

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
 “2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL ELECTRÓNICA NO. LA-021W3J001-N110-2013, RELATIVA A LA CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD QUE PROPORCIONE LOS SERVICIOS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA, CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN PUBLICITARIA PARA MEDIOS TRADICIONALES Y ONLINE PARA EL MERCADO NACIONAL.

PROYECTO DE CONVOCATORIA:

DÍA:	10	MES:	JULIO	AÑO:	2013	HORA:	16:00
LUGAR:	www.cptm.com.mx						

CONVOCATORIA O INVITACIÓN

DÍA:	28	MES:	AGOSTO	AÑO:	2013	HORA:	
-------------	----	-------------	--------	-------------	------	--------------	--

VISITA(S) A LAS INSTALACIONES: (NO APLICA)

DÍA:		MES:		AÑO:		HORA:	
LUGAR:							

JUNTA(S) DE ACLARACIÓN(ES)

DÍA:	6	MES:	SEPTIEMBRE	AÑO:	2013	HORA:	10:30
LUGAR:	COMPRANET www.compranet.funcionpublica.gob.mx						

ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES:

DÍA:	13	MES:	SEPTIEMBRE	AÑO:	2013	HORA:	10:30
LUGAR:	COMPRANET www.compranet.funcionpublica.gob.mx						

ACTO DE NOTIFICACIÓN DE FALLO:

DÍA:	Se notificará en el Acto de Presentación y Apertura de Proposiciones						
LUGAR:	COMPRANET www.compranet.funcionpublica.gob.mx						

FECHA ESTIMADA DE FORMALIZACIÓN DE CONTRATO:

DÍA:		MES:		AÑO:		HORA:	
LUGAR:	DENTRO DE LOS 15 DÍAS A PARTIR DE LA NOTIFICACIÓN DEL FALLO, SALA DE JUNTAS EN VIADUCTO MIGUEL ALEMÁN 105, COLONIA ESCANDÓN, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11800, MÉXICO, D.F.						

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

CONTENIDO

- 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 DE CALIDAD.**
 - 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 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 ACREDITAMIENTO DE EXISTENCIA Y PERSONALIDAD JURÍDICA.**
 - 6.1.2 MANIFESTACIÓN DE NACIONALIDAD MEXICANA.**
 - 6.1.3 SUPUESTOS ESTABLECIDOS EN LOS ARTÍCULOS 50 Y 60, ANTEPENÚLTIMO PÁRRAFO DE LA LEY.**
 - 6.1.4 DECLARACIÓN DE INTEGRIDAD.**

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

- 6.1.5 ACREDITAMIENTO DEL CUMPLIMIENTO DE NORMAS.
- 6.1.6 PROPOSICIÓN CONJUNTA.
- 6.1.7 PROPUESTA ECONÓMICA
- 6.1.8 DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO.
- 6.1.9 CARÁCTER DE ESTRATIFICACIÓN.

7. INCONFORMIDADES.

8. FORMATOS.

GLOSARIO

EN LOS ASPECTOS LEGAL Y ADMINISTRATIVO, EN ADICIÓN A LAS DEFINICIONES CONTENIDAS EN LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO, SU REGLAMENTO Y EL MANUAL EN MATERIA DE ADQUISICIONES, SE ENTENDERÁ POR:

LICITACIÓN PÚBLICA ELECTRÓNICA:	EN LA CUAL EXCLUSIVAMENTE SE PERMITIRÁ LA PARTICIPACIÓN DE LOS LICITANTES A TRAVÉS DE COMPRANET, SE UTILIZARÁN MEDIOS DE IDENTIFICACIÓN ELECTRÓNICA
CONVOCATORIA:	EL 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.
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.
REPRESENTANTE:	EL APODERADO LEGAL DE CADA LICITANTE.
SFP:	LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA.
DRH:	RECURSOS PROVENIENTES DE LA CAPTACIÓN DE INGRESOS POR CONCEPTO DEL PAGO DE DERECHO POR LA CONDICIÓN DE ESTANCIA DE VISITANTE SIN PERMISO PARA REALIZAR ACTIVIDADES REMUNERADAS (DERECHO DE VISITANTE).

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

EN LOS ASPECTOS TÉCNICOS.

AGENCIA DE PUBLICIDAD	EMPRESA DE SERVICIO ESPECIALIZADA EN DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DE SUS CLIENTES A LOS CONSUMIDORES.
CLIENTE	PERSONA FÍSICA O MORAL CON LA QUE SE TIENE UN VÍNCULO CONTRACTUAL PARA PRESTAR UN SERVICIO.
CAMPAÑA	TÉRMINO BÉLICO USADO EN PUBLICIDAD PARA ATACAR UN MERCADO CON DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DIFERENTES DISCIPLINAS COLATERALES, PERO CON UN ELEMENTO ESTRATÉGICO COMÚN.
MARCA	LA MARCA ES NOMBRE, TÉRMINO, SÍMBOLO O DISEÑO COMBINACIÓN DE ELLOS APLICADO A UN PRODUCTO O A UN SERVICIO PARA IDENTIFICARLO, DISTINGUIRLO O DIFERENCIARLO.
MEDIOS	VEHÍCULOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS O DIRECTOS PARA TRANSMITIR LOS MENSAJES DEL CLIENTE AL CONSUMIDOR.
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	PROCESO MEDIANTE EL CUAL SE ANALIZA TODA LA INFORMACIÓN DISPONIBLE ALREDEDOR DE UNA MARCA Y SE DESARROLLA LA ESTRATEGIA QUE NORMA E INSPIRA EL PLAN CREATIVO.
BRIEF	DOCUMENTO QUE REÚNE LA INFORMACIÓN DEL MERCADO Y EL CONSUMIDOR NECESARIOS, PROPORCIONADO POR EL CLIENTE, PARA QUE LA AGENCIA PUEDA DESARROLLAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA.
SERVICIO AL CLIENTE	DEPARTAMENTO ENCARGADO DE ATENDER A TRAVÉS DE SUS EJECUTIVOS DE CUENTA TODAS LAS NECESIDADES PUBLICITARIAS Y PROMOCIONALES DEL CLIENTE, INCLUYENDO VISITA AL CANAL DE DISTRIBUCIÓN (“STORE CHECK”), REVISIÓN DE LA MARCA (“BRAND REVIEW”); PLAN DE PUBLICIDAD; GUÍA A CREATIVO (“BRIEF”), REPORTES DE CONFERENCIA Y ESTATUS (“STATUS REPORT”); ELABORACIÓN Y SEGUIMIENTO DE ODT’S; MANEJO Y CONTROL DE PRESUPUESTOS; CONTRATOS DE TALENTO, CONTROL DE PAGO DE REGALÍAS, ETC.
ARTE	TRABAJO CREATIVO QUE SE DESARROLLA POR LA DIRECCIÓN DE ARTE PARA MEDIOS IMPRESOS, MASIVOS Y SELECTIVOS.
CREATIVO	PERSONA ENCARGADA DE DESARROLLAR LOS MENSAJES PUBLICITARIOS QUE BRINDEN UN VALOR AGREGADO A LAS MARCAS Y/O PRODUCTOS QUE MANEJE.
EJECUTIVO DE CUENTA MINUTAS	PERSONA DE CONTACTO QUE FUNGE COMO REPRESENTANTE DE LA AGENCIA ANTE EL CLIENTE Y DE LA AGENCIA ANTE EL CLIENTE. DOCUMENTO QUE GUARDA LA HISTORIA DÍA A DÍA DEL PROCESO DE UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD. SE ELABORA DESPUÉS DE CADA JUNTA CON EL CLIENTE, YA SEA TELEFÓNICA O PERSONAL.
SECTOR TURÍSTICO	SE LIMITA EN EL CASO DE LA PRESENTE LICITACIÓN A:

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

- ENTIDADES DEL GOBIERNO FEDERAL
- DESTINOS

INSIGHT	PERCEPCIONES, IMÁGENES Y EXPERIENCIAS QUE EL CONSUMIDOR TIENE ASOCIADAS CON UN TIPO DE PRODUCTO, CON UNA MARCA EN CONCRETO O CON SU SITUACIÓN DE CONSUMO.
TARGET	LA AUDIENCIA OBJETIVO DE LOS ESFUERZOS PUBLICITARIOS.
WEB	ES UNA EXPRESIÓN QUE SE UTILIZA PARA DESCRIBIR LA EVOLUCIÓN DEL USO Y LA INTERACCIÓN DE LAS PERSONAS EN INTERNET A TRAVÉS DE DIFERENTES FORMAS ENTRE LOS QUE SE INCLUYEN LA TRANSFORMACIÓN D ELA RED EN UNA BASE DE DATOS, UN MOVIMIENTO SOCIAL HACIA CREAR CONTENIDOS ACCESIBLES POR MÚLTIPLES APLICACIONES.
APLICACIONES	ES UNA MANERA DE TENER ACCESO O AÑADIR INFORMACIÓN FÁCILMENTE A UN SITIO WEB, UN BLOG O AL ESCRITORIO DE UNA COMPUTADORA A UN SMARTPHONE O DISPOSITIVO MOVIL. LAS APLICACIONES POR LO GENERAL VIENEN EN FORMATOS LISTOS PARA USAR Y PUEDEN EMPLEARSE PARA MUCHAS COSAS, COMO CARGAR FOTOS, CREAR CALENDARIOS, PREPARAR LISTAS O INCLUSO CONSULTAR EL PRONÓSTICO DEL TIMEPO, ENTRE MUCHAS.
BACKEND	ES UN TÉRMINO QUE SE RELACIONA CON EL PRINCIPIO Y EL FINAL DE UN PROCESO EN UN PROGRAMA EN EJECUCIÓN
BASE DE DATOS	ES UN CONJUNTO DE DATOS PERTENECIENTES A UN MISMO CONTEXTO Y ALMACENADOS SISTEMÁTICAMENTE PARA SU POSTERIOR USO. SU FORMATO ES DIGITAL (ELECTRÓNICO)
DISEÑO	SE DEFINE COMO EL PROCESO PREVIO DE CONFIGURACIÓN MENTAL.
WEBSITES (MICROSITIO)	TAMBIÉN LLAMADO SITE O SITIO, UN WEBSITE ES UN CONJUNTO DE PÁGINAS ORGANIZADAS A PARTIR DE UNA “HOME PAGE” O PÁGINA PRINCIPAL, E INTEGRA FICHEROS DE VARIOS TIPOS, TALES COMO SONIDOS, FOTOGRAFÍAS, O APLICACIONES INTERACTIVAS. ESAS PÁGINAS SE COHESIONAN NORMALMENTE POR LA PERTENENCIA A UN TIPO DE CONTENIDOS O A UNA ORGANIZACIÓN O EMPRESA.
BANNERS	FORMATO DE PUBLICIDAD PARA SITIOS WEB CONSISTENTE EN UNA FRANJA O RECTANGULO, CON TEXTOS Y GRÁFICOS FIJOS O ANIMADOS, QUE ENLAZA CON EL SITIO DEL ANUNCIANTE. EL BANNER SE SITÚA EN 5 DIFERENTES POSICIONES DENTRO DE LA PÁGINA, DEPENDIENDO DE LA DIAGRAMACIÓN DE CADA SITIO WEB.
RICH MEDIA	TODO TIPO DE ANUNCIO ONLINE QUE UTILIZA COMPONENTES MULTIMEDIA (VIDEO, AUDIO, FLASH, HTML, O LENGUAJES DE PROGRAMACIÓN COMO JAVA, JAVASCRIPT Y DHTML-HTML DINÁMICO), PERMITIENDO EN ALGUNOS CASOS QUE EL USUARIO INTERACTÚE CON ELLOS, MÁS ALLÁ DEL SIMPLE CLICK EJEMPLOS: VIDEO BANNERS, VIDEO LAYERS, INTERSTITIAL, TAKE OVERS, ENTRE OTROS.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

REDES SOCIALES	SON PÁGINAS QUE PERMITEN A LAS PERSONAS CONECTARSE CON SUS AMIGOS, REALIZAR NUEVAS AMISTADES, COMPARTIR CONTENIDOS, INTERACTUAR, CREAR COMUNIDADES, CREAR Y MANTENER RELACIONES INTERPERSONALES. LOS USUARIOS PUEDEN PARTICIPAR EN UNA O MÁS REDES SOCIALES, EN RELACIÓN CON SU SITUACIÓN ACADÉMICA, SU LUGAR DE TRABAJO, REGIÓN GEOGRÁFICA, INTERESES, ETC. LAS EMPRESAS Y LAS MARCAS LAS UTILIZAN PARA ESCUCHAR LO QUE DICEN LOS USUARIOS ACERCA DE ELLAS Y RESPONDERLES, CON EL FIN DE ESTABLECER UN DIÁLOGO Y UN MAYOR ACERCAMIENTO CON ELLOS.
E-COMMERCE	COMERCIO ELECTRÓNICO TODO COMERCIO O TIENDA QUE TIENE QUE TIENEN LA WEB COMO CANAL DE VENTA.
PODCAST	CONSISTE EN LA DISTRIBUCIÓN DE ARCHIVOS MULTIMEDIA (NORMALMENTE AUDIO O VIDEO, QUE PUEDE INCLUIR TEXTO COMO SUBTÍTULOS Y NOTAS) MEDIANTE UN SISTEMA DE REDIFUSIÓN (RSS) QUE PERMITA SUSCRIBIRSE Y USAR UN PROGRAMA QUE LO DESCARGA PARA QUE EL USUARIO LO ESCUCHE EN EL MOMENTO QUE QUIERA. NO ES NECESARIO ESTAR SUSCRITO PARA DESACARGARLOS
WIDGETS	ES UNA PEQUEÑA APLICACIÓN O PROGRAMA, USUALMENTE PRESENTADO EN ARCHIVOS O FICHEROS PEQUEÑOS QUE SON EJECUTADOS POR UN MOTOR ENTRE SUS OBJETIVOS ESTÁN DAR FÁCIL ACCESO A FUNCIONES FRECUENTEMENTE USADAS Y PROVEER DE INFORMACIÓN VISUAL.
WEBAPPS (APLICACIONES WEB)	SE DENOMINA APLICACIÓN WEB A AQUELLAS APLICACIONES QUE LOS USUARIOS PUEDEN UTILIZAR ACCEDIENDO A UN SERVIDOR WEB A TRAVÉS DE INTERNET O DE UNA INTRANET MEDIANTE UN NAVEGADOR.
MÉTRICAS	ES CUALQUIER MEDIDA O CONJUNTO DE MEDIDAS DESTINADAS A CONOCER O ESTIMAR EL TAMAÑO U OTRA CARACTERÍSTICA DE UN SOFTWARE O UN SISTEMA DE INFORMACIÓN, GENERALMENTE PARA REALIZAR COMPARATIVAS O PARA LA PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO.
APP NATIVAS (APLICACIONES SOFTWARE)	ES UNA APLICACIÓN SOFTWARE DESARROLLADA PARA SMARTPHONES DISEÑADAS PARA EXPLOTAR AL MÁXIMO LAS CARACTERÍSTICAS DEL DISPOSITIVO MÓVIL.
MDP	MILLONES DE PESOS DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

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, DISTRITO FEDERAL, TELÉFONO 52784200, EXT. 1220 Y CORREO ELECTRÓNICO adquisiciones@visitmexico.com, adquisiciones@promotur.com.mx CELEBRARÁ LA LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL ELECTRÓNICA No. LA-021W3J001-N110-2013, RELATIVA A CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD QUE PROPORCIONE LOS SERVICIOS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA, CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN PUBLICITARIA PARA MEDIOS TRADICIONALES Y ONLINE PARA EL MERCADO NACIONAL, BAJO LA SIGUIENTE:

1.1 PLAZO Y CONDICIONES PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS.

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

1.2 IDIOMA DE LA PROPOSICIÓN.

EL IDIOMA EN QUE DEBERÁ PRESENTARSE LA PROPOSICIÓN ES EL ESPAÑOL, SALVO AQUELLOS TÉRMINOS QUE SE UTILICEN EN ESTE TIPO DE SERVICIOS Y QUE NO TENGAN UNA TRADUCCIÓN LITERAL AL ESPAÑOL.

1.3 PRESUPUESTO AUTORIZADO.

CUENTA CON LA ASIGNACIÓN PRESUPUESTARIA Y CON LA DISPONIBILIDAD DE RECURSOS SUFICIENTE PARA EL PAGO DE LOS SERVICIOS OBJETO DE ESTE CONTRATO, CONFORME AL PRESUPUESTO APROBADO POR LA H. CÁMARA DE DIPUTADOS PARA 2013, ASÍ COMO A LA CAPTACIÓN DE RECURSOS PROVENIENTES DE LA CAPTACIÓN DE INGRESOS POR CONCEPTO DEL PAGO DE DERECHOS POR LA CONDICIÓN DE ESTANCIA DE VISITANTE SIN PERMISO PARA REALIZAR ACTIVIDADES REMUNERADAS (DERECHO DE VISITANTE). (DHR)

2. OBJETO Y ALCANCE.

CONTRATAR UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD QUE PROPORCIONE LOS SERVICIOS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA, CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN PUBLICITARIA PARA MEDIOS TRADICIONALES Y ONLINE PARA EL MERCADO NACIONAL, LA DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LOS SERVICIOS SE MUESTRA EN EL ANEXO TÉCNICO.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

2.1 AGRUPACIÓN POR PARTIDAS

NO APLICA POR SER PARTIDA ÚNICA.

2.2 NORMAS DE CALIDAD.

SE DEBERÁ CONTAR CON LA NORMA MEXICANA VIGENTE QUE APLICA A LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD (NMX-R-051-SCFI-2006) QUE ESTABLECE LOS SISTEMAS, PROCEDIMIENTOS DE OPERACIÓN Y PROCESOS DE CALIDAD MÍNIMOS QUE DEBEN CUMPLIR LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD.

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 **\$91,680,000.00** (NOVENTA Y UN MILLONES SEISCIENTOS OCHENTA MIL PESOS 00/100 M.N.) Y UN MÁXIMO DE **\$229,200,000.00** (DOSCIENTOS VEINTINUEVE MILLONES DOSCIENTOS MIL PESOS 00/100 M.N.), INCLUIDO EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, QUE DEBERÁ APLICARSE PARA LA REALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS EN TRES PERÍODOS, CON VIGENCIA DE 24 MESES A PARTIR DEL DÍA SIGUIENTE DE LA ADJUDICACIÓN, CORRESPONDIENDO PARA EFECTOS DE LA GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO, EN EL PRIMER PERÍODO (DEL SIGUIENTE A LA NOTIFICACIÓN DEL FALLO Y ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013) UN MONTO MÁXIMO DE **\$87,500,000.00 (OCHENTA Y SIETE MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS 00/100 M.N.)**, Y PARA LOS DOS EJERCICIOS POSTERIORES EL CONSEJO COMUNICARÁ AL LICITANTE GANADOR, EL PRESUPUESTO MÁXIMO A EJERCER EN EL EJERCICIO PRESUPUESTAL DE QUE SE TRATE, QUINCE DÍAS NATURALES ANTES DEL INICIO DEL EJERCICIO.

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.

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

EL MODELO 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 EN EL PRESENTE EJERCICIO FISCAL.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

EL LICITANTE QUE RESULTE GANADOR O SU REPRESENTANTE LEGAL, DEBERÁ PRESENTARSE A ENTREGAR LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA SEÑALADA, EN LOS INCISOS A), B), C), D) Y E) DEL PRESENTE APARTADO, DENTRO DEL TÉRMINO DE TRES 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 JURÍDICA Y POSTERIOR A ELLO, PROCEDER A LA FORMALIZACIÓN EN CUALQUIER DÍA DENTRO DEL PLAZO MÁXIMO 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 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 MÉXICO, DISTRITO FEDERAL, 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, O COPIA CERTIFICADA Y FOTOCOPIA DE LOS MISMOS:

A).- ACTA CONSTITUTIVA DEBIDAMENTE INSCRITA EN EL REGISTRO PÚBLICO QUE CORRESPONDA Y DE SUS MODIFICACIONES EN SU CASO, SALVO QUE QUIEN PARTICIPE SEA PERSONA FÍSICA,

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. (PERSONA FÍSICA O MORAL). EN CASO DE PODERES GENERALES PARA ACTOS DE DOMINIO O DE ADMINISTRACIÓN, ÉSTOS DEBERÁN PRESENTAR LA INSCRIPCIÓN ANTE EL REGISTRO PÚBLICO QUE CORRESPONDA (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), SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES EN TÉRMINOS DE LA REGLA 1.2.1.15 DE LA RESOLUCIÓN DE LA MISCELÁNEA FISCAL PARA EL 2013, PUBLICADA EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 28 DE DICIEMBRE DE 2012.

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,

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

EL 28 DE FEBRERO DE 2007, Y SUS REFORMAS Y ADICIONES DEL 6 DE ABRIL DE 2009 Y 25 DE JUNIO DE 2010.

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.

EN CASO DE MODIFICACIONES AL CONTRATO POR LAS CUALES SE INCREMENTE EL MONTO, PLAZO O VIGENCIA DEL MISMO, EL PROVEEDOR DEBERÁ ENTREGAR LA MODIFICACIÓN RESPECTIVA DE LA GARANTÍA POR UN IMPORTE DEL 10% (DIEZ POR CIENTO) DEL MONTO DEL INCREMENTO ANTES DE IMPUESTO, PARA LO CUAL SE ELABORARÁ EL CONVENIO MODIFICATORIO CORRESPONDIENTE.

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.

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 MOMTO QUE SE EJERCERÁ EN EL MISMO, LA CUAL DEBERÁ PRESENTARSE A MÁS TARDA 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 DIRECCIÓN EJECUTIVA DE MERCADOTECNIA, POR LA QUE CONFIRME EL CUMPLIMIENTO DE TODAS Y CADA UNA DE LAS OBLIGACIONES ESTABLECIDAS EN EL CONTRATO.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

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

3.1 REDUCCIÓN DE PLAZOS.

PARA ESTA LICITACIÓN NO SE CONSIDERA LA REDUCCIÓN DE PLAZOS.

3.2 CALENDARIO DE EVENTOS.

PROCESO	FECHA Y HORARIO	LUGAR
JUNTA DE ACLARACIONES	10:30 HORAS 6 DE SEPTIEMBRE 2013	COMPRANET
PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPUESTAS.	10:30 HORAS 13 DE SEPTIEMBRE 2013	
ACTO DE NOTIFICACIÓN Y 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, 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 6 DE SEPTIEMBRE DE 2013, A LAS 10:30 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.**

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

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 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.

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.

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.

LA PROPOSICIÓN DEBERÁ SER FIRMADA AUTÓGRAFAMENTE POR LA PERSONA FACULTADA PARA ELLO EN LA ÚLTIMA HOJA DE CADA UNO DE LOS DOCUMENTOS QUE FORMAN PARTE DE LA MISMA.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

EN LAS PROPOSICIONES ENVIADAS A TRAVÉS DE MEDIOS REMOTOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICA, EN SUSTITUCIÓN DE LA FIRMA AUTÓGRAFA, SE EMPLEARÁN LOS MEDIOS DE IDENTIFICACIÓN ELECTRÓNICA QUE ESTABLEZCA LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA.

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.

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 EL PORCENTAJE DE HONORARIOS, QUE SERÁ FIJO DURANTE LA VIGENCIA DEL CONTRATO Y QUE EL TARIFARIO INCLUIDO EN EL **FORMATO A** SE AJUSTARÁ PREVIA AUTORIZACIÓN DEL CONSEJO.

LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA SEÑALADA EN LOS **NUMERALES 4.1 Y 4.2**, PODRÁ ENTREGARSE DENTRO O FUERA DEL SOBRE QUE CONTENGA LAS 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. EN CASO DE NO ESTAR FOLIADA TOTALMENTE, LA PROPOSICIÓN SERA DESECHADA.

SE RECOMIENDA A LOS LICITANTES QUE INCLUYAN LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA SEÑALADA EN EL PÁRRAFO PRECEDENTE, DENTRO DEL SOBRE QUE CONTENGA LA PROPOSICIÓN, QUE DICHA DOCUMENTACIÓN ESTÉ PLENAMENTE IDENTIFICADA Y SEPARADA DE LA DOCUMENTACIÓN QUE CONFORMA LA PROPOSICIÓN.

TAMBIÉN SE RECOMIENDA QUE LAS HOJAS QUE CONFORMAN SU PROPOSICIÓN ESTEN 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 13 DE SEPTIEMBRE DE 2013, A LAS 10:30 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.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

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; 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 NOTIFICARÁN 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 SEÑALARÁN EN EL FALLO LAS RAZONES QUE MOTIVARON ESTA DECISIÓN.

CON LA NOTIFICACIÓN DEL FALLO POR EL QUE SE ADJUDICA EL CONTRATO, LAS OBLIGACIONES DERIVADAS DE ÉSTE SERÁN EXIGIBLES, SIN PERJUICIO DE LA OBLIGACIÓN DE LAS PARTES DE FIRMARLO EN LA FECHA Y TÉRMINOS SEÑALADOS EN EL MISMO.

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

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

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) ACREDITACIÓN DE EXISTENCIA Y PERSONALIDAD JURÍDICA.
- b) MANIFESTACIÓN DE NACIONALIDAD MEXICANA.
- c) ESCRITO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD DE NO ENCONTRARSE EN LOS SUPUESTOS ESTABLECIDOS EN LOS ARTÍCULOS 50 Y 60, ANTEPENÚLTIMO PÁRRAFO DE LA LEY.
- d) DECLARACIÓN DE INTEGRIDAD.
- e) ACREDITACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE NORMAS
- f) PROPUESTA ECONÓMICA (FORMATO “A”)

4.1.2 DE LOS REQUISITOS TÉCNICOS.

ESTOS REQUISITOS SE ENCUENTRAN SEÑALADOS EN EL **PUNTO II.1 DEL ANEXO TÉCNICO.**

EL INCUMPLIMIENTO DE ALGUNO DE LOS PUNTOS SEÑALADOS EN LOS NUMERALES 4.1.1 Y 4.1.2, AFECTARÁ LA SOLVENCIA DE LA PROPOSICIÓN Y MOTIVARÁ SU DESECHAMIENTO. ASÍ MISMO, ESTÁ SE DARÁ SI SE COMPUEBA 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 DEMAS 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) ESCRITO DONDE SEÑALE LA DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO.
- b) CARÁCTER DE ESTRATIFICACIÓN.

4.2.2 DEL ANEXO TÉCNICO.

ESTOS REQUISITOS SE ENCUENTRAN SEÑALADOS EN EL **PUNTO II.2 DEL ANEXO TÉCNICO.**

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

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 DE **CUMPLIMIENTO INDISPENSABLE** ESTABLECIDOS EN ESTA CONVOCATORIA, SUS FORMATOS Y ANEXOS Y DE CUMPLIRLOS, 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 50 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 PROPUESTA ECONÓMICA, SÓLO SE CONSIDERARÁ EL **MONTO DE LA PROPUESTA ECONÓMICA TOTAL**, QUE SE OBTENGA UNA VEZ REALIZADO EL CALCULO DE CONFORMIDAD CON EL PROCEDIMIENTO SEÑALADO EN EL FORMATO “A” DE LA PROPUESTA ECONÓMICA.

EL TOTAL DE PUNTUACIÓN O UNIDADES PORCENTUALES DE LA PROPUESTA ECONÓMICA, DEBERÁ TENER UN VALOR NUMÉRICO MÁXIMO DE 40, POR LO QUE LA PROPUESTA ECONÓMICA (**PROPUESTA ECONÓMICA TOTAL**) QUE RESULTE SER LA MÁS BAJA DE LAS TÉCNICAMENTE ACEPTADAS, DEBERÁ ASIGNÁRSELE ESA PUNTUACIÓN O UNIDADES PORCENTUALES MÁXIMA.

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

$$PPE = MPemb * 40 / MPi$$

Donde:

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

MPemb = Monto de la Propuesta económica Total más baja, y

MPi = Monto de la i-ésima Propuesta económica

Nota: La propuesta económica (MPi) se obtiene de la **PROPUESTA ECONÓMICA TOTAL** de los servicios ofertados en la propuesta económica. (**FORMATO A PROPUESTA ECONÓMICA**), para lo cual, El Consejo aplicará la siguiente fórmula:

$$FEE = (\text{Porcentaje de honorarios}) \times (\text{Presupuesto mínimo total})$$

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

PROPUESTA ECONÓMICA TOTAL = (FEE) + (Total Tarifario Básico)

Dónde:

FEE = Monto en pesos que se pagaría por el concepto de honorarios según el porcentaje incluido en la propuesta económica.

Total Tarifario Básico = Total de los servicios cotizados, incluidos en la propuesta económica (FORMATO A PROPUESTA ECONÓMICA)

Propuesta Económica Total = Monto de la propuesta económica incluyendo el monto por honorarios y el costo de los servicios especificados en el tarifario.

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:

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

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.

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.

6.1 LEGALES Y ADMINISTRATIVOS.

6.1.1 ACREDITACIÓN DE EXISTENCIA Y PERSONALIDAD JURÍDICA

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. TRATÁNDOSE DE PERSONAS MORALES, 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.

LA FALTA DE PRESENTACIÓN DE ESTE DOCUMENTO EN LOS TÉRMINOS Y ALCANCES SOLICITADOS

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

SERÁ MOTIVO DE DESECHAMIENTO DE LA PROPOSICIÓN.

EN EL CASO DE QUE EL LICITANTE SE ENCUENTRE INSCRITO EN EL REGISTRO ÚNICO DE PROVEEDORES NO SERÁ NECESARIO PRESENTAR LA INFORMACIÓN A QUE SE REFIERE ESTE NUMERAL, BASTANDO ÚNICAMENTE EXHIBIR LA CONSTANCIA O CITAR EL NÚMERO DE SU INSCRIPCIÓN Y MANIFESTAR **BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD** QUE EN EL CITADO REGISTRO LA INFORMACIÓN SE ENCUENTRA COMPLETA Y ACTUALIZADA.

6.1.2 MANIFESTACIÓN DE NACIONALIDAD MEXICANA.

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

LA FALTA DE PRESENTACIÓN DE ESTE DOCUMENTO EN LOS TÉRMINOS Y ALCANCES SOLICITADOS SERÁ MOTIVO DE DESECHAMIENTO DE LA PROPOSICIÓN.

6.1.3 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.**

LA FALTA DE PRESENTACIÓN DE ESTE DOCUMENTO EN LOS TÉRMINOS Y ALCANCES SOLICITADOS SERÁ MOTIVO DE DESECHAMIENTO DE LA PROPOSICIÓN.

6.1.4 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 DEL CONSEJO, 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.**

LA FALTA DE PRESENTACIÓN DE ESTE DOCUMENTO EN LOS TÉRMINOS Y ALCANCES SOLICITADOS SERÁ MOTIVO DE DESECHAMIENTO DE LA PROPOSICIÓN.

6.1.5 ACREDITAMIENTO DEL CUMPLIMIENTO DE NORMAS.

COPIA SIMPLE DE LA NORMA MEXICANA VIGENTE QUE APLICA A LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD (NMX-R-051-SCFI-2006) QUE ESTABLECE LOS SISTEMAS, PROCEDIMIENTOS DE OPERACIÓN Y PROCESOS DE CALIDAD MÍNIMOS QUE DEBEN CUMPLIR LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD.

6.1.6 PROPOSICIÓN CONJUNTA.

NO SE ACEPTAN PROPUESTA CONJUNTAS PARA ESTE PROCEDIMIENTO.

6.1.7 PROPUESTA ECONÓMICA.

PROPUESTA ECONÓMICA EN DONDE SE PRESENTE EL CUADRO SEÑALADO EN EL **FORMATO A,**

LA FALTA DE PRESENTACIÓN DE ESTE DOCUMENTO EN LOS TÉRMINOS Y ALCANCES SOLICITADOS SERÁ MOTIVO DE DESECHAMIENTO DE LA PROPOSICIÓN.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

6.1.8 DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO.

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

6.1.9 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. 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 CON DOMICILIO EN VIADUCTO MIGUEL ALEMÁN No. 105 PLANTA BAJA, COL. ESCANDÓN, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11800, MÉXICO, D.F., 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, MÉXICO, D.F. DIRECCIÓN ELECTRÓNICA www.compranet.gob.mx.

8. 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 DECIR VERDAD 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

HÉCTOR POZOS RAMÍREZ
DIRECTOR DE RECURSOS MATERIALES

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

ANEXO TÉCNICO

ÍNDICE

I. SERVICIOS A CONTRATAR

I.A. Descripción de los servicios

1. Planeación Estratégica
2. Creatividad
3. Producción
4. Estructura de Recursos Humanos
5. Reportes
6. Administración, Seguimiento y Comprobación.

II. REQUISITOS TÉCNICOS

II.1 Requisitos de Cumplimiento Obligatorio (cumple – no cumple)

II.2 Requisitos de Puntos y Porcentajes (60 Puntos)

II.2.1 Capacidad del Licitante

II.2.1.a Capacidad de los Recursos Humanos

Experiencia en asuntos relacionados con el servicio

Conocimientos profesionales

Dominio de herramientas: idioma, software

II.2.1.b Capacidad de los recursos económicos y de equipamiento

II.2.1.c Discapacitados

II.2.2 Experiencia y especialidad del licitante

II.2.2.a Experiencia: Mayor tiempo prestando servicios similares

II.2.2.b Especialidad: Mayor número de contratos (o documentos)

II.2.3 Propuesta de trabajo

II.2.4 Cumplimiento de contratos

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

I. SERVICIOS A CONTRATAR

A. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS

Contratación de una Agencia de Publicidad que proporcione los servicios de planeación estratégica, creatividad y producción publicitaria para medios tradicionales y online para el mercado nacional con vigencia de **24** meses a partir del día siguiente de la adjudicación del contrato.

Los servicios comprenden lo siguiente:

1. **Planeación Estratégica**
2. **Creatividad**
3. **Producción**
4. **Estructura de Recursos Humanos**
5. **Reportes**
6. **Administración, Seguimiento y Comprobación.**

1. Planeación Estratégica

El servicio incluye la planeación estratégica en el mercado nacional para definir el concepto creativo de las campañas para cumplir con los siguientes objetivos:

- Mejorar imagen y selección de México como destino (identidad de Marca).
- Desarrollar mensajes con la Marca México a partir de atributos y fortalezas.
- Identificar y dirigir la campaña a los segmentos y mercados más rentables.
- Incrementar el número de turistas en temporadas bajas e intermedias.
- Resaltar el valor de México a través de la diversidad y calidad de sus destinos y productos.

Deberán elaborar programas de trabajo, los cuales deberán tener consistencia y continuidad. La planeación estratégica deberá elaborarse con base en los siguientes puntos:

1.1 Marca México:

- a) Atributos y características de la Marca México así como de su Manual de uso de Marca para todas las propuestas, ejecuciones y adaptaciones donde se utilice dicha marca.
- b) Plan de mercadotecnia vigente del Consejo.
- c) Análisis del consumidor de cada mercado objetivo así como la percepción sobre MEXICO, que permita sustentar las propuestas creativas que se presentarán y llevarán a cabo. Dicha información deberá ser entregada al Consejo en el formato que este lo requiera.
- d) El Consejo le proporcionará al licitante que resulte adjudicado los documentos y estudios con los que cuenta actualmente para apoyo y complemento. Se podrán complementar dichos estudios con los propios sin que el uso de estos genere costo al Consejo.
- e) Análisis del valor y posicionamiento de la Marca México que permita la medición y evaluación de los resultados de las campañas creativas y de producción que se implementen sin que esto genere costo adicional al Consejo, cuando este lo requiera.

1.2 Audiencia Meta (Target):

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

- a) Se apoyará con estudios de mercado, competencia, cuantitativos, cualitativos, entre otros para determinar en conjunto con el Consejo la audiencia meta (Target) para la planeación estratégica creativa publicitaria de cada segmento o producto.
- b) La planeación estratégica creativa publicitaria debe incluir el plan de acción a corto, mediano y largo plazo y sustentar la vigencia de las campañas de publicidad. También deberá elaborar campañas emergentes para manejo de crisis causadas por fenómenos naturales, políticos, sociales, entre otros.
- c) Desarrollará un análisis (monitoreo) de la competencia en materia de publicidad en el mercado nacional. Este monitoreo debe incluir los medios utilizados y las principales acciones y estrategias de los competidores, así como los resultados obtenidos de dichas acciones.
- d) El Consejo en conjunto con el licitante ganador definirán por lo menos dos segmentos y/o productos para la realización del monitoreo de la competencia. El monitoreo se realizará cada seis meses, o cuando así lo requiera el Consejo.

1.3 Campaña institucional, producto o sector:

- a) Planeará las estrategias creativas publicitarias así como la ejecución de las mismas de corto, mediano y largo plazo para la Campaña Institucional basada en el consumidor y en las estrategias de mercadotecnia del Consejo vigentes.
- b) Antes de desarrollar las campañas creativas publicitarias para los diferentes segmentos y/o productos de mercado, deberá conocer la percepción de los consumidores acerca de los diferentes productos mencionados en el plan de Mercadotecnia vigente.
- c) El Consejo le proporcionará los documentos y estudios con los que cuenta actualmente para apoyo y complemento.
- d) Será responsable de generar contenidos especializados de México por región, destino, productos, sectores o segmento de mercado definidos por el Consejo, en los medios y aplicaciones en los que los requiera el Consejo dependiendo de sus campañas. No se considerará subcontratación el empleo de una empresa especializada en contenidos, previa autorización del Consejo.
- e) Deberá administrar y suministrar todo el material creativo y de producción generado en la presente licitación, así como el material con el que cuenta El Consejo a la fecha. Los criterios para administrar dichos materiales deberán ser entre otros: destino, segmento, medio, fecha, producto o sector. Particularmente deberá administrar el banco de foto fija a través del sistema que indique el Consejo así como todo el material audiovisual con que cuenta el Consejo. No se considerará subcontratación el empleo de una empresa especializada en administración de banco de foto fija y material audiovisual, previa autorización del Consejo.

2. Creatividad

- 2.1** Con base en el análisis del consumidor en el mercado, se deberá elaborar el diseño y las estrategias publicitarias para la campaña nacional.

Se deberán presentar a El Consejo diferentes opciones creativas para cada campaña y acción (Radio, Televisión, Impresos, Medios Electrónicos, Medios Electrónicos Digitales, Materiales Colaterales y otros). Deberá proponer tantas opciones creativas como se requieran hasta que sean aprobadas por El Consejo, sin que esto implique un costo extra.

Deberá también realizar ejecuciones y adaptaciones que contemplen destinos o socios comerciales que en su momento requiera El Consejo para campañas cooperativas, eventos y/o acciones promocionales.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

2.2. Mensaje Creativo:

- a) Una vez aprobadas las recomendaciones estratégicas por parte del Consejo, deberá elaborar el concepto de la(s) campaña(s) creativas. Estas campañas serán pre-evaluadas y post evaluadas. Deberá prever este tiempo dentro de su calendario, a fin de poder hacer el lanzamiento de la campaña en los tiempos establecidos por El Consejo.
- b) En caso de existir ajustes en las campañas después de ser pre-evaluadas y post-evaluadas, deberán hacer los ajustes necesarios.
- c) El servicio incluye la elaboración de un manual Institucional por cada campaña creativa en los idiomas que se requieran con las recomendaciones creativas de corto, mediano y largo plazo, incluyendo las estratégicas para ajustar las campañas y recomendaciones para las campañas emergentes; en este manual estarán contempladas las ejecuciones en todos los medios: Radio, Televisión, Impresos, Medios Electrónicos, Medios Electrónicos Digitales, Materiales Colaterales y otros. Este se entregará una vez elaborada y aprobada la estrategia publicitaria y en el formato que el Consejo requiera.
- d) Se deberán generar los lineamientos de comunicación creativa para las campañas institucionales y cooperativas para el mercado nacional.
- e) Asimismo, deberá generar propuestas de lemas de Campaña y Racional Creativo, con evaluación y escenarios tanto de continuidad del actual lema, como de su cambio.

3. Producción:

- a) La producción para Radio, Televisión, Impresos, Medios Electrónicos, Medios Electrónicos Digitales, Materiales Colaterales y otros, deberán contemplar las siguientes condiciones:
 - a. Se deberán generar los materiales creativos en los formatos que solicite El Consejo, realizando los ajustes que resulten necesarios por trabajo. El número de ajustes por material facturado se acordará entre El Consejo y el licitante ganador.
 - b. La producción del material antes mencionado deberá ser entregada a quien en su caso establezca El Consejo.
 - c. Los copios solicitados de todo el material que se produzca durante la vigencia del contrato deberán estar debidamente etiquetados o presentados de la forma en la que El Consejo lo requiera en su momento.
 - d. Deberá entregar los materiales y adaptaciones en los tiempos y formas que establezca El Consejo, tomando en cuenta que habrá requerimientos no contemplados en los programas de trabajo.
- b) No se considerará subcontratación el empleo de una empresa especializada en producción, levantamiento de imágenes o traducción de contenido.
- c) El licitante ganador será responsable de los servicios legales en materia de registro de la marca, relaciones contractuales con talento y derechos de autor en el mercado que establece la presente licitación. Dichos derechos y registros deberán realizarse a favor de El Consejo.
- d) Todos los materiales producidos al amparo de la presente licitación, en versión final y editable, serán propiedad de El Consejo.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

- e) El costo de producción deberá sujetarse a la Propuesta Económica presentada por el licitante y será válida y sin modificaciones durante la vigencia del contrato.

3.1 Producción para medios impresos

El licitante ganador deberá ofrecer los servicios de producción de anuncios en formatos convencionales y especiales, adaptación de anuncios en formatos convencionales y especiales, retoque de imagen fija, generación y adaptación de texto, corrección de estilo, generación de gráficos, logotipos, imagotipos o marcas que solicite el CPTM.

3.2 Producción para medios audiovisuales

El licitante ganador deberá ofrecer los servicios de pre, pro y post producción, tanto de video, foto fija y radios (incluyendo levantamiento de imágenes, grabación de locutores, composición de música originales, generación de diseño de audio, mezclas de audio para radio, televisión y sitios WEB, rotoscopios, balances de blancos, corrección de color, así como la realización de íter negativos). Adaptaciones de versiones existentes, o creación de nuevas versiones a partir de materiales existentes en los bancos de imagen del CPTM, digitalizaciones en SD, HD, 2k ó 4k, generación y animación de gráficos 2D, 3D, copiados multiformato, Generación de autoreo para DVD's SD y Blu Ray, generación y traducción de guiones, corrección de estilo.

3.3 Producción para medios electrónicos digitales y digitales (web y mobile)

El licitante ganador deberá ofrecer los servicios de diseño y desarrollo (web y mobile), aplicaciones (web y mobile), backend, base de datos, diseño y mantenimiento de websites, así como de aplicaciones y banners en formato estándar, rich media y formatos especiales que requiera El Consejo.

Análisis de competencia en web y mobile, desarrollo y análisis de métricas, video y podcast, desarrollo de widgets, creatividad y estrategia en canales digitales, comunicación en redes sociales, creación y gestión de promociones online, estrategia mobile y desarrollo de App nativas y webapps, desarrollo de CMS customizables, plataformas de e-learning, soluciones y plataformas de e-commerce, e-mailings (armados y envíos), visualizaciones, diseños 3D y los que solicite El Consejo.

3.4 Producción de materiales colaterales

El licitante ganador deberá ofrecer los servicios de levantamiento de imágenes en foto fija y/o video, generación y animación de presentaciones, generación de contenido, traducción de textos, corrección de estilo, producción, adaptación e impresión de materiales impresos.

Deberá proveer aplicaciones y elementos decorativos, generar propuestas de diseños de espacios promocionales, invitaciones y material promocional o las que El Consejo le señale para las diferentes actividades que realiza.

4. Estructura y Perfil de los Recursos Humanos.

4.1. Estructura de los Recursos Humanos:

- a) La estructura mínima solicitada para la prestación del servicio en las oficinas de México es la siguiente:

ESTRUCTURA DE RECURSOS HUMANOS

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

Personal Requerido	Cantidad	% Tiempo requerido
a. Presidente de la Agencia	1	20%
b. Director de Planeación	1	50%
c. Director Creativo	1	100%
d. Director Creativo para digital	1	100%
e. Director de Cuenta	1	100%
f. Director de Arte	1	100%
g. Diseñadores	3	100%
h. Diseñadores para digital	2	100%
i. Programador web	1	100%
j. Copy	2	100%
k. Atención a Clientes y Tráfico de materiales	2	100%
l. Director de Producción	1	40%
m. Servicios legales	1	40%
n. Ejecutivo de cuenta (in-plant)	2	100%
o. Administrador	1	100%

El personal deberá estar disponible en el horario de 08:30 a las 19:00 horas, zona horaria GMT-06. (Ciudad de México).

Los asuetos oficiales, de acuerdo a los calendarios laborales de México, deberán ser notificados al Consejo con al menos 10 días hábiles de anticipación. El personal dedicado a la cuenta deberá también notificar al Consejo de cualquier suceso extra o vacaciones con al menos 10 días hábiles de anticipación, estableciendo también al personal que llevará a cabo el seguimiento de las funciones de la persona ausente.

- b)** El Consejo podrá solicitar la sustitución en cualquier momento de la plantilla involucrada en la cuenta sin necesidad de justificación alguna. Asimismo se deberá consultar previamente al Consejo el relevo de cualquiera de los ejecutivos que den servicio a la cuenta con al menos 15 días hábiles previos a dicho movimiento y tener el remplazo al momento de efectuar el movimiento.
- c)** La estructura requerida en la oficina de México estará exclusivamente atendiendo los servicios de planeación estratégica, creatividad y producción con el enfoque que tendrá el mercado nacional. Esta oficina deberá atender en su totalidad la entrega de reportes, facturación, administración del contrato, así como los copiados que en su momento se requieran.
- d)** El licitante ganador deberá proporcionar al ejecutivo de cuenta in-plant solicitado en la estructura de Recursos Humanos, las herramientas de trabajo y el equipo de cómputo equipado con los programas básicos que necesitará para llevar a cabo la operación de la cuenta desde las oficinas del Consejo.

5. Reportes.

Se deberá entregar al Consejo los siguientes reportes:

- a)** Reportes de presupuesto: Durante la vigencia del contrato y mientras el mismo no se haya conciliado y procedido a su finiquito, el licitante ganador se obliga a presentar reportes mensuales sobre el status que guarda el presupuesto que se establezca en el contrato. Este status deberá contener las acciones

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

pendientes de facturación, las acciones pagadas por El Consejo y los pagos realizados por La Agencia a terceros. Deberán ser entregados en los 5 primeros días hábiles del mes siguiente al mes reportado.

- b) Durante la vigencia del contrato y mientras el mismo no se haya conciliado y procedido a su finiquito, el licitante ganador se obliga a presentar los reportes o información que solicite el Consejo dentro de los 3 días hábiles siguientes a la petición. Dichos reportes se llevarán a cabo como el Consejo solicite dependiendo de la campaña, acción o solicitud correspondiente al reporte.
- c) **Carpetas de Campañas:** Estas carpetas deberán incluir todo el material resultante de la Planeación Estratégica, Creatividad y Producción por cada campaña que se realice, incluyendo las comprobaciones, testigos y facturas de los montos que se deriven de dichas campañas. Estas carpetas deberán entregarse y/o actualizarse mensualmente, dentro de los primeros 5 días hábiles del mes inmediato posterior, o en caso extraordinario en cuyos tiempos solicite el Consejo para casos específicos.
- d) **Reportes de estatus semanales:** Estos reportes deberán entregarse el primer día hábil de la semana inmediata posterior conteniendo el estatus de todas las acciones solicitadas, realizadas y por realizar que se deriven de las necesidades concernientes a Planeación Estratégica, Creatividad y Producción de El Consejo.
- e) **Minutas:** Deberá entregar minutas de las juntas y conferencias telefónicas donde se llegue a acuerdos importantes realizadas con El Consejo. Estas minutas se entregarán 24 (veinticuatro) horas después de haber celebrado dichas juntas o llamadas.
- f) La información que solicite El Consejo para atender las peticiones de instancias oficiales.

6. Administración, Seguimiento y Comprobación.

- a) La administración y seguimiento de los servicios del presente contrato deberá realizarse por el licitante ganador en sus oficinas (control presupuestario, testigos, de facturación, reportes y minutas).

Es responsabilidad del licitante ganador entregar todas las facturas acompañadas del Testigo correspondiente:

Tipo	Descripción	Comprobación
Impresos	Lonas, Mantas, Vallas, Para buses, Espectaculares, Autobuses, Trípticos, Dípticos, Publireportajes, etc.	CD o DVD, USB, Disco Duro. Imágenes impresas, archivos editables, PDF's
Videos	Ediciones, Animatics, Animaciones, etc.	DVD, Máster de cada versión
Textos	Copys, Traducciones, adaptaciones.	CD o DVD y carpeta con todos los contenidos generados.
Electrónicos	Banners u otros materiales generados por campaña.	CD o DVD, USB, Disco Duro., imágenes impresas.

Todo lo que implique presentación grafica, como impresión de documentos y/o imágenes, deberá ser entregado de manera ejecutiva en carpetas debidamente armadas y etiquetadas, mismo caso para la entrega de testigos audiovisuales; o como lo requiera el Consejo.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

- b) Se deberá proveer al Consejo de un sistema de administración (compatible con Windows) para seguimiento del contrato en cuanto a control presupuestario, facturación, reportes y minutas.

II. REQUISITOS TÉCNICOS

La presente licitación será evaluada bajo el criterio de Puntos y Porcentajes precisando que requisitos se consideran indispensables para evaluar la proposición y en consecuencia, su incumplimiento afectaría su solvencia y motivará su desechamiento.

II. 1 Requisitos de Cumplimiento Obligatorio (cumple – no cumple)

DE LOS REQUISITOS TÉCNICOS.

II. 1 Requisitos de Cumplimiento Obligatorio (cumple – no cumple)

II.1.1. Carta compromiso preferentemente en papel membretado de la empresa licitante, con firma autógrafa del representante legal de la misma, dónde se comprometa a proporcionar los servicios solicitados en el numeral I. Servicios a Contratar.

II.1.2 Tener por objeto social la planeación estratégica, creatividad y producción publicitarias, con al menos 5 años de antigüedad, la prestación de servicios de la misma naturaleza de la que es objeto de la presente convocatoria, para lo cual se deberá anexar: Copia del Acta Constitutiva y en su caso, las modificaciones.

II.1.3. Los licitantes deben acreditar que cuentan con al menos 1 año de antigüedad anterior a la publicación de la presente convocatoria, con oficinas establecidas legalmente en México; acreditándolo mediante copia simple a nombre del licitante de los documentos que acrediten dicha circunstancia o copia simple de un extracto del contrato, donde se comprueben los datos de la empresa, datos del arrendador, domicilio y firmas del arrendador y arrendatario.

II.1.4. Contar con un capital contable de al menos el 20% del presupuesto máximo anual a ejercer en 2013 de acuerdo a la presente convocatoria; acreditándolo con copia simple de la declaración de impuestos correspondiente al ejercicio fiscal anterior, o los Estados Financieros auditados.

II.1.5. Acreditar que la plantilla del personal ofertada cuente con los siguientes recursos humanos en los puestos y perfiles solicitados o sus equivalentes:

ESTRUCTURA DE RECURSOS HUMANOS EN OFICINAS EN MÉXICO

Personal Requerido	Cantidad	% Tiempo requerido
a. Presidente de la Agencia	1	20%
b. Director de Planeación	1	50%
c. Director Creativo	1	100%
d. Director Creativo (digital)	1	100%
e. Director de Cuenta	1	100%
f. Director de Arte	1	100%

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

g. Diseñadores	3	100%
h. Diseñadores (digital)	2	100%
i. Programador web	1	100%
j. Copy	2	100%
k. Atención a Clientes y Tráfico de materiales	2	100%
l. Director de Producción	1	40%
m. Servicios Legales	1	40%
n. Ejecutivo de cuenta (in-plant)	2	100%
o. Administrador	1	100%

- a. **Presidente de la Agencia:** Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia o afines, de preferencia con algún posgrado en temas similares. Contar con 10 años como mínimo de experiencia en Agencias de Publicidad y 5 años como Presidente de la Agencia, con experiencia en el manejo de cuentas de la industria turística con presencia en México.
- b. **Director de Planeación:** Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia o afines, de preferencia con algún posgrado en temas similares. Contar con 3 años como mínimo de experiencia en Agencias de Publicidad y 1 año como Director de Planeación, haber manejado 2 marcas comerciales con presencia en México y con experiencia en el manejo de cuentas de la industria turística con presencia en México.
- c. **Director Creativo:** Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia o afines. Contar con 5 años como mínimo de experiencia en agencias de Publicidad, 3 años como Director Creativo, haber manejado 2 marcas comerciales con presencia en México y con experiencia en el manejo de cuentas de la industria turística con presencia en México. Experiencia comprobable para trasladar resultados de estudios de mercado y briefs a una estrategia creativa.
- d. **Director Creativo (digital):** Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico, Publicidad o afines. Contar con 2 años como mínimo de experiencia en Agencias de Publicidad y en plataformas digitales y mobile. Con experiencia en desarrollo de acciones de comunicación en múltiples soportes. En estrecha relación con las áreas de Cuentas y Estrategia, se responsabilizará del desarrollo de concepto, diseño y ejecución creativa de acciones de comunicación e identidad corporativa, ejecución de desarrollos sobre múltiples plataformas de diseño, lo que comprende material gráfico, branding, publicidad digital, emarketing, web design, etc, desarrollo y creación de ideas creativas aplicadas a campañas interactivas, diseño y programación en distintas plataformas y lenguajes, implementación de aplicación y soluciones multimedia y con experiencia en el manejo de cuentas de la industria turística con presencia en México.
- e. **Director de Cuenta:** Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia o afines. Contar con 5 años como mínimo de experiencia en agencias de Publicidad, 3 años como Director de cuenta y con experiencia en el manejo de cuentas de la industria turística con presencia en México.
- f. **Director de Arte:** Licenciatura en Diseño o afines. Contar con 3 años como mínimo de experiencia en agencias de Publicidad, 1 año como Director y con experiencia en el manejo de cuentas de la industria turística con presencia en México.
- g. **Diseñadores.** Licenciatura en diseño gráfico.
- h. **Diseñadores (digital).** Licenciatura en diseño gráfico con especialidad en diseño web y multimedia. Experiencia mínima de 4 años en el manejo de html, css, flash, xml, asp. HTML5,CSS, XML elaboración de conceptos gráficos, elaboración de diseños para marketing digital (diseños en monitores, diseños para

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

dispositivos móviles, presentaciones), diseños para trípticos, tarjeta. Conocimiento en uso en tecnologías Apple (Dispositivos: Mac pro, ipad, iphone / Entornos:IOS5 ->). Diseño de sitios web de contenido y productos Banners, Micrositios, LandingPages, etc. Conocimientos en Photoshop, Dreamweaver, Illustrator.

- i. **Programador Web.** Ingeniería en Sistemas Computacionales o afín, experiencia mínima de 5 años en Análisis de Sistemas, Computación, Ing. Informática, Programación, Tecnología de la Información Conocimientos Técnicos: Conocimiento Básico de AS3, Manejo avanzado de vectores, Animación Tween, Motion y Classic. Manejo de paquetería: Suite de Adobe CS5, Illustrator, Photoshop, Flash Animación de Personajes (intermedio-avanzado), animación de objetos diversos (intermedio-avanzado), maquetado y animación de escenarios (intermedio - avanzado), creación de MovieClips con sonidos, optimización de vectores
- j. **Encargados de Copy:** Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia o afines. Contar con 3 años como mínimo en agencias de publicidad. Habilidad comprobable para comunicar de forma clara y breve aquellos conceptos que el anunciante desea transmitir (mostrar por lo menos 3 ejemplos de trabajos realizados para cuentas de la industria turística con presencia en México).
- k. **Ejecutivos de Atención a Clientes y Tráfico de Materiales:** Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia, Relaciones Públicas o afines. Experiencia de al menos 1 año en atención a clientes. Comprensión de conceptos de marketing digital (SEO / SEM, Social, eCRM) y con experiencia en el manejo de cuentas de la industria turística con presencia en México.
- l. **Director de Producción:** Contar con 5 años de experiencia en la realización de materiales publicitarios, dentro del mercado nacional. Haber trabajado con diversas casas productoras y para la atención en producción de diferentes marcas comerciales. Tener conocimientos de diseño gráfico, generación y animación, corrección de color, edición, locución, grabación y mezcla de audio, fotografía, retoque digital, tener conocimientos de los diferentes formatos utilizados por la industria. Haber participado en la realización de materiales publicitarios tanto para la industria privada como para la pública.
- m. **Asesor legal:** Licenciado en Derecho con especialidad en administración o afín y que tenga al menos 5 años de experiencia laborando en agencias de publicidad.
- n. **Ejecutivo de cuenta (in-plant):** Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o Mercadotecnia y que tenga al menos 1 año de experiencia operando campañas publicitarias. Dichos ejecutivos deberán ser presentados para entrevista en El Consejo.
- o. **Administrador:** Licenciado en Contaduría o afines que tenga al menos 5 años de experiencia llevando la administración de cuentas de la agencia para el sector público y con experiencia en la administración de cuentas de la industria turística con presencia en México.

Para acreditar lo anterior se deberá entregar dentro de su propuesta técnica:

- Currículum Vitae de cada persona, con firma autógrafa, el Consejo se reserva el derecho de verificar los datos contenidos en cada uno.
- Carta de los clientes de la industria turística que avalen la experiencia del personal propuesto por la agencia. La cartas deberán contener los datos de contacto del cliente(s), (nombre, puesto, teléfono y correo electrónico) para, en su caso, confirmar dicha información por parte del Consejo.
- Para el **Presidente de la Agencia, Director de Planeación, Director Creativo y Director de Cuenta**, además, una carta suscrita por un cliente, en hoja membreteada del cliente y con firma autógrafa, en donde se acredite la experiencia solicitada del personal. Las cartas deberán contener

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

los datos de contacto del cliente(s), (nombre, puesto, teléfono y correo electrónico) para, en su caso, confirmar dicha información por parte del Consejo.

II.1.6. La agencia deberá contar con la Norma Mexicana vigente que aplica a las agencias de publicidad (NMX-R-051-SCFI-2006) que establece los sistemas, procedimientos de operación y procesos de calidad mínimos que deben cumplir las agencias de publicidad.

Lo anterior se acreditará mediante la presentación de copia simple de la norma antes mencionada a nombre del Licitante.

II.1.7. La agencia deberá acreditar su productividad creativa mediante la presentación de una relación con 200 comerciales de TV y 500 spots de radio realizados durante los últimos doce meses anteriores a la fecha de publicación de la convocatoria. Dicha relación deberá contener los datos de contacto del Cliente a los cuales se les hizo el comercial o el spot para que en su caso el CPTM pueda verificar o solicitar los materiales. Estos spots deberán ser versiones originales creadas y supervisadas por la agencia participante, no serán consideradas adaptaciones o lift.

II.1.8. La agencia deberá contar con al menos un premio a la eficiencia publicitaria de campañas en el mercado nacional en los últimos cuatro años. Los premios y/o reconocimientos deben ser recibidos de una organización con reconocimiento internacional y avalada por las organizaciones de los países a los que pertenecen.

La falta de presentación de los documentos solicitados en el numeral II.1., requisitos de cumplimiento obligatorio, en los términos y alcances solicitados, será motivo para desechar la proposición.

II.2 Requisitos de Puntos y Porcentajes

II.2.1 Capacidad del Licitante (24 Puntos)

II.2.1.a Capacidad de los recursos humanos (10 puntos)

Experiencia en asuntos relacionados con el servicio (3 puntos)

II.2.1.a.1 Contar en la plantilla de Recursos Humanos ofertada con el Director Creativo con experiencia en al menos una campaña del sector turístico, operando en el mismo puesto dentro de la empresa licitante. Para acreditar lo anterior, por cada Director Creativo, se deberá presentar una carta en papel membretado, con firma autógrafa del cliente avalando que desarrolló una campaña turística.

Deberán acompañar las cartas con 1 (una) ejecución, (por medio) de la campaña en el sector turístico que contenga:

- a) Televisión: Story board.
- b) Radio: Lines de radio.
- c) Prensa: Impresos tamaño carta.
- d) Web. Impresos o estadísticas que lo comprueben (CTR, o similar)

Sector turístico se limita en el caso de la presente licitación a:

- Entidades del Gobierno Federal
- Destinos.

Los documentos deberán contener los datos de contacto que en su caso, permitan verificar la información incluida.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

El cumplimiento de este requisito en su totalidad otorgará:

2 Cartas de Directores Creativos en México con experiencia en Turismo: **3 Puntos**

Menos de dos Cartas de Directores Creativos en México con experiencia en Turismo: **0 Puntos**

Conocimientos profesionales (6 Puntos)

II.2.1.a.2 Contar dentro de la plantilla ofertada con el siguiente personal:

Director de Planeación: Tener 2 o más años de experiencia como Director de Planeación. **(1 Punto)**

Menos de dos años de experiencia como Director de Planeación: **(0 Puntos)**

Director de Cuenta: Tener 4 o más años de experiencia como Director de cuenta. **(1 punto)**

Menos de cuatro años de experiencia como Director de Cuenta: **(0 Puntos)**

Director de Cuenta: Tener 3 o más años de experiencia en **cuentas de la industria turística. (2 puntos)**

Menos de tres años de experiencia como Director de Cuenta en cuentas de la industria turística: **(0 Puntos)**

Director Creativo: Tener 5 o más años de experiencia como Director Creativo y con experiencia en el manejo de cuando menos 2 cuentas de la industria turística con presencia en México. **(1 punto)**

Menos de cinco años de experiencia como Director Creativo y con experiencia en el manejo de cuando menos 2 cuentas de la industria turística con presencia en México: **(0 Puntos)**

Director de Producción: Tener 5 o más años de experiencia como Director de Producción y con experiencia en el manejo de cuando menos 2 cuentas de la industria turística con presencia en México. **(1 puntos)**

Menos de cinco años de experiencia como Director de Producción y con experiencia en el manejo de cuando menos 2 cuentas de la industria turística con presencia en México. **(0 puntos)**

Lo anterior deberá acreditarse con una constancia de servicios prestados de la agencia.

Puntos máximos a obtener: **6 puntos**

Dominio de herramientas. (1 Punto)

II.2.1.a.3 La agencia debe contar con la capacidad de manejo en software de retoque, corrección y balance de color, así como photoshop y adobe. Y para armado de originales: illustrator de adobe. Para acreditarlo deberá exhibir copia de las licencias vigentes a nombre del licitante.

El cumplimiento de este requisito otorgará: **(1 punto)**

El incumplimiento de este requisito. **(0 puntos)**

II.2.1.b Capacidad de los Recursos Económicos y de Equipamiento (14 puntos)

II.2.1.b.1 El licitante deberá contar con una metodología de planeación estratégica de marcas. Para acreditarlo deberá anexar el documento estratégico con la explicación de esta metodología así como carta de un cliente donde acredite el uso de la metodología y los resultados exitosos obtenidos.

El licitante que presente 4 casos en donde se haya aplicado dicha metodología, acompañados de las cartas de cada cliente, se le asignarán **2 puntos**.

El licitante que presente menos de 4 casos en donde se haya aplicado dicha metodología, acompañados de las cartas de cada cliente, se le asignarán **0 puntos**.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

El licitante que no presente casos en donde se haya aplicado dicha metodología, acompañados de las cartas de cada cliente, se le asignarán **0 puntos**.

II.2.1.b.2 El licitante deberá haber manejado con casas productoras al menos las siguientes tecnologías filmicas y equipos:

- Cámara Phantom
- Cámara Cineasta
- Tecnología Ultra HD.
- Animación 3D

Lo anterior deberá ser acreditado con cartas de casas productoras, en papel membretado, dónde manifiesten que el licitante ha producido materiales fílmicos con las cuatro tecnologías y equipos descritos.

Los documentos deberán contener los datos de contacto que permitan, en su caso, verificar la información.

El cumplimiento de este requisito otorgará: **(2 puntos)**

El licitante que no presente cartas de casa productoras, en papel membretado, donde manifiesten que el licitante ha producido materiales fílmicos con las cuatro tecnologías y equipos descritos. **(0 puntos)**

II.2.1.b.3 Acreditar que al menos uno de sus principales clientes en los últimos cuatro años hayan tenido una cobertura mediática de por lo menos una inversión anual:

- Mayor a 200 mdp en el mercado nacional **(5 puntos)**
- Mayor a 100 mdp hasta 200 mdp en el mercado nacional **(2 puntos)**
- Menor a 100 mdp en el mercado nacional **(0 puntos)**

Lo anterior se acreditará mediante carta de cliente, que demuestre la cobertura mediática pautaada en los últimos cuatro años por dichos montos.

El cumplimiento de este requisito otorgará un máximo de: **(5 puntos)**

II.2.1.b.4 Acreditar su productividad creativa durante los últimos doce meses anteriores a la fecha de publicación de la convocatoria, mediante la presentación de una relación que contenga:

- 300 o más comerciales de TV y 1,500 o más spots de radio en el mercado nacional **(4 puntos)**
- 250 a 299 comerciales de TV y de 1,000 a 1,499 spots de radio en el mercado nacional **(2 puntos)**
- Menor a 250 comerciales de TV y de 501 a 999 spots de radio en el mercado nacional **(0 puntos)**.

Estos spots deberán ser versiones originales creadas y supervisadas por la agencia participante, no serán consideradas adaptaciones o lift.

II.2.1.c Personas con Discapacidad: Los licitantes que cuenten con trabajadores con discapacidad, en una proporción de por lo menos cinco por ciento del número total de su planta de empleados y con una antigüedad no menor a seis meses, computada hasta la fecha del acto de presentación y apertura de proposiciones, se le asignará 1 punto. A partir del o los licitantes que hubieren obtenido la mayor puntuación, se distribuirá de manera proporcional la puntuación a los demás licitantes, aplicando para ello una regla de tres. Misma que se comprobará con el aviso de alta al régimen obligatorio del Instituto Mexicano del Seguro Social.

II.2.2 Experiencia y especialidad del licitante (18 puntos)

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

II.2.2.a Experiencia: Mayor tiempo prestando servicios similares (2 puntos, Asignación proporcional)

Que el licitante cuente con años de experiencia.

Se acreditará con copia simple de extractos de un máximo de 5 contratos no anteriores a 2006, que demuestren la prestación de servicios similares a los solicitados en el Anexo Técnico de la presente convocatoria. Los documentos deberán contener los datos de contacto que permitan verificar la información incluida.

El licitante que presente 5 años de experiencia se le asignará **2 puntos**, otorgando de manera proporcional puntos a los demás licitantes de acuerdo a los años de experiencia comprobados. El mínimo requerido de años de experiencia a comprobar para poder obtener puntos en este rubro será 2.

Máximo de puntos a obtener: **2 puntos**.

El licitante que no presente contratos se le otorgarán 0 puntos.

II.2.2.b Especialidad: Mayor número de contratos o documentos (16 puntos, Asignación proporcional)

II.2.2.b.1 Copia simple de contratos (carátula donde se compruebe el objeto del contrato y los tres rubros a demostrar así como el monto del contrato).

- Planeación Estratégica
- Creatividad
- Producción

Se podrán presentar un máximo de 20 contratos, cada uno por un monto mínimo de 5 millones de pesos y no podrán ser anteriores al ejercicio 2009.

El licitante que presente 20 contratos se le asignarán **6 puntos**, otorgando de manera proporcional puntos a los demás licitantes de acuerdo al número de contratos presentados.

El licitante que no presente ningún contrato se le asignará **0 puntos**.

II.2.2.b.2 Presentar campañas publicitarias de Marca en el sector turismo.

Dichas campañas deberán integrar estrategia, creatividad y producción.

Las campañas deberán incluir:

- a. Estrategia para el consumidor para el mercado nacional.
- b. Implementación en los principales medios de dicha campaña.
- c. Carta del cliente avalando la realización e implementación de la misma.

Sector turístico se limita en el caso de la presente licitación a:

- Entidades del Gobierno Federal
- Destinos.

Lo anterior se acreditará con un documento estratégico de la campaña de un máximo de 7 cuartillas, acompañado de una carta del cliente para quien se realizó dicha campaña.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

El licitante que presente 4 campañas publicitarias se le asignará **5 puntos**, otorgando de manera proporcional puntos a los demás licitantes de acuerdo a los documentos presentados

El licitante que presente 0 campañas publicitarias se le asignará **0 puntos**.

Máximo de Puntos a Obtener: **5 Puntos**.

II.2.2.b.3 Presentar premios y reconocimientos

Que el licitante cuente con premios a la efectividad publicitaria en los últimos cuatro años con campañas en el mercado nacional. Los premios y/o reconocimientos deben ser recibidos de una organización con reconocimiento internacional y avalada por las organizaciones de los países a los que pertenecen.

Se acreditará con fotografía del premio o carta de la organización que avaló el premio.

El licitante que presente 10 premios y/o reconocimientos se le asignará **2 puntos**, otorgando de manera proporcional puntos a los demás licitantes de acuerdo a los premios y reconocimientos presentados.

El licitante que no presente premios y/o reconocimientos se le asignará **0 puntos**.

El licitante que presente el mayor número de premios a la efectividad publicitaria en los últimos cuatro años para campañas de la industria turística en el mercado nacional, se le asignarán **3 puntos**, otorgando de manera proporcional puntos a los demás licitantes de acuerdo a los premios a la efectividad publicitaria en los últimos 4 años para campañas de la industria turística en el mercado nacional.

El licitante que no presente premios a la efectividad publicitaria en los últimos cuatro años para campañas de la industria turística en el mercado nacional, se le asignarán **0 puntos**.

Máximo de Puntos a Obtener: **5 Puntos**

II.2.3 Propuesta de trabajo (6 puntos)

El licitante deberá desarrollar en su propuesta técnica:

- a. Un plan de trabajo propuesto por el licitante con base en los servicios descritos en el presente anexo.
- b. Esquema estructural de la organización de los recursos humanos.

El Plan de Trabajo deberá tener un máximo de 12 cuartillas y comprender las fases, conforme a la descripción de los servicios a contratar establecidos en el numeral I.A del Anexo Técnico.

Los licitantes que no presenten el plan de trabajo se le otorgará **0 puntos**.

II.2.4 Cumplimiento de contratos (12 puntos, Asignación proporcional)

Se deberá comprobar que ha llevado a cabo el cumplimiento de sus contratos anteriores de manera satisfactoria. Lo anterior se acreditará 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.

El licitante que presente **10 cartas de liberación de garantías** o **cartas de satisfacción del cliente** con fecha posterior a **2007 (2008-2013)** se le asignará **12 puntos**, otorgando de manera proporcional puntos a los demás licitantes de acuerdo al número de garantías liberadas o cartas presentadas.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

El licitante que no presente cartas de liberación de garantías o cartas de satisfacción del cliente con fecha posterior a 2007 se le asignará **0 puntos**.

NOTAS:

Para todos los incisos del numeral II.2:

- Cada documento deberá contener los datos de contacto del cliente: nombre, puesto, teléfono y correo electrónico para, en su caso, confirmar dicha información.

El desglose de puntos de en los Requisitos de puntos y porcentajes será conforme a lo siguiente:

II.2.1 Capacidad del licitante: **24 Puntos** conformados por:

II.2.1.a Capacidad de Recursos Humanos: **10 puntos**

II.2.1.a.1: **3 Puntos**

II.2.1.a.2: **6 Puntos**

II.2.1.a.3: **1 Puntos**

II.2.1.b Capacidad de los recursos económicos y de equipamiento: **13 puntos**

II.2.1.b.1: **2 Puntos**

II.2.1.b.2: **2 Puntos**

II.2.1.b.3: **5 Puntos**

II.2.1.b.4: **4 Puntos**

II.2.1.c Personas con discapacidad: **1 Punto**

II.2.2 Experiencia y especialidad del licitante: **18 puntos** conformados por:

II.2.2.a Experiencia: **2 Puntos**

II.2.2.b Especialidad: **16 Puntos**

II.2.2.b.1: **6 Puntos**

II.2.2.b.2: **5 Puntos**

II.2.2.b.3: **5 Puntos**

II.2.3 Propuesta de Trabajo: **6 Puntos**

II.2.4 Cumplimiento de contratos: **12 Puntos**

TOTAL: 60 Puntos

El mínimo de puntos a obtener para ser considerada una propuesta solvente técnicamente será de 50 puntos.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

FORMATO A

PROPUESTA ECONÓMICA

No.	CONCEPTO	PRESUPUESTO A EJERCER	
		Mínimo \$	Máximo \$
		\$61,180,000.00 Pesos	\$152, 950,000.00 Pesos
1	<i>Porcentaje de Honorarios</i>		

NOTA. – EN EL IMPORTE NO SE DEBE CONSIDERAR EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, EL CUAL SERÁ CONSIDERADO EN LA FACTURA CORRESPONDIENTE.

EL PORCENTAJE DE HONORARIOS INCLUYE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, DE OPERACIÓN ASÍ COMO GASTOS DE COMPROBACIÓN Y SERÁ FIJO DURANTE LA VIGENCIA DEL CONTRATO. ASIMISMO, ESTE PORCENTAJE DE HONORARIOS CUBRE LA PROPUESTA Y DESARROLLO DE CONCEPTOS CREATIVOS.

EL PORCENTAJE DE HONORARIOS DEBERÁ EFECTUARSE CONFORME AL PRESUPUESTO MÍNIMO TOTAL DE LA PRESENTE CONVOCATORIA.

EL PORCENTAJE DE HONORARIOS DEBERÁ IR ACOMPAÑADO DEL SIGUIENTE **TARIFARIO BÁSICO**, MISMO QUE DEBERÁ ESTAR VIGENTE EN EL PERIODO DE CONTRATACIÓN. LOS COSTOS DE ESTE TARIFARIO NO PODRÁN CAMBIARSE SIN PREVIA AUTORIZACIÓN DEL CONSEJO Y NO DEBERÁN REBASAR EL PORCENTAJE DE INFLACIÓN PUBLICADO POR EL BANCO DE MÉXICO EN EL PERIODO FISCAL CORRESPONDIENTE.

ESTE TARIFARIO NO ES LIMITATIVO DE LOS SERVICIOS QUE PUDIERA REQUERIR EL CONSEJO. CUALQUIER COSTO ADICIONAL POR OTROS SERVICIOS DEBERÁ SER AUTORIZADO POR EL CONSEJO PREVIAMENTE A SU EJECUCIÓN.

ARMADO DE ORIGINALES PRENSA STANDARD	COSTOS
DOBLE PLANA	
DOBLE PLANA HORIZONTAL	
DOBLE MEDIA PLANA	
PLANA	
ROBAPLANA	
MEDIA PLANA	
1/4 DE PLANA	
MENOS DE 1/4 DE PLANA O SU EQUIVALENTE	
ARMADO DE ORIGINALES PRENSA TABLOIDE	
DOBLE PLANA	
DOBLE MEDIA PLANA	
PLANA	
ROBAPLANA TABLOIDE	

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
 “2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

MEDIA PLANA	
1/4 PLANA	
ARMADO DE ORIGINAL REVISTA	
UNA PAGINA (SELECCIONES)	
REVISTA STANDARD	
REVISTA TAMAÑO ESPECIAL	
REVISTA DOBLE PAGINA	
ARMADO DE ORIGINAL EXTERIORES	
ORIGINAL A PROPORCIÓN 60 X 40	
OTROS SERVICIOS ESPECIALES	
HORA DE MAC	
HORA DE MAC PARA RETOQUE DIGITAL	
COPIADO A BETACAM SP/ D	
GENERACION DE ARCHIVOS (Quick time, MOV, WMP, MP3, MP4, WAV, AIFF, etc.)	
ONLINE	
BANNERS ESTÁNDAR (DISEÑO)	
BANNERS ESTÁNDAR (ANIMACIÓN)	
DISEÑO DE LANDING PAGE	
MANTENIMIENTO DE LANDING PAGE	
DISEÑO HTML	
MANTENIMIENTO DE HTML	
ADAPTACIONES DE BANNER	
TAKE OVER CON 2 PIEZAS INTERACTIVAS ENTRE SI	
DESARROLLO DE SOCIAL AD (INCLUYE VERSIONES Y COPY)	
UNIDAD DE DISCOS (INCLUYE GRABADO)	
CD	
DVD	
DVD SD	
BLUE RAY	
AUTOREO	
ETIQUETAS DVD/CD	
IMPRESIONES Y COPIAS LASER A COLOR	
CARTA	
TABLOIDE	
PRUEBAS DIGITALES A COLOR	
CARTA	
TABLOIDE	

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
 “2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

SPOT: COTIZAR UN SPOT PARA TV DE 60 SEGUNDOS CONSIDERANDO VIAJE A CANCUN, 4 MODELOS, 3 DÍAS DE FILMACIÓN, MUSICA ORIGINAL	
PREPRODUCCIÓN	
PERSONAL TÉCNICO	
GASTOS DE PRODUCCIÓN	
UTILERÍA Y VESTUARIO	
FORO Y ESCENOGRAFÍA	
RENTA DE EQUIPO RODAJE	
MATERIAL VIRGEN	
TALENTO Y GASTOS	
EDICIÓN Y AUDIO (INCLUYENDO MUSICALIZACIÓN)	
POSTPRODUCCIÓN	
ANIMACIÓN	
MARK-UP	
OVERHEAD	
SEGUROS	
DERECHOS POR UN AÑO	
TRADUCCIÓN DE AUDIOS A 2 IDIOMAS	

*****COSTOS ESTIMADOS**

EQUIPO NECESARIO PARA LEVANTAMIENTO DE IMAGEN	
CÁMARAS ULTRA FULL HD 1980X1920, 4:4:4, P/I, 4 K, (CINE ALTA, PHANTOM, RED, VARICAM) (RENTA POR DÍA)	
CÁMARAS 35MM (RENTA POR DÍA)	
LENTES ULTRA PRIME ARRI, COOKE (RENTA POR DÍA)	
ISLA DE EDICIÓN: ULTRA FULL HD 1980X1920, 4:4:4, 4K (RENTA POR HORA)	
CORRECTOR DE COLOR: ULTRA FULL HD 1980X1920, 4:4:4, 4K, (RENTA POR HORA)	
MASTERIZACIÓN EN HD Y DATOS ULTRA HD 1980X1920 4K (RENTA POR PIEZA)	

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

LA EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA ECONÓMICA SE LLEVARÁ ACABO DE LA SIGUIENTE MANERA:

(Porcentaje de honorarios) x (presupuesto mínimo total de la licitación) = FEE

FEE + TOTAL TARIFARIO BÁSICO = **PROPUESTA ECONÓMICA TOTAL**

A MANERA DE EJEMPLO SE PRESENTA EL SIGUIENTE CASO PRÁCTICO.

CASO PRÁCTICO PROPUESTA ECONÓMICA

No.	CONCEPTO	PRESUPUESTO A EJERCER	
		Mínimo	Máximo
		\$54, 180,000.00 Pesos	\$135, 450,000.00 Pesos
		GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, DE OPERACIÓN Y GASTOS DE COMPROBACIÓN	
		LA PROPUESTA Y DESARROLLO DE CONCEPTOS CREATIVOS	
1	<i>Porcentaje de Honorarios</i>	6.2%	

ARMADO DE ORIGINALES PRENSA STANDARD	COSTOS
DOBLE PLANA	3,657.00
DOBLE PLANA HORIZONTAL	3,657.00
DOBLE MEDIA PLANA	2,438.00
PLANA	2,438.00
ROBAPLANA	2,438.00
MEDIA PLANA	2,438.00
1/4 DE PLANA	2,438.00
MENOS DE 1/4 DE PLANA O SU EQUIVALENTE	1,219.00
	20,723.00
ARMADO DE ORIGINALES PRENSA TABLOIDE	
DOBLE PLANA	3,657.00
DOBLE MEDIA PLANA	2,438.00
PLANA	2,438.00
ROBAPLANA TABLOIDE	2,438.00
MEDIA PLANA	2,438.00
1/4 PLANA	1,219.00
	14,628.00
ARMADO DE ORIGINAL REVISTA	
UNA PAGINA (SELECCIONES)	2,438.00

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

REVISTA STANDARD	2,438.00
REVISTA TAMAÑO ESPECIAL	4,876.00
REVISTA DOBLE PAGINA	3,657.00
	13,409.00
ARMADO DE ORIGINAL EXTERIORES	
ORIGINAL A PROPORCIÓN 60 X 40	4,876.00
	4,876.00
OTROS SERVICIOS ESPECIALES	
HORA DE MAC	1,960.00
HORA DE MAC PARA RETOQUE DIGITAL	1,960.00
COPIADO A BETACAM SP/ D	600.00
GENERACION DE ARCHIVOS (Quick time, MOV, WMP, MP3, MP4, WAV, AIFF, etc.)	250.00
	4,770.00
ONLINE	
BANNERS ESTÁNDAR (DISEÑO)	7,600.00
BANNERS ESTÁNDAR (ANIMACIÓN)	7,600.00
DISEÑO DE LANDING PAGE	27,287.00
MANTENIMIENTO DE LANDING PAGE	12,403.00
DISEÑO HTML	7,600.00
MANTENIMIENTO DE HTML	4,365.00
ADAPTACIONES DE BANNER	17,510.00
TAKE OVER CON 2 PIEZAS INTERACTIVAS ENTRE SI	15,590.00
DESARROLLO DE SOCIAL AD (INCLUYE VERSIONES Y COPY)	5,361.00
	105,316.00
UNIDAD DE DISCOS (INCLUYE GRABADO)	
CD	239.00
DVD	450.00
DVD SD	450.00
BLUE RAY	450.00
AUTOREO	1,000.00
ETIQUETAS DVD/CD	0.00
	2,589.00
IMPRESIONES Y COPIAS LASER A COLOR	
CARTA	8.97
TABLOIDE	17.25
	26.22
PRUEBAS DIGITALES A COLOR	
CARTA	250.00
TABLOIDE	500.00

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
 “2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

	750.00
SPOT:	
COTIZAR UN SPOT PARA TV DE 60 SEGUNDOS CONSIDERANDO VIAJE A CANCUN, 4 MODELOS, 3 DÍAS DE FILMACIÓN, MUSICA ORIGINAL.	
PREPRODUCCIÓN	473,700.00
PERSONAL TÉCNICO	948,300.00
GASTOS DE PRODUCCIÓN	986,540.00
UTILERÍA Y VESTUARIO	285,000.00
FORO Y ESCENOGRAFÍA	0.00
RENTA DE EQUIPO RODAJE	343,404.25
MATERIAL VIRGEN	25,601.55
TALENTO Y GASTOS	78,000.00
EDICIÓN Y AUDIO (INCLUYENDO MUSICALIZACIÓN)	95,600.00
POSTPRODUCCIÓN	69,355.00
ANIMACIÓN	0.00
MARK-UP	661,100.16
OVEHEAD	0.00
SEGUROS	126,405.00
DERECHOS POR UN AÑO	237,200.00
TRADUCCIÓN DE AUDIOS A 2 IDIOMAS	165,000.00
	4,495,205.96
EQUIPO NECESARIO PARA LEVANTAMIENTO DE IMAGEN	
CÁMARAS ULTRA FULL HD 1980X1920, 4:4:4, P/I, 4 K, (CINE ALTA, PHANTOM, RED, VARICAM) (RENTA POR DÍA)	28,000.00
CÁMARAS 35MM (RENTA POR DÍA)	12,000.00
LENTES ULTRA PRIME ARRI, COOKE (RENTA POR DÍA)	10,000.00
ISLA DE EDICIÓN: ULTRA FULL HD 1980X1920, 4:4:4, 4K (RENTA POR HORA)	1,300.00
CORRECTOR DE COLOR: ULTRA FULL HD 1980X1920, 4:4:4, 4K, (RENTA POR HORA)	7,000.00
MASTERIZACIÓN EN HD Y DATOS ULTRA HD 1980X1920 4K (RENTA POR PIEZA)	1,440.00
	59,740.00
TOTAL TARIFARIO BÁSICO	4,722,033.18

LA EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA ECONÓMICA SE LLEVARÁ ACABO DE LA SIGUIENTE MANERA:

(Porcentaje de honorarios) x (presupuesto mínimo total de la licitación) = **FEE**

Porcentaje de honorarios: **6.2% (0.062)**

Presupuesto mínimo total de la licitación: **54, 180,000.00 Pesos**

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

Por lo que: $0.062 \times 54.18 = 3.35 \text{ MDP} = 3,359,160.00 \text{ MDP}$

POR LO QUE:

FEE + TOTAL TARIFARIO = **PROPUESTA ECONÓMICA TOTAL**

$3,359,160.00 + 4,722,033.18 = 8,081,193.18$

EL MONTO DE LA PROPUESTA ECONÓMICA TOTAL SERÁ EL MONTO A UTILIZAR PARA LA EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA ECONÓMICA (NUMERAL 5.1.1. DE LA PRESENTE CONVOCATORIA) DONDE:

- SE DEBERÁ EXCLUIR DEL PRECIO OFERTADO POR EL LICITANTE EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, Y SÓLO SE CONSIDERARÁ EL PRECIO NETO PROPUESTO.
- EL TOTAL DE PUNTUACIÓN O UNIDADES PORCENTUALES DE LA PROPUESTA ECONÓMICA, DEBERÁ TENER UN VALOR NUMÉRICO MÁXIMO DE 40, POR LO QUE LA PROPUESTA ECONÓMICA QUE RESULTE SER LA MÁS BAJA DE LAS TÉCNICAMENTE ACEPTADAS, DEBERÁ ASIGNÁRSELE ESA PUNTUACIÓN O UNIDAD PORCENTUAL MÁXIMA.
- 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

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

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 Licitación Pública Nacional Electrónica No. LA-021W3J001-N110-2013, 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).

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

ATENTAMENTE

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.

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

FORMATO C

VERIFICACIÓN DE RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS

Nombre de la Empresa Participante _____

Representante _____

Cargo _____ Telefonos _____

PUNTO EN Convocatoria	CONCEPTO	PRESENTA	NO PRESENTA
-----------------------	----------	----------	-------------

4.1.1 DE LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA

4.1.1 a)	ACREDITACIÓN DE EXISTENCIA Y PERSONALIDAD JURÍDICA.		
4.1.1 b)	MANIFESTACIÓN DE NACIONALIDAD MEXICANA		
4.1.1 c)	ESCRITO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD DE NO ENCONTRARSE EN LOS SUPUESTOS ESTABLECIDOS EN LOS ARTÍCULOS 50 Y 60, ANTEPENÚLTIMO PÁRRAFO DE LA LEY.		
4.1.1 d)	DECLARACIÓN DE INTEGRIDAD.		
4.1.1 e)	ACREDITACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE NORMAS		
4.1.1 f)	PROPUESTA ECONÓMICA (FORMATO “A”)		

4.1.2 DE LOS REQUISITOS TÉCNICOS

II. 1 Requisitos de Cumplimiento Obligatorio (cumple – no cumple)

PUNTO	CONCEPTO	PRESENTA	NO PRESENTA
II.1.1.	Carta compromiso preferentemente en papel membretado de la empresa licitante, con firma autógrafa del representante legal de la misma, dónde se comprometa a proporcionar los servicios solicitados en el numeral I. Servicios a Contratar.		
II.1.2	Tener por objeto social la planeación estratégica, creatividad y producción publicitarias, con al menos 5 años de antigüedad, la prestación de servicios de la misma naturaleza de la que es objeto de la presente convocatoria, para lo cual se deberá anexar: Copia del Acta Constitutiva y en su caso, las modificaciones.		

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

<p>II.1.3.</p>	<p>. Los licitantes deben acreditar que cuentan con al menos 1 año de antigüedad anterior a la publicación de la presente convocatoria, con oficinas establecidas legalmente en México; acreditándolo mediante copia simple a nombre del licitante de los documentos que acrediten dicha circunstancia o copia simple de un extracto del contrato, donde se comprueben los datos de la empresa, datos del arrendador, domicilio y firmas del arrendador y arrendatario.</p>																																																		
<p>II.1.4.</p>	<p>Contar con un capital contable de al menos el 20% del presupuesto máximo anual a ejercer en 2013 de acuerdo a la presente convocatoria; acreditándolo con copia simple de la declaración de impuestos correspondiente al ejercicio fiscal anterior, o los Estados Financieros auditados.</p>																																																		
<p>II.1.5.</p>	<p>Acreditar que la plantilla del personal ofertada cuente con los siguientes recursos humanos en los puestos y perfiles solicitados o sus equivalentes:</p> <table border="1" data-bbox="329 869 1159 1619"> <thead> <tr> <th>Personal Requerido</th> <th>Cantidad</th> <th>% Tiempo requerido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a. Presidente de la Agencia</td> <td align="center">1</td> <td align="center">20%</td> </tr> <tr> <td>b. Director de Planeación</td> <td align="center">1</td> <td align="center">50%</td> </tr> <tr> <td>c. Director Creativo</td> <td align="center">1</td> <td align="center">100%</td> </tr> <tr> <td>d. Director Creativo (digital)</td> <td align="center">1</td> <td align="center">100%</td> </tr> <tr> <td>e. Director de Cuenta</td> <td align="center">1</td> <td align="center">100%</td> </tr> <tr> <td>f. Director de Arte</td> <td align="center">1</td> <td align="center">100%</td> </tr> <tr> <td>g. Diseñadores</td> <td align="center">3</td> <td align="center">100%</td> </tr> <tr> <td>h. Diseñadores (digital)</td> <td align="center">2</td> <td align="center">100%</td> </tr> <tr> <td>i. Programador web</td> <td align="center">1</td> <td align="center">100%</td> </tr> <tr> <td>j. Copy</td> <td align="center">2</td> <td align="center">100%</td> </tr> <tr> <td>k. Atención a Clientes y Tráfico de materiales</td> <td align="center">2</td> <td align="center">100%</td> </tr> <tr> <td>l. Director de Producción</td> <td align="center">1</td> <td align="center">40%</td> </tr> <tr> <td>m. Servicios legales</td> <td align="center">1</td> <td align="center">40%</td> </tr> <tr> <td>n. Ejecutivo de cuenta (in-plant)</td> <td align="center">2</td> <td align="center">100%</td> </tr> <tr> <td>o. Administrador</td> <td align="center">1</td> <td align="center">100%</td> </tr> </tbody> </table> <p>a. Presidente de la Agencia: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia o afines, de preferencia con algún posgrado en temas similares. Contar con 10 años como mínimo de experiencia en Agencias de Publicidad y 5 años como Presidente de la Agencia, con experiencia en el manejo de cuentas de la industria turística con presencia en México.</p> <p>b. Director de Planeación: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia o afines, de preferencia con algún posgrado en temas</p>	Personal Requerido	Cantidad	% Tiempo requerido	a. Presidente de la Agencia	1	20%	b. Director de Planeación	1	50%	c. Director Creativo	1	100%	d. Director Creativo (digital)	1	100%	e. Director de Cuenta	1	100%	f. Director de Arte	1	100%	g. Diseñadores	3	100%	h. Diseñadores (digital)	2	100%	i. Programador web	1	100%	j. Copy	2	100%	k. Atención a Clientes y Tráfico de materiales	2	100%	l. Director de Producción	1	40%	m. Servicios legales	1	40%	n. Ejecutivo de cuenta (in-plant)	2	100%	o. Administrador	1	100%		
Personal Requerido	Cantidad	% Tiempo requerido																																																	
a. Presidente de la Agencia	1	20%																																																	
b. Director de Planeación	1	50%																																																	
c. Director Creativo	1	100%																																																	
d. Director Creativo (digital)	1	100%																																																	
e. Director de Cuenta	1	100%																																																	
f. Director de Arte	1	100%																																																	
g. Diseñadores	3	100%																																																	
h. Diseñadores (digital)	2	100%																																																	
i. Programador web	1	100%																																																	
j. Copy	2	100%																																																	
k. Atención a Clientes y Tráfico de materiales	2	100%																																																	
l. Director de Producción	1	40%																																																	
m. Servicios legales	1	40%																																																	
n. Ejecutivo de cuenta (in-plant)	2	100%																																																	
o. Administrador	1	100%																																																	

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
 “2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

	<p>similares. Contar con 3 años como mínimo de experiencia en Agencias de Publicidad y 1 año como Director de Planeación, haber manejado 2 marcas comerciales con presencia en México y con experiencia en el manejo de cuentas de la industria turística con presencia en México.</p> <p>c. Director Creativo: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia o afines. Contar con 5 años como mínimo de experiencia en agencias de Publicidad, 3 años como Director Creativo, haber manejado 2 marcas comerciales con presencia en México y con experiencia en el manejo de cuentas de la industria turística con presencia en México. Experiencia comprobable para trasladar resultados de estudios de mercado y briefs a una estrategia creativa.</p> <p>d. Director Creativo (digital): Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico, Publicidad o afines. Contar con 2 años como mínimo de experiencia en Agencias de Publicidad y en plataformas digitales y mobile. Con experiencia en desarrollo de acciones de comunicación en múltiples soportes. En estrecha relación con las áreas de Cuentas y Estrategia, se responsabilizará del desarrollo de concepto, diseño y ejecución creativa de acciones de comunicación e identidad corporativa, ejecución de desarrollos sobre múltiples plataformas de diseño, lo que comprende material gráfico, branding, publicidad digital, emarketing, web design, etc, desarrollo y creación de ideas creativas aplicadas a campañas interactivas, diseño y programación en distintas plataformas y lenguajes, implementación de aplicación y soluciones multimedia y con experiencia en el manejo de cuentas de la industria turística con presencia en México.</p> <p>e. Director de Cuenta: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia o afines. Contar con 5 años como mínimo de experiencia en agencias de Publicidad, 3 años como Director de cuenta y con experiencia en el manejo de cuentas de la industria turística con presencia en México.</p> <p>f. Director de Arte: Licenciatura en Diseño o afines. Contar con 3 años como mínimo de experiencia en agencias de Publicidad, 1 año como Director y con experiencia en el manejo de cuentas de la industria turística con presencia en México.</p> <p>g. Diseñadores. Licenciatura en diseño gráfico.</p> <p>h. Diseñadores (digital). Licenciatura en diseño gráfico con especialidad en diseño web y multimedia. Experiencia mínima de 4 años en el manejo de html, css, flash, xml, asp. HTML5,CSS, XML elaboración de conceptos gráficos, elaboración de diseños para marketing digital (diseños en monitores, diseños para dispositivos mobiles, presentaciones), diseños para trípticos, tarjeta. Conocimiento en uso en tecnologías Apple (Dispositivos: Mac pro, ipad, iphone / Entornos:IOS5 ->). Diseño de sitios web de contenido y productos Banners, Micrositios, LandingPages, etc. Conocimientos en Photoshop, Dreamweaver, Illustrator.</p>		
--	---	--	--

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
 “2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

	<p>i. Programador Web. Ingeniería en Sistemas Computacionales o afín, experiencia mínima de 5 años en Análisis de Sistemas, Computación, Ing. Informática, Programación, Tecnología de la Información Conocimientos Técnicos: Conocimiento Básico de AS3, Manejo avanzado de vectores, Animación Tween, Motion y Classic. Manejo de paquetería: Suite de Adobe CS5, Illustrator, Photoshop, Flash Animación de Personajes (intermedio-avanzado), animación de objetos diversos (intermedio-avanzado), maquetado y animación de escenarios (intermedio - avanzado), creación de MovieClips con sonidos, optimización de vectores.</p> <p>j. Encargados de Copy: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia o afines. Contar con 3 años como mínimo en agencias de publicidad. Habilidad comprobable para comunicar de forma clara y breve aquellos conceptos que el anunciante desea transmitir (mostrar por lo menos 3 ejemplos de trabajos realizados para cuentas de la industria turística con presencia en México).</p> <p>k. Ejecutivos de Atención a Clientes y Tráfico de Materiales: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia, Relaciones Públicas o afines. Experiencia de al menos 1 año en atención a clientes. Comprensión de conceptos de marketing digital (SEO / SEM, Social, eCRM) y con experiencia en el manejo de cuentas de la industria turística con presencia en México.</p> <p>l. Director de Producción: Contar con 5 años de experiencia en la realización de materiales publicitarios, dentro del mercado nacional. Haber trabajado con diversas casas productoras y para la atención en producción de diferentes marcas comerciales. Tener conocimientos de diseño gráfico, generación y animación, corrección de color, edición, locución, grabación y mezcla de audio, fotografía, retoque digital, tener conocimientos de los diferentes formatos utilizados por la industria. Haber participado en la realización de materiales publicitarios tanto para la industria privada como para la pública.</p> <p>m. Asesor legal: Licenciado en Derecho con especialidad en administración o afín y que tenga al menos 5 años de experiencia laborando en agencias de publicidad.</p> <p>n. Ejecutivo de cuenta (in-plant): Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o Mercadotecnia y que tenga al menos 1 año de experiencia operando campañas publicitarias. Dichos ejecutivos deberán ser presentados para entrevista en El Consejo.</p> <p>o. Administrador: Licenciado en Contaduría o afines que tenga al menos 5 años de experiencia llevando la administración de cuentas de la agencia para el sector público y con experiencia en la administración de cuentas de la industria turística con presencia en México.</p> <p>Para acreditar lo anterior se deberá entregar dentro de su propuesta técnica:</p>		
--	--	--	--

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

	<p>Currículum Vitae de cada persona, con firma autógrafa, el Consejo se reserva el derecho de verificar los datos contenidos en cada uno.</p> <p>Carta de los clientes de la industria turística que avalen la experiencia del personal propuesto por la agencia. La cartas deberán contener los datos de contacto del cliente(s), (nombre, puesto, teléfono y correo electrónico) para, en su caso, confirmar dicha información por parte del Consejo.</p> <p>Para el Presidente de la Agencia, Director de Planeación, Director Creativo y Director de Cuenta, además, una carta suscrita por un cliente, en hoja membretada del cliente y con firma autógrafa, en donde se acredite la experiencia solicitada del personal. Las cartas deberán contener los datos de contacto del cliente(s), (nombre, puesto, teléfono y correo electrónico) para, en su caso, confirmar dicha información por parte del Consejo.</p>		
II.1.6.	<p>La agencia deberá contar con la Norma Mexicana vigente que aplica a las agencias de publicidad (NMX-R-051-SCFI-2006) que establece los sistemas, procedimientos de operación y procesos de calidad mínimos que deben cumplir las agencias de publicidad.</p> <p>Lo anterior se acreditará mediante la presentación de copia simple de la norma antes mencionada a nombre del Licitante.</p>		
II.1.7.	<p>La agencia deberá acreditar su productividad creativa mediante la presentación de una relación con 200 comerciales de TV y 500 spots de radio realizados durante los últimos doce meses anteriores a la fecha de publicación de la convocatoria. Dicha relación deberá contener los datos de contacto del Cliente a los cuales se les hizo el comercial o el spot para que en su caso el CPTM pueda verificar o solicitar los materiales. Estos spots deberán ser versiones originales creadas y supervisadas por la agencia participante, no serán consideradas adaptaciones o lift.</p>		
II.1.8.	<p>La agencia deberá contar con al menos un premio a la eficiencia publicitaria de campañas en el mercado nacional en los últimos cuatro años. Los premios y/o reconocimientos deben ser recibidos de una organización con reconocimiento internacional y avalada por las organizaciones de los países a los que pertenecen.</p>		

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

DE LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA.

PUNTO	CONCEPTO	PRESENTA	NO PRESENTA
4.2.1 a)	DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO		
4.2.1 b)	CARÁCTER DE ESTRATIFICACIÓN.		

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

4.2.2 DEL ANEXO TÉCNICO.

PUNTO	CONCEPTO	PRESENTA	NO PRESENTA
II.2.1	CAPACIDAD DEL LICITANTE		
II.2.1.a.1	<p>Contar en la plantilla de Recursos Humanos ofertada con el Director Creativo con experiencia en al menos una campaña del sector turístico, operando en el mismo puesto dentro de la empresa licitante. Para acreditar lo anterior, por cada Director Creativo, se deberá presentar una carta en papel membretado, con firma autógrafa del cliente avalando que desarrolló una campaña turística.</p> <p>Deberán acompañar las cartas con 1 (una) ejecución, (por medio) de la campaña en el sector turístico que contenga:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Televisión: Story board. b) Radio: Lines de radio. c) Prensa: Impresos tamaño carta. d) Web. Impresos o estadísticas que lo comprueben (CTR, o similar) <p>Sector turístico se limita en el caso de la presente licitación a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entidades del Gobierno Federal • Destinos. <p>Los documentos deberán contener los datos de contacto que en su caso, permitan verificar la información incluida.</p>		
II.2.1.a.2	<p>Contar dentro de la plantilla ofertada con el siguiente personal:</p> <p>Director de Planeación: Tener 2 o más años de experiencia como Director de Planeación</p> <p>Director de Cuenta: Tener 4 o más años de experiencia como Director de cuenta.</p> <p>Director de Cuenta: Tener 3 o más años de experiencia en cuentas de la industria turística.</p> <p>Director Creativo: Tener 5 o más años de experiencia como Director Creativo y con experiencia en el manejo de cuando menos 2 cuentas de la industria turística con presencia en México.</p> <p>Director de Producción: Tener 5 o más años de experiencia como Director de Producción y con experiencia en el manejo de cuando menos 2 cuentas de la industria turística con presencia en México.</p>		

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
 “2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

	Lo anterior deberá acreditarse con una constancia de servicios prestados de la agencia.		
II.2.1.a.3	La agencia debe contar con la capacidad de manejo en software de retoque, corrección y balance de color, así como photoshop y adobe. Y para armado de originales: illustrator de adobe. Para acreditarlo deberá exhibir copia de las licencias vigentes a nombre del licitante.		
II.2.1.b.1	El licitante deberá contar con una metodología de planeación estratégica de marcas. Para acreditarlo deberá anexar el documento estratégico con la explicación de esta metodología así como carta de un cliente donde acredite el uso de la metodología y los resultados exitosos obtenidos.		
II.2.1b.2	El licitante deberá haber manejado con casas productoras al menos las siguientes tecnologías fílmicas y equipos: <ul style="list-style-type: none"> - Cámara Phantom - Cámara Cineasta - Tecnología Ultra HD. - Animación 3D <p>Lo anterior deberá ser acreditado con cartas de casas productoras, en papel membretado, dónde manifiesten que el licitante ha producido materiales fílmicos con las cuatro tecnologías y equipos descritos.</p> <p>Los documentos deberán contener los datos de contacto que permitan, en su caso, verificar la información.</p>		
II.2.1.b.3	Acreditar que al menos uno de sus principales clientes en los últimos cuatro años hayan tenido una cobertura mediática de por lo menos una inversión anual: <ul style="list-style-type: none"> • Mayor a 200 mdp en el mercado nacional, o • Mayor a 100 hasta 200 mdp en el mercado nacional, o • Menor a 100 mdp en el mercado nacional <p>Lo anterior se acreditará con cartas de cliente, que demuestren la cobertura mediática pautaada en los últimos cuatro años por dichos montos.</p>		
II.2.1.b.4	Acreditar su productividad creativa durante los últimos doce meses anteriores a la fecha de publicación de la convocatoria, mediante la presentación de una relación que contenga☺ <ul style="list-style-type: none"> • 300 o más comerciales de TV y 1,500 o más spots de radio en el mercado nacional, o • 250 a 299 comerciales de TV y de 1,000 a 1,499 spots de radio en el mercado nacional, o • Menor a, 250 comerciales de TV y de 501 a 999 spots de radio en el mercado nacional 		

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

	Estos spots deberán ser versiones originales creadas y supervisadas por la agencia participante, no serán consideradas adaptaciones o lift.		
II.2.1.c	Personas con Discapacidad: Los licitantes que cuenten con trabajadores con discapacidad, en una proporción de por lo menos cinco por ciento del número total de su planta de empleados y con una antigüedad no menor a seis meses, computada hasta la fecha del acto de presentación y apertura de proposiciones, se le asignará 1 punto. A partir del o los licitantes que hubieren obtenido la mayor puntuación, se distribuirá de manera proporcional la puntuación a los demás licitantes, aplicando para ello una regla de tres. Misma que se comprobará con el aviso de alta al régimen obligatorio del Instituto Mexicano del Seguro Social.		
II.2.2			
II.2.2.a	Que el licitante cuente con años de experiencia. Se acreditará con copia simple de extractos de un máximo de 5 contratos no anteriores a 2006, que demuestren la prestación de servicios similares a los solicitados en el Anexo Técnico de la presente convocatoria. Los documentos deberán contener los datos de contacto que permitan verificar la información incluida. El mínimo requerido de años de experiencia a comprobar para poder obtener puntos en este rubro será 2.		
II.2.2.b.1	Copia simple de contratos (carátula donde se compruebe el objeto del contrato y los tres rubros a demostrar así como el monto del contrato). <ul style="list-style-type: none"> • Planeación Estratégica • Creatividad • Producción Se podrán presentar un máximo de 20 contratos, cada uno por un monto mínimo de 5 millones de pesos y no podrán ser anteriores al ejercicio 2009.		
II.2.2.b.2	Presentar campañas publicitarias de Marca en el sector turismo. Dichas campañas deberán integrar estrategia, creatividad y producción. Las campañas deberán incluir: <ol style="list-style-type: none"> a. Estrategia para el consumidor para el mercado nacional. b. Implementación en los principales medios de dicha campaña. c. Carta del cliente avalando la realización e implementación de la misma. 		

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

	<p>Sector turístico se limita en el caso de la presente licitación a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entidades del Gobierno Federal • Destinos. <p>Lo anterior se acreditará con un documento estratégico de la campaña de un máximo de 7 cuartillas, acompañado de una carta del cliente para quien se realizó dicha campaña.</p>		
II.2.2.b.3	<p>Presentar premios y reconocimientos</p> <p>Que el licitante cuente con premios a la efectividad publicitaria en los últimos cuatro años con campañas en el mercado nacional. Los premios y/o reconocimientos deben ser recibidos de una organización con reconocimiento internacional y avalada por las organizaciones de los países a los que pertenecen.</p> <p>Se acreditará con fotografía del premio o carta de la organización que avaló el premio.</p>		
II.2.3			
	<p>Propuesta de trabajo</p> <p>El licitante deberá desarrollar en su propuesta técnica:</p> <p>a. Un plan de trabajo propuesto por el licitante con base en los servicios descritos en el presente anexo. b. Esquema estructural de la organización de los recursos humanos.</p> <p>El Plan de Trabajo deberá tener un máximo de 12 cuartillas y comprender las fases, conforme a la descripción de los servicios a contratar establecidos en el numeral I.A del Anexo Técnico.</p>		
II.2.4			
	<p>Cumplimiento de contratos</p> <p>Se deberá comprobar que ha llevado a cabo el cumplimiento de sus contratos anteriores de manera satisfactoria. Lo anterior se acreditará 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 DEL REPRESENTANTE

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

FORMATO D

ACREDITAMIENTO DE LA EXISTENCIA Y PERSONALIDAD JURÍDICA
(En papel con membrete de la empresa, o bien con su nombre o razón social impreso).

_____*(nombre)*_____, manifiesto bajo protesta de decir verdad, que los datos aquí asentados, son ciertos y han sido debidamente verificados, así como que cuento con facultades suficientes para suscribir la proposición en la presente Licitación pública, a nombre y representación de: _____*(persona física o moral)*_____.

Clave del registro federal de contribuyentes:

Domicilio Fiscal:

Calle y número:

Colonia:

Delegación o municipio:

Código postal:

Entidad Federativa:

Teléfonos:

fax:

Correo electrónico:

Fecha y número de la escritura pública mediante la cual acredite su existencia legal, y en su caso, la o las de sus reformas o modificaciones:

Nombre, número y lugar del notario público ante el cual se dio fe de la(s) misma(s):

Fecha y datos de su inscripción en el registro público de comercio:

Nombre de los socios:

Apellido paterno:

Apellido materno:

Nombre(s):

Descripción del objeto social:

Nombre del Representante Legal:

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

Escritura pública número:

Fecha:

Nombre, número y lugar del notario público ante el cual se otorgó:

(Lugar y fecha)
Protesto lo necesario.

(Nombre y firma de la persona física o Representante Legal de la persona física o moral o Representante Común de la agrupación de personas)

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.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

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, México, D.F.

Para efecto de presentar propuesta y, en su caso celebrar el contrato respectivo con esa Entidad, en relación a la Licitación Pública Nacional Electrónica No. LA-021W3J001-N110-2013, para la **contratación de una Agencia de Publicidad que proporcione los servicios de planeación estratégica, creatividad y producción publicitaria para medios tradicionales y online para el mercado nacional**, 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 a quien represento, no nos encontramos en ninguno de los supuestos que se establecen en estos preceptos.

NOMBRE, FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
"2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano"

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, México, D.F.

Me refiero al procedimiento de Licitación Pública Nacional Electrónica No. LA-021W3J001-N110-2013, en el que mi representada, (*) 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 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.

A T E N T A M E N T E

(Firma autógrafa del representante legal)

(*) En este apartado señalar una y solo una de las siguientes 2 opciones, según sea el caso:

Persona Física: Señalar el nombre de la persona física que participa, tal y como aparece en su Registro Federal de Contribuyentes.

o

Persona Moral: Señalar el nombre de la empresa que participa tal y como aparece en su Registro Federal de Contribuyentes.

Nota: Cada uno de los licitantes que decidan agruparse para presentar una proposición conjunta, deberán suscribir en forma individual este documento.

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

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

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.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
"2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano"

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)

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
"2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano"

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 NACIONAL ELECTRÓNICA No. LA-021W3J001-N110-2013

_____ de _____ de _____ (1)
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
PRESENTE

CON REPRESENTANTE

Me refiero a la Licitación Pública Nacional Electrónica No. LA-021W3J001-N110-2013, en cuya(s) junta(s) de aclaraciones mi representada, _____ (3) tiene interés en participar.

SIN REPRESENTANTE

Me refiero a la Licitación Pública Nacional Electrónica No. LA-021W3J001-N110-2013, 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)

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

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 del interesado o de su representante.



CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

FORMATO J

MODELO DE CONTRATO

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS NÚMERO _____/2013, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE, EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V., REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR EL M.A. RAÚL GONZÁLEZ VALADEZ, EN SU CARÁCTER DE DIRECTOR EJECUTIVO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS, EN SU CARÁCTER DE DIRECTOR EJECUTIVO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS Y REPRESENTANTE LEGAL Y, POR LA OTRA, LA EMPRESA _____, A TRAVÉS DE SU REPRESENTANTE LEGAL, _____, A QUIEN EN LO SUCESIVO Y PARA LOS EFECTOS DEL PRESENTE CONTRATO SE LES DENOMINARÁ COMO “EL CONSEJO” Y “EL PROVEEDOR”, RESPECTIVAMENTE, AL TENOR DE LAS DECLARACIONES Y CLÁUSULAS SIGUIENTES:

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, Licenciado 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 confiere el artículo 39 de la Ley General de Turismo y demás disposiciones aplicables y que tiene dentro de su objeto social el relativo a celebrar todos los actos y contratos necesarios para el cumplimiento de sus fines.

I.2 El M.A. Raúl González Valadez acredita su personalidad con el testimonio del Poder Notarial Número 60,132, de fecha 11 de marzo de 2013, pasado ante la fe del Notario Público Número 32, del Distrito Federal, Licenciado Francisco Jacobo Sevillano González, por lo que cuenta con las facultades legales para representar a “EL CONSEJO” en actos de administración, mismas que no le han sido revocadas, modificadas o limitadas de manera alguna.

I.3 Que firma el presente contrato en su carácter de representante legal de “EL CONSEJO”, en uso de las facultades conferidas en el artículo 41 fracción XXV del Estatuto Orgánico del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., designando para la administración y verificación al Lic. Gerardo Alberto Llanes Álvarez, Director Ejecutivo de Mercadotecnia y la Lic. Blanca Esther Carrera Hernández, Directora de Marcas de “EL 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 adjudicó mediante fallo emitido por “EL CONSEJO” el día _____, en el procedimiento de Licitación Pública Nacional Electrónica No. LA-021W3J001-N____-2013, convocada en términos de lo dispuesto por los artículos 26, fracción

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

I, 26 Bis, fracción II, 28, fracción I, 29, 30 y 47 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, cuya Convocatoria y Actas de Juntas de Aclaraciones se incluyen como ANEXO ____ de este contrato.

I.5 Cuenta con la asignación presupuestaria y con la disponibilidad de recursos suficiente para el pago de los servicios objeto de este contrato que fueron autorizados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, y con la Requisición de Compra con número de folio 066 de fecha 10 de enero de 2013 emitida por “EL CONSEJO”, conforme al presupuesto aprobado por la H. Cámara de Diputados para 2013, así como a la captación de ingresos por concepto del pago de derechos por la condición de estancia de visitante sin permiso para realizar actividades remuneradas (derecho de visitante) (DHR) y al calendario de gasto autorizado a “EL CONSEJO”.

Asimismo con fundamento en lo dispuesto por el artículo 148 del Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, el Director General de “EL CONSEJO” autorizó la contratación plurianual de los servicios objeto del presente contrato, mediante autorización, de fecha 8 de julio de 2013, sujeta su ejecución y pago para el ejercicio fiscal de 2013 a los ingresos por concepto del pago de derechos por la condición de estancia de visitante sin permiso para realizar actividades remuneradas (derecho de visitante). (DHR) y al calendario de gasto que se autorice a “EL CONSEJO”.

I.6 Su Registro Federal de Contribuyentes es CPT-991022-DE7 y tiene su domicilio en Viaducto Miguel Alemán Número 105, Colonia Escandón, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11800, México, Distrito Federal.

II. Declara “EL PROVEEDOR” a través de su representante que:

II.1 Es una empresa de nacionalidad mexicana, legalmente constituida y debidamente registrada conforme a las leyes de los Estados Unidos Mexicanos, según se hace constar en la Escritura Número _____ de fecha _____, otorgada ante la fe del Notario Público No. ____ del _____, inscrita en _____, bajo el folio número _____, de fecha _____.

II.2 Su objeto social es, entre otros, _____.

II.3 Su representante legal, se identifica con _____, número _____ expedido a su favor por _____, el día ____ de ____ de _____, y acredita su personalidad con la escritura pública Número _____, de fecha _____, otorgada ante _____, de (lugar), _____, por lo que está investido de las facultades legales suficientes para representar a “EL PROVEEDOR” en la suscripción del presente contrato.

II.4 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.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

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

II.6 Par efectos del Código Fiscal de la Federación “EL PROVEEDOR”, entregó a “EL CONSEJO” el “Acuse de Recepción” la opinión del cumplimiento de sus obligaciones fiscales, expedida por el Servicio de Administración Tributaria, de conformidad con la Regla I.2.1.16 de la Resolución Miscelánea Fiscal para 2013, publicada en el Diario Oficial de la Federación el-----.

II.7 Conoce el contenido de los anexos, que debidamente firmados por las partes forman parte integral del presente contrato y se acompañan al mismo.

II.8 Cuenta con el Registro Federal de Contribuyentes Número _____ y señala como domicilio para todos los efectos legales del presente contrato, el ubicado en _____, con número telefónico _____ y correo electrónico _____.

Vistas las declaraciones que anteceden y reconocidas por las partes la personalidad con que se ostentan, convienen sujetar sus compromisos a lo establecido en las siguientes:

CLAUSULAS

PRIMERA.- OBJETO DEL CONTRATO. “EL PROVEEDOR” se obliga a prestar a “EL CONSEJO” los Servicios de PLANEACIÓN ESTRATÉGICA, CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN PUBLICITARIA PARA MEDIOS TRADICIONALES Y ONLINE PARA EL MERCADO NACIONAL, conforme a las especificaciones técnicas contenidas en el ANEXO _____, de este contrato, que corresponde a la Propuesta Técnica ofrecida por “EL PROVEEDOR” en la Licitación Pública referida en la DECLARACIÓN 1.4., que comprende lo siguiente: 1.- Planeación Estratégica; 2: Creatividad; 3: Producción; 4: Estructura de Recursos Humanos; 5: Reportes; y 6: Administración, Seguimiento y Comprobación.

SEGUNDA.- PLAZO Y CONDICIONES PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS.- La vigencia para la prestación de los servicios será de 24 meses, que contarán a partir del xx de xxxx de 2013 y hasta el xxx de xxx de 2015----

TERCERA.- PRESUPUESTO MÍNIMO Y MÁXIMO.- “EL PROVEEDOR” deberá considerar un presupuesto mínimo y un máximo, incluido el impuesto al valor agregado, para la realización de los servicios, conforme a lo siguiente:

“EL CONSEJO” pagará a “EL PROVEEDOR” como contraprestación por los servicios objeto de este contrato, un monto mínimo de \$91'680,000.00 (NOVENTA Y UN MILLONES SEISCIENTOS OCHENTA MIL PESOS 00/100 M.N.), y un máximo de \$229'200,000.00 (DOSCIENTOS VEINTINUEVE MILLONES DOSCIENTOS MIL PESOS 00/100 M.N.), que deberá aplicarse para la realización de los servicios en tres periodos.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

Un monto mínimo de **\$35,000,000.00 (Treinta y cinco millones de pesos 00/100 m.n.)** y un monto máximo de **\$87,500,000.00 (Ochenta y siete millones quinientos mil pesos 00/100 m.n.)**, y para los dos ejercicios posteriores el consejo comunicará al licitante ganador, el presupuesto mínimo y máximo a ejercer en el ejercicio presupuestal de que se trate, quince días naturales antes del inicio del ejercicio.

Lo anterior, conforme al Anexo Técnico de la Convocatoria de Licitación Pública Nacional Electrónica, referida en la Declaración 1.4 de este contrato y conforme a los costos señalados en la propuesta económica ofertada por “EL PROVEEDOR”, que constituye el ANEXO _____ del presente 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.

CUARTA.- PRECIO.- La proporción que guarden los honorarios, gastos de administración y gastos de comprobación 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 Séptima del presente contrato.

“EL CONSEJO” únicamente aceptará cubrir el impuesto al valor agregado, mismo que deberá presentarse en forma desglosada en las facturas.

QUINTA.- FORMA DE PAGO.- El pago que efectúe “EL CONSEJO” a “EL PROVEEDOR” se hará dentro de los veinte días naturales posteriores a la entrega de la(s) factura(s) correspondiente(s), debidamente autorizadas por la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia, siempre y cuando se acompañen de la comprobación de los servicios que amparen, en su caso, y serán cubiertos en moneda nacional.

Los pagos que haga “EL CONSEJO” a “EL 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 su disposición mediante transferencia electrónica y acreditación a la cuenta respectiva, para lo cual, “EL PROVEEDOR” deberá enviar una copia del contrato respectivo, a la Dirección de Recursos Financieros de “EL CONSEJO”, para realizar las transferencias de recursos correspondientes.

SEXTA.- FACTURACIÓN Y COMPROBACIÓN.- Para el trámite de pago, “EL PROVEEDOR” deberá presentar las facturas originales respectivas junto con las copias de las facturas de otros proveedores en la Gerencia de Control y Seguimiento de Contratos adscrita a la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia, recabando el acuse de recibo correspondiente, quien previa validación y autorización las turnará a la Dirección de Recursos Financieros de la Dirección Ejecutiva de Administración y Finanzas de “EL CONSEJO” para su trámite de pago que se realizará dentro de los veinte días naturales siguientes a la recepción de las facturas debidamente autorizadas por la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia.

Las facturas relacionadas con los costos de los servicios de producción deberán acompañarse con copia de la factura (y original para cotejo) de “EL PROVEEDOR” la documentación y comprobación previamente autorizadas, a las que se refiere el numeral I.A, inciso 6 del Anexo Técnico de la Convocatoria a la Licitación que se adjuntan como ANEXO

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

_____ de este contrato, y de los materiales publicitarios realizados, adaptados y/o adecuados, y presentarse dentro de los diez días hábiles siguientes a su realización.

Todo lo que implique presentación gráfica, como impresión de documentos y/o imágenes, deberá ser entregado de manera ejecutiva en carpetas debidamente armadas y etiquetadas, mismo caso para la entrega de testigos audiovisuales; o como lo requiera el Consejo.

“EL PROVEEDOR”, deberá proveer a “EL CONSEJO” de un sistema de administración (compatible con Windows) para seguimiento del contrato en cuanto a control presupuestario, facturación, reportes y minutas.

“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 a “EL PROVEEDOR” los documentos y/o facturas con las observaciones correspondientes dentro de los 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.

La Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia de “EL CONSEJO” informará por escrito a “EL PROVEEDOR” del monto, destino y aplicación de los recursos adicionales a los considerados como límites mínimos señalados en la cláusula tercera del presente contrato. Esta comunicación modificará el desglose presupuestal de los programas y servicios objeto del presente instrumento jurídico.

SÉPTIMA.- 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 del monto del contrato o de la cantidad de bienes, o servicios solicitados mediante modificaciones al presente contrato, siempre que las modificaciones no rebasen, en conjunto, el veinte por ciento del monto o cantidad de los conceptos o volúmenes establecidos originalmente y el precio de los bienes, o servicios sea igual al pactado originalmente.

Igual porcentaje se aplicará a las modificaciones que por ampliación de la vigencia se hagan del contrato, cuando su prestación se realice de manera continua y reiterada.

Cuando “EL PROVEEDOR” demuestre la existencia de causas justificadas que le impidan cumplir con la entrega total de los servicios, conforme a las cantidades pactadas en el contrato, “EL CONSEJO” podrá modificarlo mediante la cancelación o parte de las cantidades originalmente estipuladas, siempre y cuando no rebase el diez por ciento del importe total del contrato.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

Cualquier modificación al contrato deberá formalizarse por escrito por parte de “EL CONSEJO”. Los instrumentos legales respectivos serán suscritos por el servidor público que lo haya hecho en el contrato o quien lo sustituya o esté facultado para ello.

“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 “EL PROVEEDOR” comparadas con las establecidas originalmente.

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 suspender la prestación del servicio, en cuyo caso únicamente se pagarán aquellos servicios que hubiesen sido efectivamente prestados.

Cuando la suspensión obedezca a causas imputables a “EL 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 este sin necesidad de que medie resolución judicial alguna, por causas de interés general o cuando por causas justificadas se extinga la necesidad de requerir los servicios contratados conforme a este contrato, y se demuestre que de continuar con el cumplimiento de las obligaciones pactadas, se ocasionaría algún daño o perjuicio a “EL CONSEJO”, o se determine la nulidad total o parcial de los actos que dieron origen al contrato con motivo de la resolución a una inconformidad o intervención de oficio emitida por la Secretaría de la Función Pública.

En tal eventualidad, “EL CONSEJO” dará aviso por escrito a “EL PROVEEDOR” de dicha circunstancia, con cuando menos 10 (diez) días naturales de anticipación.

De darse este supuesto, “EL CONSEJO” reembolsará a “EL 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.

De igual manera, “EL CONSEJO” pagará a “EL PROVEEDOR” sus honorarios, contraprestaciones y aquellos gastos en que esta última hubiera incurrido o se hubiere obligado a realizar en virtud de este contrato y no le hubieren sido cubiertos hasta el momento de la terminación efectiva.

“EL PROVEEDOR” reintegrará, en su caso, las cantidades que haya recibido de “EL CONSEJO” y que no hayan sido amortizadas según lo establecido en el presente contrato

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

hasta el momento de la notificación respectiva y se pondrán a disposición de “EL CONSEJO” mediante transferencia a la cuenta que previamente indique por escrito.

Concluida la vigencia de este instrumento por cualquier causa, “EL PROVEEDOR” deberá cumplir con sus obligaciones pendientes ante “EL CONSEJO” o terceros y presentará a “EL CONSEJO” las comprobaciones que hubieren quedado pendientes en los plazos y términos establecidos para tal efecto en este contrato.

DÉCIMA.- PRÓRROGAS. En casos excepcionales, por caso fortuito o de fuerza mayor o por causas atribuibles a “EL CONSEJO”, previa solicitud por escrito de “EL PROVEEDOR”, “EL CONSEJO” podrá otorgar prórroga para la entrega de los bienes o 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 establecidas en la cláusula Décima Séptima.

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 a “EL PROVEEDOR” le sea comunicado por escrito el incumplimiento en que haya incurrido, para que en un término de 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.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

- III. La determinación de dar o no por rescindido el contrato deberá ser debidamente fundada y motivada y deberá ser comunicada a “EL PROVEEDOR”, dentro de los 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 quedará sin efecto, previa aceptación y verificación de “EL 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.

El convenio modificatorio que al efecto se celebre, 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. - FINIQUITO DE CONTRATO. La Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia de “EL CONSEJO” efectuará una conciliación con “EL PROVEEDOR” para tal efecto, 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 o convenio.

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

La Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia de “EL CONSEJO” conjuntamente con “EL PROVEEDOR”, realizará una reunión en la que se levantará una acta de entrega de los bienes y servicios objeto del contrato, así como de no adeudo de los pagos, misma que turnará para conocimiento de la Dirección de Recursos Financieros.

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 a la Dirección de Recursos Financieros de la Dirección Ejecutiva de Administración y Finanzas.

DÉCIMA CUARTA.- GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO. Para el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente contrato, “EL PROVEEDOR”, dentro de los diez días naturales siguientes a la firma de este contrato, deberá entregar a “EL CONSEJO” una garantía por el 10% (diez por ciento), sin incluir el IVA, del monto máximo total por erogar en el ejercicio fiscal de que se trate, misma que deberá ser renovada en cada ejercicio fiscal por el monto a erogar en el mismo, la cual deberá presentarse a más tardar dentro de los primeros diez días naturales del ejercicio que corresponda. En el caso de que dicha garantía se realice mediante fianza, ésta 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 de “EL 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 95 y 95 Bis de la Ley Federal de las Instituciones 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, Distrito Federal, 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.

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

En caso de que “EL PROVEEDOR” sea de nacionalidad extranjera, deberá entregar, a su elección, la fianza a que se refiere el párrafo anterior, o bien, una carta de crédito emitida por una institución bancaria internacional o extranjera, pagadera en México por una institución nacional o filial del banco emisor del documento, a favor del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. por el 10% (diez por ciento) sin incluir el impuesto al valor agregado (IVA) del monto máximo total establecido en la cláusula tercera 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 diez días naturales del ejercicio que corresponda, debiendo contener las especificaciones que se señalan en el párrafo anterior

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 de “EL 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 de “EL 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 de “EL CONSEJO”.

DÉCIMA QUINTA.- 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 Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia de “EL CONSEJO”, por la que confirme el cumplimiento de todas y cada una de las obligaciones establecidas en el contrato.

DÉCIMA SEXTA.- PATENTES, MARCAS, DERECHOS DE AUTOR Y EN GENERAL, LO RELATIVO A PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL. “EL PROVEEDOR” será responsable de obtener todas las autorizaciones o registros que se requieran para la ejecución de los servicios objeto de este contrato, en materia de uso de marcas y patentes, así como de obras de cualquier índole protegidas por derechos de autor, de conformidad con las leyes y reglamentos de los países de que se trate.

De igual forma, “EL PROVEEDOR” será el único responsable de cumplir con las obligaciones y obtener los registros, certificados, patentes, etc., que en materia de propiedad industrial e intelectual que con motivo de la prestación de los servicios a que se refiere este contrato deban cumplirse, de conformidad con las leyes y reglamentos aplicables de los países en que preste sus servicios, o que se requieran para salvaguardar los derechos de los bienes que se generen por la prestación de los servicios a favor de “EL CONSEJO”; así como de los lemas de campaña que maneje “EL CONSEJO” en los mercados en los que se presten los servicios objeto del presente contrato.

Estos registros, certificados, patentes, etcétera, deberán tramitarse dentro de los quince días hábiles siguientes a la firma del contrato, o bien, dentro de los 15 días hábiles siguientes a

**CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”**

que se genere un producto cuya propiedad intelectual deba registrarse o se le informe a “EL PROVEEDOR” de la necesidad de hacer el registro de un nuevo lema de campaña.

“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 _____ 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 de “EL CONSEJO”.

“EL CONSEJO” será titular de los derechos de autor y de propiedad de las bases de datos y cualquier tipo de material, ya sea impreso, audiovisual o de cualquier clase, que se produzca con motivo de la prestación de los servicios objeto de este contrato, y cuyos servicios hayan sido pagados por “EL CONSEJO”, salvo de aquellos materiales respecto de los que terceros ya detenten los derechos de autor o de propiedad, en cuyo caso, “EL PROVEEDOR” lo hará del conocimiento de “EL CONSEJO”. En todo caso, “EL PROVEEDOR” tendrá la obligación ineludible de investigar e informar a “EL CONSEJO” sobre las condiciones de uso y restricción de los derechos intelectuales con relación a los materiales producidos durante la vigencia del presente contrato; por lo que en caso de que omita dicha investigación e información, será el único responsable de las violaciones a derechos intelectuales que llegaren a cometerse, aún después de concluida la vigencia de este contrato, quedando obligado a sacar en paz y a salvo a “EL CONSEJO” de dicha responsabilidad frente a terceros.

Ya sea tratándose del registro de marcas, lemas de campaña o de derechos de autor, “EL PROVEEDOR” informará por escrito a “EL CONSEJO” que se ha iniciado el trámite de registro, dentro de los 15 días hábiles siguientes, y una vez obtenido el registro correspondiente, enviara “EL CONSEJO” el comprobante original y/o copia certificada, dentro de los 10 días hábiles siguientes a su obtención.

Asimismo, se obliga a no hacer uso de la marca México y diseño y de los lemas de campaña en los mercados objeto de la prestación de servicios materia de este contrato, si previamente no ha realizado el registro de la marca y de los lemas de campaña.

“EL PROVEEDOR” podrá utilizar las fotografías, imágenes y en general cualquier material fotográfico, video grabado o fílmico que no tengan restricción pertenecientes a “EL CONSEJO”, así como aquéllas no propiedad de “EL CONSEJO” que considere necesarias para el cumplimiento de los objetivos del presente contrato, asegurando su uso sin restricciones en todos los medios publicitarios, incluyendo los de internet y cualquier otro medio tecnológico actual o futuro.

DÉCIMA SÉPTIMA.- PENAS CONVENCIONALES. Con fundamento en lo dispuesto por el artículo 53 de la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Sector Público, así como por el 95 de su Reglamento, cuando “EL PROVEEDOR” se atrase en la fecha de la entrega de los bienes o servicios o incumpla con las obligaciones derivadas del contrato por causas imputables a él, se hará acreedor a la aplicación de penas convencionales o deducciones al pago, respectivamente, 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

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

cada día hábil de retraso sobre el valor de los bienes o servicios no entregados a tiempo, sin incluir el impuesto al valor agregado.

- II. Por el atraso en la comprobación de los servicios prestados, se aplicará una deducción al pago del 0.5% (cero punto 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. Para estos efectos no se considerará el retraso de la comprobación por parte de los medios publicitarios, siempre y cuando se acredite que el servicio se prestó en los términos y condiciones previstos.
- III. Pena deductiva correspondiente al 1% (uno por ciento) del monto total de los honorarios mensuales de “EL PROVEEDOR” por cada omisión de pago. “EL PROVEEDOR” deberá pagar a más tardar 20 días naturales contados a partir de que ésta reciba el recurso por parte de EL CONSEJO. Lo anterior no aplica para el caso de pago por anticipado. Se considerará que existe omisión de pago una vez transcurrido el plazo mencionado.

“EL CONSEJO” hará efectiva esta pena, únicamente cuando se reporte y acredite a “EL CONSEJO” dicho incumplimiento, y habiendo “EL CONSEJO” notificado a “EL PROVEEDOR”, que éste no pague a terceros o aclare la situación después de tres días hábiles a partir de dicha notificación.

- IV. Pena deductiva correspondiente al 1% (uno por ciento) del monto total de los servicios de honorarios, correspondientes al mes incumplido por “EL PROVEEDOR” por reporte no entregado.
- V. Pena deductiva correspondiente al 1% (uno por ciento) del monto total de los honorarios correspondientes al mes incumplido, por el incumplimiento de la obligación de “EL PROVEEDOR”, de dedicar al 100% (cien por ciento) a la cuenta de “EL CONSEJO”, el personal requerido por este, para la prestación del servicio objeto del presente contrato.

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.

La Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia, será la responsable de solicitar a la Dirección de Recursos Financieros realizar el cálculo de la pena convencional y de la deducción al pago, para que se apliquen mediante nota de crédito en la factura de pago correspondiente a los honorarios del mes siguiente a su determinación.

El pago de los bienes o 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.

Para aplicar las penas convencionales y deducciones al pago a que se refiere esta Cláusula, “EL CONSEJO” le formulará una notificación por escrito a “EL PROVEEDOR”, que le será

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

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 o deducción al pago a que se ha hecho acreedor. “EL PROVEEDOR” en un plazo máximo de 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 o deducciones al pago que correspondan, las cuales deberán ser comunicadas a “EL PROVEEDOR” mediante escrito fundado y motivado, en el que se le requerirá que en un plazo no mayor a diez días hábiles presente nota de crédito, la que se le descontará en las facturas pendientes de pago.

Si persiste el incumplimiento por parte de “EL PROVEEDOR” o bien una vez que se hubiere agotado el monto límite de aplicación de penas convencionales o deducciones al pago, “EL CONSEJO” podrá iniciar el procedimiento de rescisión del presente instrumento, conforme a lo previsto en la cláusula Décima Segunda.

DÉCIMA OCTAVA.- 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.

DÉCIMA NOVENA.- REPORTE. “EL PROVEEDOR” se obliga a proporcionar a “EL CONSEJO” a través de la Dirección de Marcas y de la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia, los siguientes reportes:

- a) Información y Reportes.- Durante la vigencia del contrato se obliga a presentar los reportes o información que solicite “EL CONSEJO” dentro de los 3 (TRES) días hábiles siguientes a la petición. Dichos reportes se llevarán a cabo como “EL CONSEJO” solicite dependiendo de la campaña, acción o solicitud correspondiente al reporte.
- b) Minutas: Deberá entregar minutas de las juntas y conferencias telefónicas realizadas con el Consejo 24 horas después de dichas juntas o llamadas.
- c) Carpetas de Campañas: Estas carpetas deberán incluir todo el material resultante de la Planeación Estratégica, Creatividad y Producción por cada campaña que se realice, incluyendo las comprobaciones, testigos y facturas de los montos que se deriven de dichas campañas. Estas carpetas deberán entregarse y/o actualizarse mensualmente, dentro de los primeros 5 días hábiles del mes inmediato posterior, o en cuyos tiempos solicite “EL CONSEJO” para casos específicos.
- d) Reportes de estatus semanales: Estos reportes deberán entregarse el primer día hábil de la semana inmediata posterior conteniendo el estatus de todas las acciones solicitadas, realizadas y por realizar que se deriven de las necesidades concernientes a Planeación estratégica, Creatividad y Producción del Consejo (CPTM).

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

e) Reportes de Presupuesto: Estos reportes deberán incluir el avance presupuestal de la prestación de los servicios y deberán entregarse los primeros 5 días hábiles del mes inmediato posterior, o en cuyos tiempos solicite “EL CONSEJO” para casos específicos.

f) Otros: La información que solicite “EL CONSEJO” para atender las peticiones de instancias oficiales.

VIGÉSIMA.- ADMINISTRACIÓN Y VERIFICACIÓN DEL CONTRATO. “EL CONSEJO” tendrá, en todo tiempo, libre acceso a toda la documentación relacionada con la prestación de servicios derivados de este contrato y que se encuentre en poder de “EL PROVEEDOR”.

Asimismo, “EL CONSEJO” por conducto de la Dirección de Marcas, de la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia de “EL CONSEJO”, 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, del Director General Adjunto, del Director Ejecutivo de Administración y Finanzas, del Director Ejecutivo de Mercadotecnia, del Titular del Órgano Interno de Control en EL CONSEJO, del Titular de la Dirección de Marcas 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 obtenga “EL PROVEEDOR” para “EL CONSEJO”.

VIGÉSIMA PRIMERA.- RELACIONES LABORALES. “EL PROVEEDOR”, como empresario y patrón del personal que ocupa con motivo de los servicios materia del presente contrato, será el único responsable ante sus trabajadores y, por lo tanto, se obliga a asumir todas las obligaciones derivadas de las disposiciones legales y demás ordenamientos jurídicos en materia laboral y de seguridad social a que tengan derecho. Asimismo, “EL PROVEEDOR” se obliga a responder de cualquier controversia o litigio que sus trabajadores presenten en su contra o en contra de “EL CONSEJO”, con motivo de los servicios objeto de este contrato, y si éste fuera condenado por laudo ejecutoriado a pagar o indemnizar a alguien, “EL PROVEEDOR” se obliga a proporcionar a “EL CONSEJO”, dentro de las 24 horas siguientes a que se le dé a conocer el requerimiento de ejecución, los recursos necesarios para cumplimentar el laudo.

VIGÉSIMA SEGUNDA.- SUBCONTRATACIÓN. Los servicios materia del presente contrato no podrán ser subcontratados.

VIGÉSIMA TERCERA.- CESIÓN DE DERECHOS. Los derechos y obligaciones que se deriven de este contrato no podrán cederse en forma parcial ni total a favor de cualquier otra persona, con excepción de los derechos de cobro, en cuyo caso “EL PROVEEDOR” deberá contar con el consentimiento de “EL CONSEJO”.

VIGÉSIMA CUARTA.- CONFIDENCIALIDAD. “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 de “EL 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

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

requieran, en apego a lo previsto por el artículo 57, tercer párrafo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

VIGÉSIMA QUINTA.- ENLACES. Las partes convienen en que las personas encargadas de la ejecución, supervisión y seguimiento de los servicios a que se refiere este contrato son las siguientes:

- I. Por parte de “EL CONSEJO”, Se designa como responsable de la Supervisión a los titulares de la Dirección de Marcas y de la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia.
- II. Por parte de “EL PROVEEDOR”, -----

VIGÉSIMA SEXTA.- COMUNICACIONES. Las comunicaciones entre las partes deberán realizarse por escrito, a la atención de los enlaces designados por las partes en la Cláusula que antecede, conforme a lo siguiente:

I.- Para “EL CONSEJO”, las comunicaciones se harán a nombre de los servidores públicos: Lic Blanca Esther Carrera Hernández, Directora de Marcas y el Lic. Gerardo Alberto Llanes Álvarez, Director Ejecutivo de Mercadotecnia al correo electrónico _____ y por correo con acuse de recibo al domicilio de “EL 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.

II.- Para “EL PROVEEDOR”, las comunicaciones se harán al correo electrónico _____ y por correo con acuse de recibo al domicilio de “EL PROVEEDOR” mencionado en la DECLARACIÓN II.8 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 números telefónicos o direcciones electrónicas, bastará una comunicación por escrito a la otra parte, con cuando menos cinco días naturales de anticipación, para quedar debidamente formalizado el cambio.

VIGÉSIMA SÉPTIMA.- 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 el Distrito Federal, renunciando a cualquier otro fuero que pudiera corresponderles por razón de su domicilio o nacionalidad presentes o futuros.

VIGÉSIMA OCTAVA.- ANEXOS. Las partes reconocen que el presente contrato se encuentra integrado por Veintiocho Cláusulas y ____ Anexos, mismos que firmados por las partes se agregan a este contrato y se describen a continuación:

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

ANEXO	CONTENIDO
UNO	Bases de la Convocatoria de la Licitación Pública Nacional Electrónica No. LA-021W3J001-N__-2013,
DOS	Propuesta Técnica de “EL PROVEEDOR”
TRES	Propuesta Económica de “EL PROVEEDOR”
CUATRO	Guía de uso de la Marca México

Leído que les fue el presente instrumento a las partes que en él intervienen, y conformes con su contenido y alcance legal, lo ratifican y firman en tres tantos, en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los _____ días del mes de _____ de 2013

POR “EL CONSEJO”

M.A. RAÚL GONZÁLEZ VALADEZ
Director Ejecutivo de Administración y Finanzas

BLANCA ESTHER CARRERA HERNÁNDEZ
Directora de Marcas, área responsable de administrar y vigilar el cumplimiento del contrato

POR “PROVEEDOR”

El Representante Legal

ESTA HOJA ES PARTE INTEGRANTE DEL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS NÚMERO _____/2013, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE, EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V., _____ DE FECHA _____ DE 2013

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
"2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano"

ANEXO UNO

DEL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS NO. ____/2013, CELEBRADO ENTRE EL
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V. Y, __

PROPUESTA TÉCNICA - ECONÓMICA

POR "EL CONSEJO"

POR "PROVEEDOR"

M.A. RAÚL GONZÁLEZ VALADEZ
Director Ejecutivo de Administración y
Finanzas

El Representante Legal

BLANCA ESTHER CARRERA HERNÁNDEZ
Directora de Marcas, área responsable de
administrar y vigilar el cumplimiento del
contrato

ESTA HOJA ES PARTE INTEGRANTE DEL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS NÚMERO ____/2013, QUE CELEBRAN
POR UNA PARTE, EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V., _____ DE FECHA ____ DE
2013

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

FORMATO K

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

Solicitud de Afiliación a Cadenas Productivas

¿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?

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

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.



CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

**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.**

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.
“2013, Año de la lealtad Institucional y Centenario del Ejército Mexicano”

- 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.

