercicio 2015 superiores al **40%** del monto mínimo global de la presente convocatoria, se le otorgarán 2 puntos.

“EL LICITANTE” que acredite que obtuvo ingresos durante el ejercicio 2015 superiores al **60%** del monto mínimo global de la presente convocatoria, se le otorgarán 4 puntos.

“EL LICITANTE” que acredite que obtuvo ingresos durante el ejercicio 2015 superiores al **100%** del monto mínimo global de la presente convocatoria, se le otorgarán 9 puntos.

Esto se deberá acreditar con copia simple de la declaración fiscal anual correspondiente al ejercicio **(2015)** incluyendo acuse de recibo emitido por el SAT. “EL LICITANTE” que no acredite alguno de los supuestos anteriores obtendrá 0 puntos.

5.2.1.3. Personal con discapacidad (1 puntos)

De acuerdo con el artículo 14, párrafo segundo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, la empresa que cuente con trabajadores con discapacidad en una proporción de al menos el cinco por ciento de la totalidad de su planta de empleados, cuya antigüedad no sea inferior a seis meses, se le otorgará 1 punto.

Lo anterior deberá acreditarse con el aviso de alta al régimen obligatorio del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Al no cumplir con este punto, obtendrá 0 puntos.

5.2.1.4. Políticas y prácticas de igualdad de género (1 puntos)

Se otorgarán puntos a las empresas que hayan aplicado políticas y prácticas de equidad de género, conforme a la certificación correspondiente emitida por las autoridades y organismos facultados para tal efecto.

Lo anterior deberá acreditarse con los certificados correspondientes según lo establecido en la fracción XI del Artículo 34 de la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres.

Al no cumplir con este punto, obtendrá 0 puntos.

5.2.2. Experiencia y especialidad del Licitante (18 puntos)

5.2.2.1 Experiencia (3 puntos)

“EL LICITANTE” deberá acreditar la mayor cantidad de años de experiencia (máximo de 5 años y mínimo 1 año cumplido) sin interrupción, con contratos de servicios similares al objeto de esta convocatoria. Se otorgarán 3 puntos al licitante que acredite el máximo número de años de experiencia (máximo 5) en los que se acredite la experiencia de conformidad a lo anterior.

Se otorgarán puntos de manera proporcional a quienes acrediten menor número de años de experiencia.

El no acreditar por lo menos un año de experiencia será equivalente a 0 puntos.

5.2.2.1.a. Experiencia en asuntos relacionados con el servicio (3 puntos)

“EL LICITANTE” deberá demostrar que cuenta con experiencia en campañas de Relaciones Públicas y Comunicación en el sector turístico en el mercado nacional en los años 2013, 2014 y 2015.

Para acreditarlo, deberán presentar cartas con firma autógrafa del cliente o clientes en hoja membretada, avalando que realizaron al menos una campaña de relaciones públicas y comunicación en el sector turístico en cada uno de los años solicitados.

Se otorgarán puntos de manera proporcional acorde al número de contratos presentados.

El no contar con este requisito equivaldrá a 0 puntos.

5.2.2.2 Especialidad (12 puntos)

“EL LICITANTE” deberá acreditar la especialidad en materia de relaciones públicas y comunicación con contratos de servicios similares al objeto de esta convocatoria.

Se acreditará con la presentación de un máximo de 6 contratos no anteriores al año 2012 y que hayan concluido antes de la fecha de presentación y apertura de proposiciones, acreditando la especialidad en el servicio.

Se otorgarán 12 PUNTOS, al o a los licitantes que presenten el mayor número de contratos (máximo 6). Decreciendo el número de puntos a otorgar proporcionalmente a los demás licitantes.

“EL LICITANTE” que no presente algún contrato que cumpla con lo anterior obtendrá 0 puntos.

5.2.3. PROPUESTA DE TRABAJO (6 puntos)

“EL LICITANTE” deberá presentar un proyecto de campaña de relaciones públicas cuyo objetivo fundamental sea establecer vínculos con las múltiples audiencias del CPTM.

“EL LICITANTE” deberá desarrollar en su campaña:

A. Metodología para la prestación del servicio (3 puntos)

“EL LICITANTE” que presente la metodología que cuente con todos los requisitos solicitados en el apartado A.2 de este anexo técnico recibirá 3 puntos.

“EL LICITANTE” que presente la metodología sin alguno de los requisitos solicitados recibirá 0 puntos.

B. Plan de trabajo propuesto (2 puntos)

“EL LICITANTE” deberá desarrollar un plan de trabajo en el que se contemplen todos y cada uno de los servicios establecidos en el apartado

A.2 del presente anexo y especificando objetivos, metas, estrategias y prioridades, recursos, responsabilidades y tiempos de ejecución.

“EL LICITANTE” que presente el plan de trabajo en el que incluyan todos y cada uno de los servicios establecidos en el anexo técnico recibirá 2 puntos.

“EL LICITANTE” que presente el plan de trabajo no acorde con el punto B recibirá 0 puntos.

C. Esquema estructural de la organización de los recursos humanos (1 punto)

Se deberá presentar un organigrama funcional del licitante con nombres y cargos.

“EL LICITANTE” que presente el esquema estructural recibirá 1 punto.

“EL LICITANTE” que no presente el esquema estructural recibirá 0 puntos.

5.2.4. Cumplimiento de contratos (12 puntos)

“EL LICITANTE” deberá acreditar el cumplimiento de contratos que haya celebrado entre el año 2012 a la fecha, mediante la carta de cancelación de la garantía de cumplimiento respectiva, o carta de satisfacción del cliente, firmada por el administrador del contrato, o quien lo suscribió.

Se otorgarán 12 puntos para “EL LICITANTE” que presente el mayor número de cartas de satisfacción del cliente o liberación de garantía de contratos celebrados en los ejercicios mencionados.

Decreciendo el número de puntos a otorgar proporcionalmente a los demás licitantes.

En caso de no presentar al menos dos cartas de satisfacción o liberaciones de garantías se otorgarán 0 puntos.

FORMATO A

PROPUESTA ECONÓMICA

No.	CONCEPTO	PRESUPUESTO A EJERCER MIN: \$ 128,000,000.00 MÁX: \$320,000,000.00 Impuesto al valor agregado y honorarios incluidos
1	HONORARIOS (IVA incluido)	

El porcentaje de honorarios incluye gastos de administración y de operación será fijo durante la vigencia del contrato, de la misma forma, deberá incluir el IVA.

Los gastos y viáticos derivados de los viajes de familiarización de prensa e industria y/o asistencia a eventos por parte de la agencia estarán sujetos a las políticas institucionales del Consejo.

Asimismo, la agencia en la atención integral de la cuenta se abstendrá de requerir pagos adicionales por este concepto.

El impuesto al valor agregado deberá desglosarse en la factura correspondiente.

FORMATO B

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)

Presente.

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	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	\$100.01 Hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	\$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)

(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

Firma autógrafa del representante legal

FORMATO B (CONTINUA)

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

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.

FORMATO C

VERIFICACIÓN DE RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS

Nombre de la Empresa Participante _____

Representante _____

Cargo _____ Telefonos _____

PUNTO EN Convocatoria	CONCEPTO	PRESENT A	NO PRESENT A
-----------------------	----------	-----------	--------------

4.1.1 DE LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA.

4.1.1 a)	PROPUESTAS FIRMADAS DIGITALMENTE.		
4.1.1 b)	ACREDITACIÓN DE LA EXISTENCIA Y PERSONALIDAD JURÍDICA.		
4.1.1 c)	MANIFESTACIÓN DE NACIONALIDAD MEXICANA.		
4.1.1 d)	SUPUESTOS ESTABLECIDOS EN LOS ARTÍCULOS 50 Y 60, ANTEPENÚLTIMO PÁRRAFO DE LA LEY.		
4.1.1 e)	DECLARACIÓN DE INTEGRIDAD.		
4.1.1 f)	DECLARACIÓN POR ESCRITO EN LA QUE MANIFIESTEN QUE CONOCEN Y ACEPTAN TODOS LOS REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN. (FORMATO M)		
4.1.1 g)	PROPUESTA ECONÓMICA. (FORMATO A)		

4.1.2 DE LOS REQUISITOS TÉCNICOS.

5.1.1	Deberá presentar copia simple del acta constitutiva con una antigüedad de al menos cinco años anteriores a la fecha de publicación de la presente convocatoria, donde se incluya, entre otros, en su objeto social la prestación de servicios de Relaciones Públicas y Comunicación.		
5.1.2	“EL LICITANTE” deberá contar con oficinas en la Ciudad de México. Por lo que deberá presentar copia simple de los documentos con los que se acredite la propiedad de las oficinas, arrendamiento o derecho de uso a nombre del licitante, con una antigüedad de al menos un año a partir de la fecha de publicación de la presente convocatoria.		

5.1.3	“EL LICITANTE” deberá contar con un capital contable de al menos 15% del presupuesto máximo anual a ejercer en el contrato de acuerdo con la presente convocatoria. Esto se deberá acreditar con copia simple de la declaración de impuestos correspondiente al ejercicio fiscal 2015.		
5.1.4	“EL LICITANTE” deberá acreditar la experiencia para manejar cuentas de servicios de relaciones públicas y comunicación, que se deberá acreditar con copia de uno o más contratos ejecutados en el año calendario inmediato anterior y cuyo monto en conjunto haya sido igual al 100% del presupuesto máximo de esta convocatoria.		
5.1.5	“EL LICITANTE” deberá contar con el personal mínimo que deberá acreditar con currículum vitae firmado que incluya datos de contacto para que en su caso el CPTM pueda verificar la información y que muestren que cuentan con los requisitos del numeral 3 del presente anexo.		
5.1.6	“EL LICITANTE” deberá presentar manifestación original, preferentemente en papel membretado, firmado por su representante legal, en el cual se compromete a que, en caso de resultar adjudicado, prestará el servicio con los recursos tecnológicos de última generación idóneos que se requieran para la óptima prestación de cada uno de los servicios contenidos en este anexo, acompañando copia de las facturas de los equipos y las licencias de software a nombre del licitante.		
5.1.7	“EL LICITANTE” deberá demostrar que cuenta con experiencia en campañas de comunicación y relaciones públicas del sector público, mediante la entrega de 1 carta de liberación de fianza del cliente o clientes en hoja membretada.		

4.2 REQUISITOS OPCIONALES Y DE OTORGAMIENTO DE PUNTOS Y PORCENTAJES, CUYO INCUMPLIMIENTO NO ES MOTIVO DE DESECHAMIENTO.

4.2.1 DE LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA.

a)	DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO.		
b)	CARÁCTER DE ESTRATIFICACIÓN.		

4.2.2 DEL ANEXO TÉCNICO.

REQUISITOS (DE PUNTOS O PORCENTAJES).

<p>5.2.1.1.a. Conocimientos profesionales</p>	<p>Contar dentro de la plantilla ofertada con el siguiente personal:</p> <p>Director de Cuenta: tener 3 o más años de experiencia como director de cuenta.</p> <p>Supervisor de cuenta: tener 4 o más años de experiencia como supervisor de cuenta.</p> <p>Director de cuenta: tener experiencia en cuentas de la industria turística con empresa o instituciones públicas de carácter nacional durante el periodo del 2012 a la fecha.</p> <p>Supervisor de cuenta: tener experiencia en cuentas de la industria turística con empresa o instituciones públicas de carácter nacional durante el periodo del 2012 a la fecha.</p> <p>Lo anterior deberá acreditarse con una constancia de servicios prestados de la agencia y con el curriculum vitae del personal propuesto.</p>		
<p>5.2.1.1.b. Especialidad del personal</p>	<p>“EL LICITANTE” deberá comprobar su especialidad en conocimiento de gestión de la comunicación y reputación, mediante la generación de materiales editoriales que sean desarrollados por su equipo directivo desde 2012, materiales que se difundan en libros, revistas, artículos, informes, y/o medios digitales. Acreditándolo con portadas del material editorial, que contenga como mínimo: nombre del autor y cargo directivo.</p>		
<p>5.2.1.2. Capacidad de los recursos económicos</p>	<p>“EL LICITANTE” deberá acreditar que obtuvo ingresos durante el ejercicio 2015 Esto se deberá acreditar con copia simple de la declaración fiscal anual correspondiente al ejercicio (2015) incluyendo acuse de recibo emitido por el SAT.</p>		
<p>5.2.1.3. Personal con discapacidad</p>	<p>De acuerdo con el artículo 14, párrafo segundo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, el licitante que cuente con trabajadores con discapacidad en una proporción de al menos el cinco por ciento de la totalidad de su planta de empleados, cuya antigüedad no sea inferior a seis meses, Lo anterior deberá acreditarse con el aviso de alta al régimen obligatorio del Instituto Mexicano del Seguro Social.</p>		
<p>5.2.1.4. Políticas y prácticas de igualdad de género</p>	<p>Se otorgarán puntos a las empresas que hayan aplicado políticas y prácticas de equidad de género, conforme a la certificación correspondiente emitida por las autoridades y organismos facultados para tal efecto. Lo anterior deberá acreditarse con los certificados correspondientes según lo establecido en la fracción XI del Artículo 34 de la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres.</p>		

<p>5.2.2.1 Experiencia</p>	<p>“EL LICITANTE” deberá acreditar la mayor cantidad de años de experiencia (máximo de 5 años y mínimo 1 año cumplido) sin interrupción, con contratos de servicios similares al objeto de esta convocatoria.</p>		
<p>5.2.2.1.a. Experiencia en asuntos relacionados con el servicio</p>	<p>“EL LICITANTE” deberá demostrar que cuenta con experiencia en campañas de Relaciones Públicas y Comunicación en el sector turístico en el mercado nacional en los años 2013, 2014 y 2015. Para acreditarlo, deberán presentar cartas con firma autógrafa del cliente o clientes en hoja membretada, avalando que realizaron al menos una campaña de relaciones públicas y comunicación en el sector turístico en cada uno de los años solicitados.</p>		
<p>5.2.2.2 Especialidad</p>	<p>“EL LICITANTE” deberá acreditar la especialidad en materia de relaciones públicas y comunicación con contratos de servicios similares al objeto de esta convocatoria. Se acreditará con la presentación de un máximo de 6 contratos no anteriores al año 2012 y que hayan concluido antes de la fecha de presentación y apertura de proposiciones, acreditando la especialidad en el servicio.</p>		
<p>5.2.3. Propuesta de trabajo</p>	<p>“EL LICITANTE” deberá presentar un proyecto de campaña de relaciones públicas cuyo objetivo fundamental sea establecer vínculos con las múltiples audiencias del CPTM. “EL LICITANTE” deberá desarrollar en su campaña:</p> <p>A. Metodología para la prestación del servicio.</p> <p>B. Plan de trabajo propuesto “EL LICITANTE” deberá desarrollar un plan de trabajo en el que se contemplen todos y cada uno de los servicios establecidos en el apartado A.2 del presente anexo y especificando objetivos, metas, estrategias y prioridades, recursos, responsabilidades y tiempos de ejecución.</p> <p>C. Esquema estructural de la organización de los recursos humanos Se deberá presentar un organigrama funcional del licitante con nombres y cargos.</p>		
<p>5.2.4. Cumplimiento de contratos</p>	<p>“EL LICITANTE” deberá acreditar el cumplimiento de contratos que haya celebrado entre el año 2012 a la fecha, mediante la carta de cancelación de la garantía de cumplimiento respectiva, o carta de satisfacción del cliente, firmada por el administrador del contrato, o quien lo suscribió.</p>		

FIRMA AUTOGRAFA DEL REPRESENTANTE

FORMATO D

ACREDITAMIENTO DE LA EXISTENCIA Y PERSONALIDAD JURÍDICA

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 propuesta en la presente licitación a nombre y representación de _____

No. de Licitación:

Registro Federal de Contribuyentes:

Domicilio:

Calle y Número:

Colonia:

Delegación o Municipio:

Código Postal:

Entidad Federativa:

Teléfonos:

Fax:

Correo Electrónico:

No. de 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 (s):

Descripción del Objeto Social:

Reformas al Acta Constitutiva:

Nombre del Apoderado o del Representante:

Datos del documento mediante el cual acredita su personalidad y facultades:

Escritura Pública No.:

Fecha:

Nombre, Número y Lugar del Notario Público ante el cual se otorgó:

(Lugar y fecha)

(Firma autógrafa del representante legal)

Nota: el presente formato podrá ser reproducido por cada licitante en el modo que estime conveniente, debiendo respetar su contenido, preferentemente, en el orden indicado.

FORMATO E

ESCRITO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD DE NO ENCONTRARSE IMPEDIDO PARA PARTICIPAR POR LA LEY.

(Fecha) _____ de _____ de _____ (1)

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
DE MÉXICO S.A. DE C.V.
Viaducto Miguel Alemán No. 105
Col. Escandón, Ciudad de México.

Para efecto de presentar propuesta y, en su caso celebrar el contrato respectivo con esa Entidad, en relación a la _____, para la contratación de _____, nos permitimos manifestar bajo protesta de decir verdad que conocemos el contenido de los artículos 50 y 60 antepenúltimo párrafo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, así como sus alcances legales y ni el suscrito ni a quien represento, nos encontramos en ninguno de los supuestos que se establecen en estos preceptos.

NOMBRE, FIRMA AUTOGRAFA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA

FORMATO F

DECLARACIÓN DE INTEGRIDAD.

(fecha) _____ de _____ de _____ (1)

Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.
Viaducto Miguel Alemán No. 105
Col. Escandón, Ciudad de México.

Me refiero al procedimiento de Licitación Pública Nacional No. _____ en el que mi representada, la empresa _____, con domicilio en la calle de _____ número _____, Colonia _____, C.P. _____, en _____ participa en la contratación de los Servicios de _____, por el periodo del _____ y hasta el _____.

Sobre el particular, y en los términos de lo previsto por el artículo 39, fracción VI, inciso f) del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, declara bajo protesta de decir verdad, el que suscribe o a través de la persona que para tal fin hemos acreditado para participar en el acto de presentación y apertura de propuestas y fallo nos abstendremos de adoptar conductas, para que los servidores públicos del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., induzcan o alteren las evaluaciones de las propuestas, el resultado del procedimiento, u otros aspectos que otorguen condiciones más ventajosas con relación a los demás licitantes.

ATENTAMENTE

(Firma autógrafa del representante legal)

FORMATO G

FIANZA PARA GARANTIZAR EL CUMPLIMIENTO DE CONTRATO

FORMATO DE TEXTO

(Nombre de la Afianzadora), en ejercicio de la autorización que le otorgó el Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, se constituye como Fiadora hasta por un monto de \$-----, a favor y a disposición del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., por (Nombre del Contratante) para garantizar el cumplimiento de todas y cada una de las obligaciones a su cargo, derivadas del (Contrato y su número de identificación), celebrado el (Fecha de la suscripción del contrato), con un importe de (Cantidad en Número y Letra), relativo a (Objeto del Contrato), en el caso de que nuestro fiado faltare al cumplimiento de las obligaciones, (Nombre de la Institución afianzadora) expresamente declara: a) que la fianza se otorga atendiendo a todas las estipulaciones contenidas en el contrato de referencia, b) que la fianza se otorga para responder del debido cumplimiento del contrato garantizado, así como de cualquier responsabilidad que resultare a cargo del fiado con motivo de la ejecución del mismo, c) que en caso de prórroga del contrato mencionado, automáticamente la vigencia de la fianza se prorrogará en concordancia con dicha prórroga, d) que la fianza sólo podrá ser liberada mediante autorización expresa y por escrito del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., e) que (Nombre de la Institución Afianzadora) acepta expresamente sujetarse a lo dispuesto por los artículos 95 y 95 Bis y 118 de la Ley Federal de Instituciones de Fianzas en vigor para la efectividad de la presente garantía y por pago extemporáneo del importe de la póliza de fianza requerida, f) que (Nombre de la Institución Afianzadora) se somete a la jurisdicción de los tribunales federales de la Ciudad de México, ~~Distrito Federal~~, renunciando a cualquier fuero que pudiera corresponderle en razón de su domicilio o por cualquier otra causa, g) que la fianza permanecerá en vigor desde la fecha en que se expida, durante la vigencia del contrato y durante la substanciación de todos los recursos legales o juicios que se interpongan y hasta que se pronuncie resolución definitiva por autoridad competente, salvo que las partes se otorguen el finiquito, de forma tal que su vigencia no podrá acotarse en razón del plazo de ejecución del contrato principal o fuente de las obligaciones.

FORMATO H

MANIFESTACIÓN DE NACIONALIDAD MEXICANA.

(Para efectos del Artículo 28 de la Ley de Adquisiciones Arrendamiento y Servicios del Sector Público y 35 de su Reglamento)

_____ a _____ de _____ de _____

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
P R E S E N T E.

(_____ nombre _____) Manifiesto bajo protesta de decir verdad, que:
La empresa _____ a la que represento es de nacionalidad mexicana.

Lo anterior, con fundamento en los Artículos 28 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y 35 de su Reglamento.

Lugar y fecha
Protesto lo necesario

(Nombre y firma autógrafa del representante legal)

FORMATO I

ESCRITO QUE DEBERÁN PRESENTAR LAS PERSONAS QUE PARTICIPEN EN LA JUNTA DE ACLARACIONES PARA DAR CUMPLIMIENTO A LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 33 BIS DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO Y 45 DE SU REGLAMENTO.

LICITACIÓN PÚBLICA No. _____ - - - .

_____ de _____ de _____ (1)
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
P R E S E N T E

CON REPRESENTANTE

Me refiero a la licitación Pública No. _____ (2) en cuya(s) junta(s) de aclaraciones mi representada, (3) tiene interés en participar.

SIN REPRESENTANTE

Me refiero a la licitación Pública No. _____ (2) en cuya(s) junta(s) de aclaraciones tengo interés en participar.

Sobre el particular, y en los términos de lo previsto en el artículo 33 Bis de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público manifiesto bajo protesta de decir verdad lo siguiente:

DATOS DEL LICITANTE

Registro Federal de Contribuyentes:

Nombre:

Domicilio Fiscal:

Descripción del objeto social:

Número y fecha de la escritura pública en la que consta su acta constitutiva:

Reformas y Modificaciones al acta constitutiva:

Nombre de los socios:

DATOS DEL REPRESENTANTE

Nombre:

Domicilio Fiscal:

Número y fecha de la escritura pública mediante la cual fueron otorgadas facultades DE REPRESENTACIÓN:

Nombre, número y circunscripción del Notario Público o Fedatario Público que la protocolizó:

ATENTAMENTE

_____ (4) _____

INSTRUCTIVO DE LLENADO

NUMERO	INSTRUCCIÓN
(1)	Señalar la fecha de suscripción del documento.
(2)	Indicar el número respectivo.
(3)	Citar el nombre o razón social o denominación de la empresa.
(4)	Anotar el nombre y firma autógrafa del interesado o de su representante.



FORMATO J

MODELO DE CONTRATO

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS NÚMERO ____/2016, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE, EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V., (EL “CONSEJO”), REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR EL _____, EN SU CARÁCTER DE _____ Y REPRESENTANTE LEGAL, Y POR LA OTRA, LA EMPRESA _____, (EL “PROVEEDOR”; Y CONJUNTAMENTE CON EL “CONSEJO”, LAS “PARTES”), REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR EL C. _____, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES

- I. Declara “EL CONSEJO” que:
 - I.1 Es una empresa de participación estatal mayoritaria de la Administración Pública Federal constituida mediante Escritura Pública No. 39,873 de fecha 11 de octubre de 1999, pasada ante la fe del Notario Público No. 32 del Distrito Federal, Lic. Francisco Jacobo Sevillano González, inscrita en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio bajo el folio mercantil 257,243 de fecha 9 de diciembre de 1999, con las atribuciones y facultades que le confieren los artículos 38 a 41 de la Ley General de Turismo; que tiene dentro de su objeto social el relativo a operar campañas de promoción turística a nivel nacional e internacional, y celebrar todos los actos y contratos necesarios para el cumplimiento de sus fines.
 - I.2 El Mtro. Francisco Javier Luna López acredita su personalidad con el testimonio del Poder Notarial Número 64,232 de fecha 07 de enero de 2016, pasado ante la fe del Notario Público Número 32, de la Ciudad de México, Lic. Francisco Jacobo Sevillano González, por lo que cuenta con las facultades legales para representar al “CONSEJO” en actos de administración, mismas que no le han sido revocadas o limitadas de forma alguna
 - I.3 Firma el presente contrato de prestación de servicios (el “Contrato”) en su carácter de Director General Adjunto de Administración y Coordinación Internacional de conformidad con el artículo 45, fracciones XVI y XXIX del Estatuto Orgánico del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., designando para la administración y verificación a la Lic. Alba Amaranta Moreno Santos, Coordinadora Ejecutiva de Relaciones Públicas del “CONSEJO”, conforme a lo previsto en el penúltimo párrafo del artículo 84 del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.
 - I.4 El presente “Contrato” se adjudica mediante oficio _____ de fecha _____, en el Procedimiento de Licitación Pública Nacional Electrónica No. LA-021W3J001-E37-2016, llevado a cabo con fundamento en los artículos 26, fracción I, 26 Bis, fracción II, 27, 28, fracción I, 29, 30 y 47 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y demás relativos de su Reglamento, cuyo procedimiento de contratación se incorpora al presente “Contrato” como **Anexo Uno** (Convocatoria, Junta de Aclaraciones, Presentación y Fallo).
 - I.5 Cuenta con la asignación presupuestaria y con la disponibilidad de recursos suficientes para el pago de los servicios objeto de este “Contrato”, conforme a la Requisición de Compra con número de folio 141 de fecha 9 de marzo de 2016 emitida por el “CONSEJO” así como con la “Comunicación Oficial del Presupuesto de Egresos de la Federación y Calendarios para el ejercicio fiscal 2016”, emitida por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, mediante oficio No. 307-A.-4901 de fecha 11 de diciembre de 2015.

Asimismo, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 50 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, y 148 de su Reglamento, el Director General del "CONSEJO" autorizó la contratación plurianual de los servicios objeto del presente "Contrato", mediante autorización DG/CPTM/_____/2016 de fecha ____ de _____ de 2016, sujeta su ejecución y pago para el ejercicio fiscal de 2017 a los ingresos por concepto de DNR y al calendario de gasto que se autorice al "CONSEJO".

I.6 Su Registro Federal de Contribuyentes es CPT-991022-DE7 y tiene su domicilio ubicado en Viaducto Miguel Alemán 105, Colonia Escandón, Código Postal 11800, Delegación Miguel Hidalgo, Ciudad de México.

II. Declara el "PROVEEDOR" a través de su representante que:

II.1 Es una Sociedad Anónima de Capital Variable, legalmente constituida conforme a las leyes mexicanas, según se hace constar en la escritura pública número _____ de fecha _____, otorgada ante la fe del _____, notario público número _____ del _____ inscrita en el Registro Público de Comercio, bajo el folio mercantil número _____ de fecha _____.

II.2 Su objeto social es, entre otros, prestar los servicios de relaciones _____.

II.3 El _____, se identifica con _____ número _____, expedida a su favor por el _____ y acredita su personalidad y facultades como su representante legal a través del testimonio de la escritura pública número _____ de fecha _____, otorgada ante la fe del _____, notario público número _____, de _____, inscrita en el Registro Público de Comercio, bajo el folio mercantil número _____ de fecha _____, quien manifiesta contar con las facultades suficientes para suscribir el presente "Contrato", mismas que no le han sido revocadas, limitadas, ni modificadas en forma alguna.

II.4 Que su representada tiene capacidad jurídica y cuenta con los elementos propios y suficientes para cumplir con las obligaciones que se deriven del presente "Contrato", en forma eficiente, oportuna y en las mejores condiciones para el "CONSEJO", manifestando asimismo que conoce las características técnicas y alcances del Servicio objeto de este "Contrato".

II.5 Bajo protesta de decir verdad manifiesta que no se encuentra en alguno de los supuestos previstos en los artículos 50 y 60 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

II.6 Conoce plenamente la calidad, características, requisitos, mecanismos, procedimientos y necesidades del objeto del presente contrato, que ha considerado todos los factores que intervienen en su celebración y que cuenta con toda la información y conocimientos suficientes para desarrollar eficazmente su labor.

II.7 Para los efectos del artículo 32-D del Código Fiscal de la Federación el "PROVEEDOR", entregó al "CONSEJO" la opinión del cumplimiento de obligaciones fiscales, expedida por el Servicio de Administración Tributaria, de conformidad con la Regla 2.1.31 de la Resolución Miscelánea Fiscal para 2016, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 23 de diciembre de 2015.

Asimismo, en términos del artículo 32-D del Código Fiscal de la Federación el "PROVEEDOR", entregó al "CONSEJO" Documento vigente expedido por el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), en el que emite su opinión en sentido positivo sobre el cumplimiento de obligaciones fiscales en materia de seguridad social, de conformidad con la Regla Primera para la obtención de la opinión de cumplimiento de obligaciones fiscales en materia de seguridad social, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de febrero de 2015.

- II.8 Conoce el contenido de los anexos, que debidamente firmados por las partes forman parte integral del presente contrato y se acompañan al mismo.
- II.9 Su Registro Federal de Contribuyentes es _____ y señala como su domicilio para los efectos legales del presente instrumento el ubicado en la calle _____, Colonia _____, Delegación _____, C.P. _____, Ciudad de México, con número telefónico _____.

Expuestas las Declaraciones que anteceden y reconocida por las "PARTES" la personalidad con que se ostentan tanto ellas como sus representantes, convienen sujetar sus compromisos al tenor de las siguientes:

CLÁUSULAS

PRIMERA. OBJETO. EL "PROVEEDOR" se obliga a realizar en favor del "CONSEJO" los servicios de relaciones públicas y comunicación en el mercado nacional para promover la imagen de México y estimular la demanda y servicios turísticos del país, conforme al Anexo Técnico de la Convocatoria a la Licitación contenido en el **Anexo Uno** de este "Contrato", así como con las especificaciones detalladas en la Propuesta de Técnica y Económica presentada por el "PROVEEDOR" que se incorporan como **Anexo Dos** y que una vez firmado por las "PARTES", forman parte integral del mismo; (los "Servicios").

SEGUNDA. VIGENCIA. El presente "Contrato" tendrá una vigencia de 24 meses a partir del día siguiente a la notificación del fallo.

TERCERA. MONTO. El "PROVEEDOR" deberá considerar un presupuesto mínimo y un máximo, sin considerar el Impuesto al Valor Agregado (IVA), para la realización de los servicios, conforme a lo siguiente:

EL "CONSEJO" pagará a "EL PROVEEDOR" como contraprestación por los servicios objeto del Contrato un monto mínimo de \$ _____ (_____) más IVA y un máximo de \$ _____ (_____) más IVA, que deberá aplicarse para la realización de los servicios en tres periodos conforme a lo siguiente:

- I. Un primer periodo, comprendido del ____ de _____ y hasta el 31 de diciembre de 2016, por un monto mínimo de \$ _____ (_____) más IVA y un máximo de \$ _____ (_____) más IVA.
- II. Un segundo periodo, comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre de 2017, por un monto mínimo de \$ _____ (_____) más IVA y un máximo de \$ _____ (_____) más IVA.
- III. Un tercer periodo, comprendido del 1 de enero al ____ de _____ de 2018, por un monto mínimo de \$ _____ (_____) más IVA y un máximo de \$ _____ (_____) más IVA.

El presupuesto máximo se ejercerá previa comunicación por escrito del "CONSEJO" al "PROVEEDOR", sobre la necesidad de ejercer dicho presupuesto y una vez agotado el presupuesto mínimo.

Lo anterior, conforme al Anexo Técnico del procedimiento de contratación emitido por el

“CONSEJO” y conforme a los costos señalados en la “Propuesta Económica” ofertada por el “PROVEEDOR”, que constituye el Anexo Dos del Contrato.

Todas las cantidades referidas en esta Cláusula deben ser entendidas con todos los impuestos que genere la prestación de los servicios contratados. Por lo tanto, cada una de las “Partes” se obliga a dar cumplimiento a las obligaciones fiscales que les correspondan.

En consecuencia, el “PROVEEDOR” no podrá exigir mayor retribución que la antes establecida bajo ninguna circunstancia por los servicios que preste en cumplimiento del presente contrato.

CUARTA. PRECIO.- El “CONSEJO” pagará al “PROVEEDOR” como contraprestación por los servicios objeto de este “Contrato” un porcentaje de honorarios de _____ (_____ POR CIENTO) que fueron presentados por el “PROVEEDOR” es su Propuesta Económica señalada en el Anexo Dos de este Contrato y serán fijos durante toda la vigencia del “Contrato”, los cuales incluyen los gastos de administración y de operación, Asimismo, la proporción que guarden los honorarios, respecto del presupuesto mínimo será la misma que aplique para la ejecución del presupuesto máximo a que se refiere la Cláusula Tercera, así como con motivo de las modificaciones a que alude la Cláusula _____ del presente “Contrato”.

“El CONSEJO” únicamente aceptará cubrir el Impuesto al Valor Agregado, mismo que deberá presentarse en forma desglosada en las facturas

Los gastos y viáticos derivados de los viajes de familiarización de prensa e industria y/o asistencia a eventos por parte del “PROVEEDOR” estarán sujetos a las políticas institucionales del “CONSEJO”

QUINTA. FORMA DE PAGO. El pago que efectúe el “CONSEJO” al “PROVEEDOR” se hará dentro de los 20 (veinte) días naturales posteriores a la entrega de la(s) factura(s) correspondiente(s), debidamente autorizadas por la Coordinación Ejecutiva de Relaciones Públicas, siempre y cuando se acompañen de la comprobación de los servicios que amparen, en su caso. Dicha factura(s) deberá(n) estar emitida(s) de conformidad con la legislación fiscal vigente, e indicar el nombre del “PROVEEDOR” e importe de cada factura.

Los pagos que haga el “CONSEJO” al “PROVEEDOR” por la realización de los servicios correspondientes, serán depositados en la cuenta bancaria que señale “EL PROVEEDOR”, en territorio nacional y se pondrán a disposición de “EL PROVEEDOR”, mediante transferencia electrónica y acreditación a la cuenta respectiva.

A tal efecto, el “PROVEEDOR” deberá proporcionar al “CONSEJO”, por escrito y a la firma de este instrumento, los siguientes datos para el pago de la contraprestación pactada en este instrumento: i) nombre de la Institución Bancaria, plaza y número de la sucursal; ii) El número de cuenta y iii) el número de la CLABE Bancaria a 18 dígitos; asimismo, deberá entregar en la Dirección de Recursos Financieros del “CONSEJO” copia de la carátula del estado de cuenta bancario o bien del contrato de apertura de la propia cuenta.

SEXTA. FACTURACIÓN Y COMPROBACIÓN. - Para el trámite de pago, “EL PROVEEDOR” deberá presentar las facturas originales con las comprobaciones correspondientes, en los términos y condiciones establecidos en el Anexo Técnico que como Anexo Uno se acompaña y forma parte integral del presente contrato.

“EL CONSEJO” se reserva el derecho de rechazar cualquier documento comprobatorio, facturación o justificación de gastos en los que no estén debidamente desglosadas las características y atributos de los servicios realizados.

En caso de detectar algún error en la facturación, la Dirección de Recursos Financieros, o en su caso, los responsables de la validación o seguimiento de los servicios designados por “EL CONSEJO” remitirán al “PROVEEDOR” los documentos y/o facturas con las observaciones correspondientes dentro de los 3 (tres) días siguientes a su recepción, mismos que deberá corregir y presentar de nueva cuenta para reiniciar el

trámite de pago, por lo que el tiempo que transcurra por este motivo no se computará para efectos del plazo inicial de los 20 (veinte) días naturales que se tenían para el pago.

Las facturas, deberán desglosar los conceptos, las características detalladas de los servicios y los costos unitarios. Los precios de los servicios serán presentados por “EL PROVEEDOR” en términos netos.

SÉPTIMA. MODIFICACIONES AL CONTRATO. Las modificaciones que, por razones fundadas, pudieran realizarse al presente “Contrato” deberán invariablemente formalizarse por escrito mediante la celebración del Convenio Modificatorio correspondiente, atento a lo previsto por el artículo 52 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

OCTAVA. SUSPENSIÓN DE LOS SERVICIOS. Cuando en la prestación del servicio se presente caso fortuito o de fuerza mayor, el “CONSEJO”, bajo su responsabilidad, podrá realizar las gestiones conducentes a la suspensión de los servicios, en cuyo caso únicamente se pagarán aquellos servicios que hubiesen sido efectivamente prestados.

Cuando la suspensión obedezca a causas imputables al “CONSEJO”, éste cubrirá los gastos no recuperables durante el tiempo que dure esta suspensión. Dichos gastos serán aquéllos que se generen por la suspensión y siempre que estén comprobados y se relacionen directamente con el objeto del “Contrato”. En ningún caso se pagarán servicios que no estén vinculados con el “Contrato”.

El plazo de suspensión de los servicios materia del “Contrato” deberá pactarse entre ambas partes, conforme al artículo 55 bis de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público. En caso de continuar con la suspensión, podrá iniciarse la terminación anticipada del “Contrato”.

NOVENA. TERMINACIÓN ANTICIPADA DEL CONTRATO. El “CONSEJO” podrá dar por terminado anticipadamente el presente “Contrato” sin responsabilidad para éste y sin necesidad de que medie resolución judicial alguna, cuando concurren razones de interés general, o bien, cuando por causas justificadas se extinga la necesidad de requerir los servicios originalmente contratados por medio del presente “Contrato”, y se demuestre que de continuar con el cumplimiento de las obligaciones pactadas, se ocasionaría algún daño o perjuicio al Estado, o 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 estos supuestos, el “CONSEJO” reembolsará al “PROVEEDOR” los gastos no recuperables en que haya incurrido, siempre que éstos sean razonables, estén debidamente comprobados y los mismos se relacionen directamente con el presente “Contrato”.

DÉCIMA. PRÓRROGAS. En casos excepcionales, por caso fortuito o de fuerza mayor o por causas atribuibles al “CONSEJO”, previa solicitud por escrito del “PROVEEDOR”, el “CONSEJO” podrá otorgar prórroga para la prestación de los servicios o su comprobación. Para tal efecto, el “PROVEEDOR” deberá justificarlo por escrito, con anticipación al vencimiento de las fechas pactadas.

Una vez agotado el plazo de prórroga y si no se hubieren corregido las deficiencias, el “CONSEJO” procederá a aplicar las penas convencionales o deducciones al pago establecidas en las Cláusulas Décima Octava y Décima Novena de este Contrato.

DÉCIMA PRIMERA. CAUSALES DE RESCISIÓN. El “CONSEJO” podrá rescindir administrativamente el presente Contrato, sin necesidad de intervención judicial, en el caso de que se presente cualquiera de los supuestos que se indican:

- i. Por no presentar la garantía de cumplimiento en los tiempos que determina la ley.
- ii. Si “EL PROVEEDOR” no inicia la prestación de los servicios en las fechas convenidas.

- iii. Si “EL PROVEEDOR” suspende injustificadamente los servicios.
- iv. Si “EL PROVEEDOR” no sustituye la comprobación de los servicios que le hubiere sido rechazada.
- v. Cuando se agote el límite de penas convencionales.
- vi. Si “EL PROVEEDOR” no otorga las facilidades y datos necesarios para la inspección, vigilancia y supervisión de los servicios.
- vii. Si “EL PROVEEDOR” proporciona información falsa y/o actúa con dolo o mala fe en algún procedimiento de contratación, en la celebración del contrato o durante su vigencia.
- viii. En caso de que la autoridad competente declare a “EL PROVEEDOR” en concurso mercantil o exista alguna otra situación que afecte su patrimonio, en forma tal que le impida cumplir con sus obligaciones.
- ix. Por contravenir los términos y condiciones del presente contrato o de las disposiciones de la ley, su reglamento y los demás ordenamientos legales que resulten aplicables.

DÉCIMA SEGUNDA. PROCEDIMIENTO DE RESCISIÓN. La rescisión administrativa del contrato se llevará a cabo conforme al procedimiento siguiente:

- i. Se iniciará a partir de que le sea comunicado al “PROVEEDOR” por escrito el incumplimiento en que haya incurrido, para que en un término de 5 (cinco) días hábiles exponga lo que a su derecho convenga y aporte, en su caso, las pruebas que estime pertinentes.
- ii. Transcurrido el término a que se refiere la fracción anterior, se resolverá considerando los argumentos y pruebas que hubiere hecho valer.
- iii. La determinación de dar o no por rescindido el “Contrato” deberá ser debidamente fundada y motivada y deberá ser comunicada al “PROVEEDOR”, dentro de los 15 (quince) días hábiles siguientes a lo señalado en la fracción “i.” de esta cláusula.
- iv. Cuando se rescinda el “Contrato”, se formulará el finiquito correspondiente, a efecto de hacer constar los pagos que deba efectuar el “CONSEJO” por concepto de los bienes recibidos o los servicios prestados hasta el momento de la rescisión.

Si previamente a la determinación de dar por rescindido el presente “Contrato”, se hiciera la prestación de los servicios, el procedimiento iniciado queda sin efecto, previa aceptación y verificación del “CONSEJO” de que continúa vigente la necesidad de los mismos, aplicando, en su caso, las penas convencionales correspondientes.

El “CONSEJO” podrá determinar no dar por rescindido el “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, el “CONSEJO” elaborará 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”, el “CONSEJO” establecerá con el “PROVEEDOR” otro plazo, que le permita subsanar el incumplimiento que hubiere motivado el inicio del procedimiento.

En su caso, deberá elaborarse el Convenio Modificatorio correspondiente para la prórroga de los Servicios, mismo que deberá atender a las condiciones previstas por los dos últimos párrafos del artículo 52 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

Cuando por motivo del atraso en 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”, el “CONSEJO” 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 esta Cláusula se considerará nulo.

Cuando el “CONSEJO” determine no dar por rescindido el “Contrato”, porque ello le ocasione algún daño o afectación mayor, el establecimiento de otro plazo para subsanar el incumplimiento será sin defecto de la aplicación de las penas a las que se hubiera hecho acreedor el “PROVEEDOR” por incumplimiento.

DÉCIMA TERCERA. CONFIDENCIALIDAD. Las “PARTES” convienen que toda la información que cada una de las “PARTES” proporcione a la otra parte con motivo del presente “Contrato”, tendrá el carácter de confidencial (“Información Confidencial”). Dicha “Información Confidencial” conservará tal carácter por todo el tiempo que el presente “Contrato”, esté vigente y por un periodo de 2 (dos) años contados a partir de la fecha de terminación del mismo.

El “PROVEEDOR” utilizará la “Información Confidencial” únicamente para los fines establecidos en el presente “Contrato”, por lo que no podrá divulgarla a terceros ajenos al presente “Contrato”, salvo autorización expresa del “CONSEJO”.

Asimismo, el “PROVEEDOR” se compromete a guardar absoluta confidencialidad respecto de los Servicios materia de este “Contrato” y, por ende, a no divulgar ni dar a conocer a terceros distintos del “CONSEJO”, documentación y/o información relacionada con el servicio, así como de los resultados finales que se generen con motivo de sus servicios, con excepción de los datos e informes que en su caso se le requieran, en apego a lo previsto por el artículo 57, tercer párrafo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

La obligación de confidencialidad a que se refiere la presente Cláusula no será aplicable en los siguientes supuestos:

- i. Si la información considerada como confidencial pasa a ser del dominio público, antes o después de la firma del presente instrumento por causa distinta al incumplimiento del “PROVEEDOR” a lo establecido en la presente Cláusula;
- ii. Si la información es divulgada por un tercero quien no tenga obligación de confidencialidad alguna derivada del presente “Contrato”;
- iii. Si la información es solicitada por cualquier autoridad mediante el mandamiento judicial que corresponda; o
- iv. Si la información es solicitada de conformidad con lo establecido en la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

Independientemente de lo establecido en la presente Cláusula, y sin perjuicio del ejercicio de cualquier otro derecho o acción que pudiese corresponderle, las “PARTES” manifiestan que conocen y saben de las penas en que incurre una persona por revelación de secretos, de acuerdo a lo establecido en el artículo 213 del Código Penal para el Distrito Federal, así como a las sanciones establecidas en el artículo 223 fracciones IV, V y VI de la Ley de la Propiedad Industrial.

En caso de terminación, anticipada o no, del presente “Contrato”, el “PROVEEDOR” deberá devolver al “CONSEJO” los instrumentos u objetos que incorporan dicha Información Confidencial a más tardar 5 días hábiles después de la terminación del “Contrato”.

DÉCIMA CUARTA. FINIQUITO DEL CONTRATO. La Coordinación Ejecutiva de Relaciones Públicas del “CONSEJO” efectuará una conciliación con el “PROVEEDOR” para tal efecto, para la cual realizará las siguientes actividades:

- Revisión de facturas pagadas;
- Revisión de factura pendientes de pago;
- Revisión de facturas en trámite; y

- Saldo pendiente de pago conforme al presupuesto asignado en el “Contrato.”

La Coordinación Ejecutiva de Relaciones Públicas del “CONSEJO” conjuntamente con el “PROVEEDOR”, realizará una reunión en la que se levantará un acta de entrega de los bienes y servicios objeto del Contrato, así como de no adeudo de los pagos.

Copia de las conciliaciones a que se refiere la presente cláusula y del acta de entrega de los bienes y servicios objeto del contrato deberán ser turnadas para conocimiento a la Dirección de Recursos Financieros de la Dirección Ejecutiva de Administración y Finanzas.

DÉCIMA QUINTA. GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO. Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente contrato, el “PROVEEDOR”, dentro de los 10 (diez) días naturales siguientes a la firma de este contrato, deberá entregar a el “CONSEJO” una fianza por el 10% (diez por ciento), sin incluir el IVA, del monto máximo total por erogar en el ejercicio fiscal de que se trate y deberá ser renovada cada ejercicio por el monto a erogar en el mismo, la cual deberá presentarse a más tardar dentro de los primeros 10 (diez) días naturales del ejercicio que corresponda. Dicha fianza deberá ser expedida por una Institución de Fianzas de Nacionalidad mexicana, a favor del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., debiendo contener las especificaciones que se señalan a continuación:

- i. Ser expedida a favor del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.
- ii. Señalar la denominación o nombre del “PROVEEDOR”.
- iii. Indicar el importe total garantizado con número y letra.
- iv. Indicar el número, objeto y fecha del contrato.
- v. Referir que se otorga para garantizar el cumplimiento de todas y cada una de las obligaciones a su cargo.
- vi. Que se otorga en términos del contrato de referencia y sus anexos.
- vii. Que se otorga para responder del debido cumplimiento del contrato garantizado y sus anexos, así como de cualquier responsabilidad que resultare a cargo del fiado con motivo de la ejecución del mismo.
- viii. Que en caso de prórroga del contrato, automáticamente la vigencia de la fianza se prorrogará en concordancia con dicha prórroga.
- ix. Que sólo podrá ser cancelada mediante aviso por escrito del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.
- x. Que la Institución Afianzadora acepta expresamente sujetarse a lo dispuesto por los artículos 178, 282 y 283 de la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas en vigor; para la efectividad de la presente garantía y por pago extemporáneo del importe de la póliza de fianza requerida.
- xi. Que la Institución Afianzadora se somete a la jurisdicción de los tribunales federales de la Ciudad de México, renunciando a cualquier fuero que pudiera corresponderle en razón de su domicilio o por cualquier otra causa.
- xii. Que permanecerá en vigor desde la fecha en que se expida, durante la vigencia del contrato y durante la substanciación de todos los recursos o juicios legales que se interpongan hasta que se pronuncie resolución definitiva, de forma tal que su vigencia no podrá acotarse en razón del plazo de ejecución del contrato principal o fuente de las obligaciones.

En el supuesto de que se acuerden incrementos en la prestación de los servicios solicitados, conforme a lo previsto en la Cláusula Séptima del presente Contrato, el “PROVEEDOR” se obliga a elevar el importe de la garantía de cumplimiento en igual proporción que el incremento otorgado.

La vigencia de la fianza deberá comprender hasta que el objeto del contrato se cumpla en forma plena a satisfacción por escrito del “CONSEJO”, es decir, hasta que considere se haya cumplido todas y cada una de las obligaciones contractuales contraídas. La fianza únicamente se podrá cancelar mediante comunicación escrita al “CONSEJO”.

Por lo anterior, la fianza deberá garantizar el cumplimiento total de las obligaciones durante la vigencia del contrato, así como con posterioridad al mismo, en el supuesto de quedar alguna obligación pendiente a consideración del “CONSEJO”.

DÉCIMA SEXTA. LIBERACIÓN DE LA GARANTÍA. Únicamente se podrá liberar la garantía de cumplimiento de contrato, a través de la Dirección Ejecutiva de Administración y Finanzas, previa solicitud por escrito de la Coordinación Ejecutiva de Relaciones Públicas del “CONSEJO”, por la que confirme el cumplimiento de todas y cada una de las obligaciones establecidas en el contrato.

DÉCIMA SÉPTIMA. PROPIEDAD INTELECTUAL. La prestación de los Servicios se realiza de conformidad con lo establecido en el artículo 83 de la Ley Federal del Derecho de Autor, así como de conformidad con los Convenios y Tratados Internacionales de los que México sea parte. El “PROVEEDOR” reconoce que el “CONSEJO” lo comisionó para la prestación de los Servicios, y por lo tanto, las Partes están en el entendido de que el “CONSEJO” es el único titular de los derechos patrimoniales de cualquier obra que sea creada con motivo de los Servicios, en caso de que éstas puedan ser consideradas obras intelectuales o artísticas.

El “PROVEEDOR” será responsable de obtener todos los derechos de propiedad intelectual que se requieran para la ejecución de los Servicios, de conformidad con las leyes y reglamentos de protección de propiedad industrial y derechos de autor. Asimismo, El “PROVEEDOR” expresamente reconoce que el “CONSEJO” será el único titular y propietario de los derechos de autor, conexos, reserva de derechos al uso exclusivo y cualquier otro derecho de propiedad intelectual que enunciativa, más no limitativamente pueden ser signos distintivos, marcas, avisos comerciales, diseños y dibujos industriales, dibujos, que resulten de los Servicios proporcionados, por lo que expresamente acuerda abstenerse de ejercitar acción, reclamación o queja alguna en contra del “CONSEJO” y/o sus empleados, funcionarios o directores, ante cualquier autoridad u organismo público o privado, por invasión de derechos de autor, propiedad intelectual o por cualquier otro concepto.

Toda aquella información o material que el “CONSEJO” haya entregado al “PROVEEDOR” o que haya sido elaborado, desarrollado o creado por éste último para el “CONSEJO” durante la vigencia del presente Contrato, será propiedad del “CONSEJO”, por lo que el “PROVEEDOR” no podrá modificarlo, fijarlo, reproducirlo o comunicarlo, o en general usarlo o explotarlo en forma distinta a la expresamente convenida en este Contrato, reclamar derecho de propiedad intelectual alguno sobre el mismo, así como tampoco podrá permitir que se modifique, fije, reproduzca o comunique, o en general se use o explote, por lo que en caso de producirse cualquier contravención a lo anterior, el “PROVEEDOR” será responsable frente al “CONSEJO” de los daños y perjuicios que le sean causados por este concepto.

Queda expresamente prohibido a las “PARTES” utilizar las marcas o diseños propiedad de la otra Parte sin autorización por escrito de ésta. Asimismo, el “PROVEEDOR” se obliga a no hacer uso de la marca México y diseño o de hacer uso de los lemas de campaña en los mercados objeto de la prestación de Servicios materia de este Contrato, si previamente no ha llevado a cabo el registro o reserva de los lemas de campaña en favor del “CONSEJO”.

El “PROVEEDOR” será el único responsable de obtener los registros, certificados, patentes, reservas, o cualquier otra protección que en materia de propiedad intelectual se requiera para salvaguardar los derechos de los bienes que se generen por la prestación de los Servicios a favor del “CONSEJO”, incluyendo sin limitar aquellos derivados de los lemas de campaña que maneje el “CONSEJO” en el Mercado Nacional.

Estos registros, certificados, patentes, reservas, etcétera, deberán tramitarse dentro de los 15 (quince) días hábiles siguientes a la firma del Contrato, o bien, dentro de los 15 (quince) días hábiles siguientes a que se genere un producto u obra cuya propiedad intelectual sea objeto de registro o reserva; o se le informe al

“PROVEEDOR” de la necesidad de hacer el registro de un nuevo lema de campaña. El “PROVEEDOR” informará por escrito al “CONSEJO” que se ha iniciado el trámite de registro, dentro de los 15 (quince) días hábiles siguientes, y una vez solicitado el trámite u obtenido el registro o reserva correspondiente, enviará al “CONSEJO” el comprobante original y/o copia certificada de dicha solicitud, registro o reserva, dentro de los 10 (diez) días hábiles siguientes a su obtención.

El “PROVEEDOR”, será el único responsable de cualquier violación o infracción a derechos de propiedad intelectual que pudieran derivar de la prestación de los Servicios, aún después de concluida la vigencia de este Contrato, quedando obligado a sacar en paz y a salvo al “CONSEJO” de dicha responsabilidad.

El “PROVEEDOR” podrá utilizar las fotografías, imágenes y en general cualquier material fotográfico, video grabado o fílmico que no tengan restricción pertenecientes al “CONSEJO”, así como aquéllas no propiedad del “CONSEJO” que considere necesarias para el cumplimiento de los objetivos del presente Contrato, asegurando su uso sin restricciones en cualquier medios de comunicación, incluyendo medios impresos, electrónicos, digitales o análogos, o cualquier otro medio tecnológico actual o futuro.

El “PROVEEDOR” se obliga a observar las características descritas en el convenio de licencia de uso de marca y en la “Guía de uso de la marca México” que se agrega como **Anexo Tres** de este contrato y cualquier lineamiento gráfico que le sea indicado por el “CONSEJO” en el entendido de que el “PROVEEDOR” no podrá utilizar su propio logotipo, marca o membrete en los materiales y papelería que utilice en las presentaciones o comunicaciones que efectúe a nombre del “CONSEJO”.

DÉCIMA OCTAVA. PENAS CONVENCIONALES. Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 53 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, 95 y 96 de su Reglamento, cuando el “PROVEEDOR” se atrase en la fecha de la prestación de los servicios o incumpla con sus obligaciones por causas imputables a él, se hará acreedor a la aplicación de penas convencionales, conforme a lo siguiente:

- i. En el caso de atrasos en la entrega de bienes y/o servicios en las fechas pactadas, se aplicará una pena convencional del 1% (uno por ciento) diario por cada día hábil de retraso sobre el valor de los bienes o servicios no entregados a tiempo, sin incluir el IVA.
- ii. Las penas convencionales que se apliquen no podrán rebasar un monto máximo equivalente al 10% (diez por ciento) del importe total de los servicios contratados.
- iii. La Coordinación Ejecutiva de Relaciones Públicas del “CONSEJO”, será la responsable de determinar y realizar el cálculo de la pena convencional, mismas que serán turnadas a la Dirección de Recursos Financieros para que se aplique mediante nota de crédito en la factura de pago correspondiente.
- iv. El pago de los servicios quedará condicionado, proporcionalmente, al pago que el “PROVEEDOR” deba efectuar por penas convencionales y deducciones al pago a las que se haga acreedor, en el entendido de que en el supuesto de que sea rescindido el presente contrato, no procederá el cobro de dichas sanciones, ni la contabilización de las mismas para hacer efectiva la garantía de cumplimiento por el monto total de la obligación garantizada.
- v. Para aplicar las penas convencionales a que se refiere esta cláusula, el “CONSEJO” le formulará una notificación por escrito al “PROVEEDOR”, que le será entregada mediante correo certificado o entrega personal en su domicilio con acuse de recibo, con efectos de requerimiento, en la que señalará el incumplimiento en que haya incurrido y las penas convencionales a que se ha hecho acreedor. El “PROVEEDOR” en un plazo máximo de 10 (diez) días hábiles contados a partir de la recepción del requerimiento, deberá subsanar su incumplimiento, manifestando en su caso, lo que a su derecho convenga. Hecho lo anterior, el “CONSEJO” resolverá aplicando, en su caso, las penas convencionales que correspondan, las cuales deberán ser comunicadas al “PROVEEDOR”

- mediante escrito fundado y motivado, en el que se le requerirá que en un plazo no mayor a 10 (diez) días hábiles presente nota de crédito, la que se le descontará en las facturas pendientes de pago.
- vi. Si persiste el incumplimiento por parte del "PROVEEDOR" o bien una vez que se hubiere agotado el monto límite de aplicación de penas convencionales el "CONSEJO" podrá iniciar el procedimiento de rescisión del presente instrumento, conforme a lo previsto en la cláusula décima segunda de este contrato.

DÉCIMA NOVENA. DEDUCCIONES POR CUMPLIMIENTO PARCIAL O DEFICIENTE. De conformidad con lo previsto en los artículos 53 Bis de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y 97 de su Reglamento, en caso de un cumplimiento parcial o deficiente de los Servicios por parte del "PROVEEDOR" respecto a los conceptos que integran el presente "Contrato", el "CONSEJO" aplicará al "PROVEEDOR" deducciones al pago del servicio, de conformidad con lo siguiente:

- I. Por el atraso en la comprobación de los servicios prestados, se aplicará una deducción al pago del 0.5% (cero puntos cinco por ciento) diario por cada día hábil de retraso sobre el valor de los bienes o servicios no comprobados a tiempo, sin incluir el impuesto al valor agregado.
- II. Pena deductiva correspondiente al 1% (uno por ciento) del monto total de los honorarios mensuales del "PROVEEDOR" por reporte no entregado.
- III. Pena deductiva correspondiente al 1% (uno por ciento) del monto total de los honorarios mensuales del "PROVEEDOR" por el incumplimiento de la obligación del "PROVEEDOR" de dedicar al 100% (cien por ciento) a la cuenta del "CONSEJO", el personal requerido por este, para la prestación del servicio objeto del presente Contrato.

Las deducciones económicas a las cuales se hace referencia en este apartado, en ningún momento podrán ser superiores al 10% (diez por ciento) del monto máximo del presente acuerdo de voluntades.

Para aplicar las deducciones al pago a que se refiere esta Cláusula, "EL CONSEJO", seguirá el procedimiento descrito para la aplicación de penas convencionales referido en la Cláusula anterior.

VIGÉSIMA. VICIOS OCULTOS. El "PROVEEDOR" quedará obligado ante el "CONSEJO" a responder de los defectos y vicios ocultos y de la calidad de los servicios, así como de cualquier otra responsabilidad en que hubieren incurrido, en los términos señalados en el presente contrato y en la legislación aplicable.

Para efectos del presente instrumento, se entiende por vicios ocultos, los defectos que existan en los servicios proporcionados, que los hagan impropios para los usos previstos en este contrato.

VIGÉSIMA PRIMERA- ENTREGABLES. El "PROVEEDOR" se obliga a proporcionar al "CONSEJO" a través de la coordinación Ejecutiva de Relaciones Públicas, en caso de ser requerido y por el medio en que le sea solicitado, cualquier información relacionada con sus Servicios materia de este Contrato, aun cuando hubiera concluido su vigencia.

Asimismo, el "PROVEEDOR" entregará los siguientes reportes en idioma español y formato que el "CONSEJO" determine.

- I. Informe ejecutivo mensual, impreso y digital de los servicios y acciones realizadas, indicando avances y resultados cuantitativos y cualitativos a solicitud del "CONSEJO".
El informe deberá tener la siguiente estructura de apartados en orden:
 - a) Información y difusión:
 - Número de contactos agregados, cancelados y actualizados durante el mes a la base de datos.

- Anexar testigo digital de la Síntesis Informativa diaria que se envía en formato electrónico e impreso a las personas que el “CONSEJO” indica.
 - Anexar constancia que avala que la Síntesis Informativa impresa y electrónica es recibida diariamente, incluyendo los fines de semana, por las personas que el “CONSEJO” indicó.
 - Cobertura de asuntos críticos o de crisis presentados en el periodo que haya solicitado el “CONSEJO”.
 - Enlistar la información, contenidos y materiales compartidos a los medios de comunicación y representantes de la industria para su difusión en el periodo en caso de haberse realizado.
- b) Relación con los Medios de Comunicación y Representantes de Distintos Sectores, incluyendo la Industria:**
- Enlistar las solicitudes recibidas, atendidas y en proceso en el centro de prensa virtual en el periodo incluyendo nombre, datos de contacto, medios en los que colabora o empresas para las que labora y la información solicitada, incluyendo situaciones de crisis.
 - Relación de envíos de información y materiales de prensa que se hayan hecho durante el periodo.
 - Relación de convocatorias, eventos, entrevistas, reuniones, encuentros con medios y conferencias de prensa que se hayan realizado.
 - Enlistar los artículos editoriales que se hayan desarrollado en el periodo, a solicitud del “CONSEJO”.
 - Relación de seminarios de profesionalización, programas de entrenamiento en línea y/o en vivo en donde se organizó y gestionó la impartición para servidores públicos del sector, miembros de la industria, líderes de opinión y/o medios de comunicación y que haya solicitado el “CONSEJO”.
 - Enlistar los eventos o seminarios virtuales en los que hayan participado en nombre del “CONSEJO”.
 - Elaborar una base de datos de la actividad del centro de prensa, así como el status de las actividades de seguimiento. Esta base deberá contar con datos de la persona que contacta al centro de prensa (nombre, dirección, teléfono, correo electrónico, etc.), medios en los que colabora y la información solicitada.
- c) Viajes de familiarización individuales y grupales para medios de comunicación y representantes de distintos sectores, incluyendo la industria:**
- Enlistar número de fams con nombres de destinos, nombres y número de participantes, llevados a cabo a solicitud del “CONSEJO”.
 - Mencionar el ROI obtenido en cada fam de medios
- d) Acciones Promocionales y al Consumidor:**
- Enlistar los eventos y acciones promocionales.
 - Enlistar los concursos y/o rifas para el consumidor realizados en el periodo, a solicitud del “CONSEJO”.
- e) Organización, participación y Apoyo en Eventos y Ferias:**
- Enlistar los eventos, ferias, congresos, convenciones, giras, visitas oficiales y/o caravanas en donde el “CONSEJO” tuvo participación asegurando la presencia de la Marca País.
- f) Diseño, Producción y Distribución de Artículos Promocionales.**
- Enlistar los artículos promocionales producidos a solicitud del “CONSEJO”.
- g) Diseño, Desarrollo y Distribución de Contenidos para Producciones.**
- Enlistar los contenidos diseñados, elaborados y/o distribuidos para producciones de televisión, cine, radio y demás medios de comunicación y adjuntar copia digital de los mismos.

h) Atención a Asuntos Críticos y/o de Crisis.

- Enlistar los asuntos críticos y/o de crisis atendidos oportunamente durante el periodo.
- Enlistar los medios de comunicación que establecieron contacto con el centro de prensa en situaciones críticas y/o de crisis.

i) Manejo de Redes Sociales y/o Reputación Online

- Reporte semanal de sentimiento y percepción de la Marca México y principales destinos turísticos, incluyendo plan de acción según resultados.
- Reporte de métricas, avances y publicaciones mensuales sobre el comportamiento de los canales, la comunicad y publicaciones por mercado.
- Reporte de seguimiento, que incluye, promoción, duración, participación, aprendizajes y cierre de las promociones y eventos según sea necesario a petición del "CONSEJO".
- Reporte de crecimiento de la comunidad por red social.

II Este reporte deberá incluir el ROI (Retorno de Inversión) expresado en los siguientes indicadores o cualquier otro que el "CONSEJO" solicite:

- Audiencia lograda en las acciones de Relaciones Públicas.
- Valor de la Cobertura Mediática generada por las acciones de Relaciones Públicas.
- Retorno de inversión de los Viajes de Familiarización (ROI).
- Cualquier otro que solicite el "CONSEJO".

III "Clippings" digitalizados de las acciones que hubieren resultado en cobertura en medios tradicionales y digitales.

El "Clippings" se refiere a la recopilación de las notas generadas en México por las acciones realizadas por el "CONSEJO" y los servidores públicos, y/o las acciones promocionales realizadas por los destinos o representantes de distintos sectores, incluyendo la industria.

En caso de que el "CONSEJO" solicite un monitoreo especial para contingencias y situaciones de crisis, se deberán emitir reportes especiales de cobertura, conforme a las necesidades del "CONSEJO" y, en su caso, con las especificaciones que el "CONSEJO" defina.

IV Informe físico-financiero impreso y digital acumulado que muestre la ejecución de presupuesto de cada mes, segmentado por acción. Dicho informe deberá contener

- Presupuesto ejercido.
- Presupuesto facturado.
- Presupuesto disponible.
- Acciones realizadas y los montos de cada una.
- Número de factura.
- Fechas de entrega.
- El reporte se deberá entregar mensualmente.

V A solicitud del "CONSEJO", para cada acción realizada, se deberá entregar un expediente con la siguiente información:

- Propuesta de actividades.
- Copia de la factura presentada por el "PROVEEDOR".
- Reporte de actividades realizadas, de acuerdo con las formas de comprobación establecidas por el "CONSEJO" incluyendo reporte de resultados de acuerdo a los indicadores solicitados por el "CONSEJO".

El reporte deberá de contar con las siguientes características cuando apliquen:

- Entregarse al término de cada mes.

- Mostrar el Retorno de Inversión (ROI) obtenido con base en la metodología establecida por el “CONSEJO” cuando se refiera a acciones de impacto mediático y a solicitud del “CONSEJO”.
- Incluir copia de todas las notas y cobertura generada por el “PROVEEDOR” y/o el “CONSEJO” cuando se refiera a acciones con impacto mediático.

VI En el caso de los servicios y actividades en medios sociales, se deberán presentar los siguientes reportes a solicitud del “CONSEJO”:

- Reporte semanal de sentimiento y percepción de la Marca México y principales destinos turísticos, incluyendo plan de acción según resultados.
- Reporte de contingencia de crisis, elaborado según sea necesario o a petición del “CONSEJO”.
- Reporte de métricas, avances y publicaciones mensuales sobre el comportamiento de los canales, la comunidad y publicaciones por mercado.
- Reporte de seguimiento, que incluye, promoción, duración, participación, aprendizajes y cierre de las promociones y eventos según sea necesario a petición del “CONSEJO”.

El “CONSEJO” podrá solicitar la elaboración de cualquier otro reporte, modificar el número y/o formato de los mismos sin ningún costo adicional.

VIGÉSIMA SEGUNDA. ADMINISTRACIÓN Y VERIFICACIÓN DEL CONTRATO. El “CONSEJO” tendrá en todo tiempo, libre acceso a toda la documentación relacionada con la prestación de los servicios derivados de este “Contrato” y que se encuentren en poder del “PROVEEDOR”, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 107 del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

Asimismo, el “CONSEJO” por conducto de la Lic. Alba Amaranta Moreno Santos, Coordinadora Ejecutiva de Relaciones Públicas, y en su caso, el servidor público que lo sustituya en el cargo o funciones, fungirá como responsable de administrar y verificar el cumplimiento del “Contrato”.

Lo anterior, sin perjuicio del derecho que tiene el “CONSEJO” de efectuar revisiones en cualquier momento de la vigencia de este “Contrato”, por conducto de su Director General, Director General Adjunto de Administración y Coordinación Internacional, Directora General Adjunta de Mercadotecnia y Promoción, Director Ejecutivo de Administración y Finanzas, Titular del Órgano Interno de Control en el “CONSEJO” o por las personas que sean designadas para tal efecto, para constatar la aplicación de los recursos, la comprobación de los mismos y los beneficios que proporcione el “PROVEEDOR” para el “CONSEJO”..

VIGÉSIMA TERCERA. RELACIONES LABORALES. El presente Contrato no pretende crear, y nada de lo en él previsto debe interpretarse en el sentido que crea, una relación jurídica de representación o asociación, una relación laboral, de patrón y empleado o socio o asociado, *joint venture* o de cualquier otra forma distinta a lo específicamente señalado en el presente “Contrato” entre el “CONSEJO” y el “PROVEEDOR”.

El “PROVEEDOR” será exclusivamente responsable respecto de cualquier obligación de tipo laboral de conformidad con lo dispuesto por las leyes laborales mexicanas aplicables en relación con cualquier empleado o trabajador que emplee o contrate para cumplir sus obligaciones bajo el presente “Contrato” y asume plena responsabilidad por el cumplimiento de sus obligaciones laborales con respecto a los mismos.

El “PROVEEDOR” en todo lo relacionado con la prestación de los Servicios se considerará como un contratista independiente y no un empleado del “CONSEJO”, y nadie que pertenezca al personal del “PROVEEDOR” estará facultado para recibir cualquier tipo de compensación, beneficios o cualquier otra percepción o prestación otorgada a los empleados del “CONSEJO”. El “PROVEEDOR” será responsable de todo tipo de impuestos y otros gastos surgidos de la relación de contratista independiente o de empleo entre el “PROVEEDOR” y su personal y de la prestación de los Servicios bajo este Contrato por dicho personal,

así como de todas las obligaciones y responsabilidades patronales en materia fiscal, laboral y de seguridad social (incluyendo, sin limitar, las afiliaciones, bajas y aportaciones al Instituto Mexicano del Seguro Social (“IMSS”) y el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores y las de Sistemas de Ahorro para el Retiro), manifestando que cuenta con recursos suficientes y propios para cumplir con dichas obligaciones y responsabilidades, motivo por el cual el “PROVEEDOR” se obliga a sacar en paz y a salvo al “CONSEJO” de cualquier conflicto individual de trabajo que en contra de este último instauren dichas personas en relación con el trabajo que las mismas desempeñen para el “PROVEEDOR”, así como de cualquier requerimiento y/o emisión de créditos por parte del IMSS en contra del “CONSEJO”. Asimismo, el “PROVEEDOR” se obliga a reembolsar dentro de las 24 horas siguientes a que lo solicite el “CONSEJO”, cualquier cantidad que éste tuviere que erogar en relación con dicho conflicto, incluyendo sin limitar honorarios razonables de abogados o cualquier cantidad que el “CONSEJO” se viere obligado a erogar por virtud de laudo ejecutoriado o indemnización laboral.

Las “PARTES” expresamente reconocen que, en virtud de que los recursos del “PROVEEDOR” en ningún momento estarán bajo la dirección del “CONSEJO”, no estarán obligados a presentar la información a que se refiere el artículo 15-A de la Ley del Seguro Social.

VIGÉSIMA CUARTA. SUBCONTRATACIÓN. El “PROVEEDOR” no podrá contratar con terceros la prestación total o parcial de los servicios objeto del presente “Contrato” y, por lo tanto, será el único responsable ante el “CONSEJO” por la prestación de los servicios en los términos aquí establecidos. No obstante, para efectos del presente Contrato no se entenderá como subcontratación el que el “PROVEEDOR” cuente con los servicios de una agencia especializada de monitoreo de medios. El “CONSEJO” podrá solicitar en cualquier momento el cambio de dicha agencia o empresa de monitoreo.

VIGÉSIMA QUINTA. CESIÓN DE DERECHOS. Los derechos y obligaciones que se deriven del “Contrato” no podrán cederse en forma parcial ni total en favor de cualquier otra persona, con excepción de los derechos de cobro, en cuyo caso se deberá contar con el consentimiento del “CONSEJO”.

VIGÉSIMA SEXTA. ENLACES Y COMUNICACIONES. Las “PARTES” convienen en que las personas encargadas de enviar y recibir comunicaciones, son las siguientes:

- i. Para el “CONSEJO”, se designa a la Lic. Sandra Calzada Albarrán Directora de Comunicación y/o Alan Alfredo Sánchez Reyes, Gerente de relaciones Públicas, a través de los siguientes correos electrónicos scazada@promotur.com.mx y asanche@promotur.com.mx, y/o por correo con acuse de recibo al domicilio del “CONSEJO” mencionado en la Declaración I.6 del presente “Contrato”, y se entenderán realizadas el día de su recepción por parte del destinatario, previa comprobación o confirmación.

Para el “PROVEEDOR”, se designa al _____, a través del correo electrónico _____, y/o por correo con acuse de recibo al domicilio del “PROVEEDOR” señalado en la declaración II.9 del presente “Contrato”, y se entenderán realizadas el día de su recepción por parte del destinatario, previa comprobación o confirmación.

En el supuesto de que cualquiera de las “PARTES” modifique o incorpore direcciones, bastará una notificación por escrito a la otra parte o correo electrónico, con cuando menos 5 (cinco) días naturales de anticipación para quedar debidamente formalizado el cambio. En caso de no dar aviso de cambio de domicilio, todas las notificaciones y comunicaciones que se realicen de conformidad con esta Cláusula se tendrán por efectuadas.

VIGÉSIMA SÉPTIMA. CONCILIACIÓN. En cualquier momento las “PARTES” podrán presentar ante la Secretaría de la Función Pública solicitud de conciliación, por desavenencias derivadas del cumplimiento del presente “Contrato”, de conformidad con el procedimiento establecido en el artículo 77 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamiento y Servicios del Sector Público y del Título Sexto, Capítulo Segundo del Procedimiento de Conciliación de su Reglamento.

En el supuesto de que las “PARTES” lleguen a un acuerdo durante la conciliación, el Convenio respectivo obligará a las mismas, y su cumplimiento podrá ser demandado por la vía judicial correspondiente. Así mismo, y toda vez que la Secretaría de la Función Pública es quien da seguimiento a los acuerdos de voluntades, las “PARTES” deberán remitir un informe sobre el avance de cumplimiento del mismo, en términos del artículo 135 del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamiento y Servicios del Sector Público.

En caso de no existir acuerdo de voluntades, las “PARTES” podrán optar por cualquier vía de solución a su controversia.

VIGÉSIMA OCTAVA. JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA. Para todo lo relacionado con la interpretación y cumplimiento de este contrato, las partes se someten expresamente a lo dispuesto en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y su Reglamento y, en caso de controversia sobre su interpretación y cumplimiento, las partes se someterán a la jurisdicción y competencia de los Tribunales Federales, sitos en la Ciudad de México, renunciando a cualquier otro fuero que pudiera corresponderles por razón de su domicilio o nacionalidad presentes o futuros.

VIGÉSIMA NOVENA. ANEXOS. Las “PARTES” reconocen que el presente “Contrato” se encuentra integrado por 29 (veintinueve) cláusulas y 3 (tres) Anexos, mismo que firmado por las “PARTES” se agregan a este “Contrato” y se describe a continuación:

ANEXO	CONTENIDO
UNO	Licitación Pública Nacional Electrónica No. LA-021W3J001-E37-2016 (Convocatoria, Junta de Aclaraciones, Presentación y Fallo)
DOS	Propuesta Técnica y Económica del “PROVEEDOR”
TRES	Guía de la Marca “México y Diseño”

Leído que fue por las “PARTES” el presente “Contrato” y enteradas las mismas de su contenido y alcance legal, lo firman por triplicado el día _____ de _____ de 2016.

POR EL “CONSEJO”

POR EL “PROVEEDOR”

FORMATO K

Solicitud de Afiliación a Cadenas Productivas (Solo aplica para el Licitante Adjudicado)

¿Cadenas Productivas?

Es un programa que promueve el desarrollo de las Pequeñas y Medianas Empresas, a través de otorgarle a los proveedores afiliados liquidez sobre sus cuentas por cobrar derivadas de la proveeduría de bienes ó servicios, contribuyendo así a dar mayor certidumbre, transparencia y eficiencia en los pagos, así como financiamiento, capacitación y asistencia técnica.

¿Afiliarse?

Afiliarse a Cadenas Productivas no tiene ningún costo, consiste en la entrega de un expediente, hecho que se realiza una sola vez independientemente de que usted sea proveedor de una ó más Dependencias ó Entidades de la Administración Pública Federal.

Una vez afiliado, recibirá una clave de consulta para el Sistema de Cadenas Productivas que corre en internet. A través de Cadenas Productivas podrá consultar la fecha programada de sus cuentas por cobrar, a fin de contar con la opción de realizar el cobro de manera anticipada, permitiendo con ello planear de manera eficiente sus flujos de efectivo, realizar compras de oportunidad ó cumplir con sus compromisos.

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.mx
 - Realizar en caso necesario, operaciones vía telefónica a través del Call Center 50 89 61 07 y 01800 NAFINSA (62 34 672)
- 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

Directorio de Compras del Gobierno Federal

¿Qué es el directorio de compras?

Es una base de información de empresas como la suya que venden o desean vender a todas las Dependencias y Entidades del Gobierno Federal. A través de esta herramienta los compradores del Gobierno Federal tendrán acceso a la información de los productos y servicios que su empresa ofrece para la adquisición de bienes y contratación de servicios.

Recibirá boletines electrónicos con los requerimientos de las Dependencias y Entidades que requieren sus productos y/o servicios para que de un modo ágil, sencillo y transparente pueda enviar sus cotizaciones.

Dudas y comentarios vía telefónica,

Llámenos al teléfono 5089 6107 ó al 01 800 NAFINSA (62 34 672) de Lunes a viernes de 9:00 a 17:00 hrs.

Dirección Oficina Matriz de Nacional Financiera S.N.C., Av. Insurgentes Sur 1971 – Col Guadalupe Inn – 01020, México, D.F.

Lista de documentos para la Integración del Expediente de Afiliación Al Programa de Cadenas Productivas

- 1.- Carta Requerimiento de Afiliación.
 - 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 depositaran 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 promotora genere los contratos que le permitirán terminar el proceso de afiliación una vez firmados, los cuales constituyen una parte fundamental del expediente:

- A) Contrato de descuento automático Cadenas Productivas
 - Firmado por el representante legal con poderes de dominio.
 - 2 convenios con firmas originales
- B) Contratos Originales de cada Intermediario Financiero.
 - Firmado por el representante legal con poderes de dominio.

(Únicamente, para personas Morales)**

Usted podrá contactarse con la Promotora 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.

FORMATO L

ESCRITO EN TÉRMINOS DE LO ESTABLECIDO EN LOS ARTÍCULOS 113 Y 116 DE LA LEY GENERAL DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA.

Licitación: _____

Ciudad de México, ____ de _____ de 2016.

A nombre de mi representada y en términos de lo establecido en los artículos 113 y 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, se describe la documentación e información de mi documentación legal y administrativa, propuesta técnica y económica, que debe clasificarse como reservada, confidencial y/o comercial reservada.

I. Información Legal y Administrativa:

Información	Clasificación (marque con una X)			Motivo
	Reservada	Confidencial	Comercial Reservada	

II. Información Técnica:

Información	Clasificación (marque con una X)			Motivo
	Reservada	Confidencial	Comercial Reservada	

III. Información Económica:

Información	Clasificación (marque con una X)			Motivo
	Reservada	Confidencial	Comercial Reservada	

Nombre y Firma del Representante Legal

Nota: El licitante podrá señalar en cada rubro y de manera específica la información que considere reservada, confidencial y/o confidencial reservada.

FORMATO M

MANIFIESTO DE CONOCER Y ACEPTAR TODOS LOS REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE
MÉXICO, S.A. DE C.V.

P R E S E N T E

(Nombre del representante legal) manifiesto que conozco y acepto todos los requerimientos y condiciones establecidas en los requisitos de participación, **de la Licitación _____, denominada _____**

Nombre y Firma del Representante Legal